

دولت مردی

محسار توژم زشد تولید

استاندارد مردی



ریاست جمهوری
سازمان ملی استاندارد ایران

گزارش شاخص‌های کیفیت کالا (طرح ملی)

ISIRI

سال پایه ۱۴۰۱

انتشار تابستان ۱۴۰۲



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





دائم در فکر کیفیت دادن باشید؛ محکم کاری و استحکام و بالا بردن کیفیت کار را مراقب باشید. يك کار اساسی بایستی به بهترین کیفیت‌ها عرضه شود تا ماندگار باشد.

رهبر معظم انقلاب، حضرت آیت‌الله امام خامنه‌ای عزیز (مدظله العالی)



سازمان ملی استاندارد ایران، نماینده مردم در حصول اطمینان از ایمنی، کیفیت و سلامت کالا و خدمات است؛ سازمان استاندارد نقش بسیار مهمی در صیانت از حقوق مردم، جلب رضایت عمومی و حفاظت از محیط‌زیست دارد. حق مردم این است که زندگی توأم با آرامش و باکیفیتی داشته باشند و سازمان ملی استاندارد ایران در احقاق این حق بنیادین نقش بسیار مهمی بر عهده دارد.

رئیس محترم جمهور، آیت‌الله دکتر سید ابراهیم رئیسی (دامه‌عزه)

گزارش شاخص‌های کیفیت کالا

سال ۱۴۰۱

Report of Product Quality Indexes

2022

زمان انتشار: تابستان ۱۴۰۲

ناشر و مالک اثر: سازمان ملی استاندارد ایران
مجری طرح پژوهشی: دانشگاه صنعتی امیرکبیر

حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است.
هرگونه استفاده از این اثر تنها با ذکر دقیق منبع مجاز است.

نحوه‌ی ارجاع‌دهی:

سازمان ملی استاندارد ایران (۱۴۰۲)، گزارش شاخص‌های کیفیت کالا: سال ۱۴۰۱، سازمان ملی استاندارد ایران.

INSO (2023). Report of product quality indexes: 2022. Iran National Standards Organization (INSO).

آدرس: سازمان ملی استاندارد ایران، تهران، ضلع جنوبی میدان ونک، شماره ۲۵۹۲، کدپستی ۱۴۳۵۶۹۴۵۶۱، صندوق پستی ۱۴۱۵۵-۶۱۳۹

چکیده

این گزارش ارایه‌دهنده‌ی مجموعه‌ای از ۲۴ شاخص برای سنجش ابعاد مختلف کیفیت کالا از منظر مصرف‌کنندگان ایرانی در سال ۱۴۰۱ است. شاخص‌ها در چهار گروه پایه، مرتبط با برند، مرتبط با رفتار مصرف‌کننده و مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کننده‌ها دسته‌بندی می‌شوند. داده‌های مورد استفاده در این گزارش توسط ۳۱ اداره‌ی کل استانی سازمان ملی استاندارد ایران به صورت میدانی در ملاقات‌های حضوری با بیش از ۲۰ هزار مصرف‌کننده‌ی نهایی با توزیع متناسب با جمعیت استان‌ها جمع‌آوری شده است. داده‌ها در هنگام پرسشگری به صورت برخط در سامانه‌ی اختصاصی سازمان درج شده و در چندین مرحله مورد اعتبارسنجی قرار گرفته‌اند. دامنه‌ی مورد رصد گزارش شامل ۱۶ بخش مهم از کالاهای با مصرف عمومی است. این بخش‌ها ۵۶ گروه از اقلام که مشمول استاندارد اجباری یا مورد رصد ویژه هستند را پوشش می‌دهند. مقادیر شاخص‌ها با ملاحظات دقیق آماری در چهار سطح کلان، اقلام، بخش‌ها و استان‌ها محاسبه شده‌اند و همچنین بر اساس هر شاخص، خوشه‌بندی آماری متناظر ارایه شده است. با توجه به اینکه گزارش حاضر اولین از نوع خود است، سال ۱۴۰۱ به عنوان سال پایه برای سنوات بعد خواهد بود.

پیش‌گفتار

در قانون تقویت و توسعه‌ی نظام استاندارد کشور مصوب سال ۱۳۹۶، سازمان ملی استاندارد ایران مکلف به سنجش سالانه‌ی نرخ رشد کیفیت کالا و خدمات است. از ابتدای دوره‌ی تحولی در سازمان ملی استاندارد ایران در دولت مردمی سیزدهم، انجام علمی و هوشمند این وظیفه‌ی قانونی در دستور کار این سازمان قرار گرفت. بدین منظور پژوهشگاه استاندارد فراخوانی عمومی برای انجام یک طرح پژوهشی سمات منتشر نمود تا روش علمی و بومی مورد نیاز با استفاده از ظرفیت دانشگاه‌های معتبر کشور طراحی شود. در نهایت دانشگاه صنعتی امیرکبیر برای انجام این مهم برگزیده شد و یک همکاری موفقیت‌آمیز بین سازمان و این دانشگاه برای رفع نیازهای اساسی کشور رقم خورد.

در مرحله‌ی پیاده‌سازی روش طراحی‌شده برای سال ۱۴۰۱، با بیش از ۲۰ هزار مصرف‌کننده‌ی نهایی در محل زندگی یا مراکز خرید به صورت حضوری ملاقات شد و پرسش‌نامه‌ای مفصل با ۵۰ سوال تکمیل گردید. به منظور افزایش اعتبار داده‌ها، تمامی داده‌ها حین پرسشگری از مصرف‌کنندگان به صورت برخط در سامانه‌ی سازمان درج شدند و ضمن رصد پیوسته از سوی ناظرین استانی و ستادی، در چند مرحله‌ی استانی و ستادی مورد اعتبار سنجی قرار گرفتند.

طراحی روش استفاده‌شده و استخراج نتایج این گزارش بر اساس یک طرح پژوهشی با دانشگاه صنعتی امیرکبیر صورت گرفته است. انتظار می‌رود همکاری بین سازمان ملی استاندارد ایران و نهادهای علمی و دانشگاهی در آینده نیز نتایج مطلوب و اثربخشی برای نظام استاندارد کشور و مردم عزیز ایران اسلامی فراهم آورد.

در پایان توجه به این نکته ضروری است که برای رصد مستمر کیفیت و روند تغییرات، نیاز است که برای سنوات آتی شاخص‌ها مجدداً محاسبه شوند. لذا تداوم منظم و نظامند این حرکت در سال‌های بعد بسیار مهم خواهد بود. امید است در آینده‌ی نزدیک، این شاخص‌ها برای سایر بخش‌های کالا و خدمات مورد سنجش قرار گیرند.

سازمان ملی استاندارد ایران

تابستان ۱۴۰۲

فهرست مطالب

فصل ۱. مقدمه ۱

فصل ۲. روش سنجش ۳

۱-۲ دامنه‌ی پوشش و بخش‌بندی ۳

۲-۲ نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها ۶

۳-۲ مجموعه‌ی شاخص‌ها ۹

۴-۲ نحوه‌ی استفاده از گزارش ۱۰

فصل ۳. شاخص‌های پایه ۱۵

۱-۳ شاخص رضایت ۱۵

۱-۱-۳ شاخص رضایت به ازای هر کالاقلم ۱۵

۲-۱-۳ شاخص رضایت به ازای هر بخش ۱۹

۳-۱-۳ شاخص رضایت به ازای هر استان ۲۲

۲-۳ شاخص کیفیت درک‌شده ۲۵

۱-۲-۳ شاخص کیفیت درک‌شده به ازای هر کالاقلم ۲۵

۲-۲-۳ شاخص کیفیت درک‌شده به ازای هر بخش ۲۸

۳-۲-۳ شاخص کیفیت درک‌شده به ازای هر استان ۳۱

۳-۳ شاخص سطح انتظارات ۳۴

۱-۳-۳ شاخص سطح انتظارات به ازای هر کالاقلم ۳۴

۲-۳-۳ شاخص سطح انتظارات به ازای هر بخش ۳۷

- ۴۰ ۳-۳ شاخص سطح انتظارات به ازای هر استان
- ۴۳ ۴-۳ شاخص ارزش درک شده
- ۴۳ ۱-۴-۳ شاخص ارزش درک شده به ازای هر کالاقلم
- ۴۶ ۲-۴-۳ شاخص ارزش درک شده به ازای هر بخش
- ۴۹ ۳-۴-۳ شاخص ارزش درک شده به ازای هر استان
- ۵۲ ۵-۳ شاخص نرخ شکایت
- ۵۲ ۱-۵-۳ شاخص نرخ شکایت به ازای هر کالاقلم
- ۵۵ ۲-۵-۳ شاخص نرخ شکایت به ازای هر بخش
- ۵۸ ۳-۵-۳ شاخص نرخ شکایت به ازای هر استان
- ۶۱ ۶-۳ شاخص پاسخگویی به شکایات

۶۲ **فصل ۴. شاخص‌های مرتبط با برند**

- ۶۲ ۱-۴ شاخص وفاداری
- ۶۲ ۱-۱-۴ شاخص وفاداری به ازای هر کالاقلم
- ۶۶ ۲-۱-۴ شاخص وفاداری به ازای هر بخش
- ۶۹ ۳-۱-۴ شاخص وفاداری به ازای هر استان
- ۷۲ ۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد
- ۷۲ ۱-۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر کالاقلم
- ۷۵ ۲-۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر بخش
- ۷۸ ۳-۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر استان
- ۸۱ ۳-۴ شاخص تسری پذیری
- ۸۱ ۱-۳-۴ شاخص تسری پذیری به ازای هر کالاقلم
- ۸۴ ۲-۳-۴ شاخص تسری پذیری به ازای هر بخش

۳-۳-۴ شاخص تسری پذیری به ازای هر استان ۸۷

فصل ۵. شاخص‌های مرتبط با رفتار مصرف کننده ۹۰

۱-۵ شاخص کیفیت محوری ۹۰

۱-۱-۵ شاخص کیفیت محوری به ازای هر کالاقلم ۹۰

۲-۱-۵ شاخص کیفیت محوری به ازای هر بخش ۹۴

۳-۱-۵ شاخص کیفیت محوری به ازای هر استان ۹۷

۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات ۱۰۰

۱-۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر کالاقلم ۱۰۰

۲-۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر بخش ۱۰۳

۳-۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر استان ۱۰۶

۳-۵ شاخص برند محوری ۱۰۹

۱-۳-۵ شاخص برند محوری به ازای هر کالاقلم ۱۰۹

۲-۳-۵ شاخص برند محوری به ازای هر بخش ۱۱۲

۳-۳-۵ شاخص برند محوری به ازای هر استان ۱۱۵

۴-۵ شاخص توجه به بسته بندی ۱۱۸

۱-۴-۵ شاخص توجه به بسته بندی به ازای هر کالاقلم ۱۱۸

۲-۴-۵ شاخص توجه به بسته بندی به ازای هر بخش ۱۲۱

۳-۴-۵ شاخص توجه به بسته بندی به ازای هر استان ۱۲۴

۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل ۱۲۷

۱-۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر کالاقلم ۱۲۷

۲-۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر بخش ۱۳۰

۳-۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر استان ۱۳۳

۱۳۶ ۶-۵ شاخص توجه به پایداری

۱۳۶ ۱-۶-۵ شاخص توجه به پایداری به ازای هر کالاقلم

۱۳۹ ۲-۶-۵ شاخص توجه به پایداری به ازای هر بخش

۱۴۲ ۳-۶-۵ شاخص توجه به پایداری به ازای هر استان

۱۴۵ ۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت

۱۴۵ ۱-۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر کالاقلم

۱۴۸ ۲-۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر بخش

۱۵۱ ۳-۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر استان

۱۵۴ ۸-۵ شاخص حسن مصرف

۱۵۴ ۱-۸-۵ شاخص حسن مصرف به ازای هر کالاقلم

۱۵۷ ۲-۸-۵ شاخص حسن مصرف به ازای هر بخش

۱۶۰ ۳-۸-۵ شاخص حسن مصرف به ازای هر استان

۱۶۳ ۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی

۱۶۳ ۱-۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر کالاقلم

۱۶۶ ۲-۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر بخش

۱۶۹ ۳-۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر استان

۱۷۲ ۱۰-۵ شاخص توجه به خدمات پس‌ازفروش

۱۷۲ ۱-۱۰-۵ شاخص توجه به خدمات پس‌ازفروش به ازای هر کالاقلم

۱۷۵ ۲-۱۰-۵ شاخص توجه به خدمات پس‌ازفروش به ازای هر بخش

۱۷۸ ۳-۱۰-۵ شاخص توجه به خدمات پس‌ازفروش به ازای هر استان

۱۸۱ **فصل ۶. شاخص‌های مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کننده**

۱۸۱ ۱-۶ شاخص رضایت کل‌نگر

- ۱-۱-۶ شاخص رضایت کل‌نگر به ازای هر استان ۱۸۲
- ۲-۶ شاخص کیفیت تولید داخلی ۱۸۵
- ۱-۲-۶ شاخص کیفیت تولید داخلی به ازای هر استان ۱۸۵
- ۳-۶ شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی ۱۸۸
- ۱-۳-۶ شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی به ازای هر استان ۱۸۸
- ۴-۶ شاخص امید به بهبود کیفیت ۱۹۱
- ۱-۴-۶ شاخص امید به بهبود کیفیت به ازای هر استان ۱۹۱
- ۵-۶ شاخص احساس بهبود کیفیت ۱۹۴
- ۱-۵-۶ شاخص احساس بهبود کیفیت به ازای هر استان ۱۹۴

فصل ۱. مقدمه

به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و سنجش کیفیت محور رشد اقتصادی، پایش مستمر سطح کیفیت کالا و خدماتی که در یک کشور با بازار رقابتی عرضه می‌شوند همواره اهمیت ویژه‌ای داشته است. در حقیقت رشد کیفی یکی دیگر از ابعاد غیرمالی مهم توسعه و پیشرفت است که باید مورد توجه قرار گیرد. قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد مصوب سال ۱۳۹۶ مجلس شورای اسلامی، صراحتاً سازمان ملی استاندارد ایران را مکلف نموده است تا به نحو مناسب به سنجش نرخ رشد کیفیت سالانه بپردازد.

کیفیت در یک بازار رقابتی از منظر مصرف‌کنندگان مختلف می‌تواند تفاسیر متفاوت داشته و شاید آرایه‌ی تعریف جامع یا اندازه‌گیری همه جانبه آن غیر ممکن یا بسیار دشوار باشد. به همین دلیل در کشورهای دارای سابقه بیشتر در این عرصه، علاوه بر بکارگیری نظام‌های رایج استاندارد، رویکرد مکملی مورد استفاده قرار می‌گیرد که در آن کیفیت مبتنی بر نظرات و ادراکات مستقیم مصرف‌کنندگان سنجش می‌شود.

هر چند که کیفیت مفهومی غالباً ناملموس، پیچیده، انسان‌محور و چندبعدی است و سنجش آن در سطح کلان چالش برانگیز است، در حال حاضر روش‌های متعددی توسط کشورهای مختلف متناسب با نیازمندی‌ها و ظرفیت‌های آنها مورد استفاده هستند. لذا بهره‌مندی از یک روش بومی ضروری و به درستی توسط قانون‌گذار در سال‌های قبل مطالبه شده است.

سازمان ملی استاندارد ایران برای تحقق اصولی تکلیف قانونی سنجش رشد کیفیت، طی یک طرح پژوهشی با دانشگاه صنعتی امیرکبیر ابتدا به روش مناسبی برای سنجش کیفیت کالا بر اساس مجموعه‌ای از شاخص‌ها دست یافت. سپس در یک فرآیند اجرایی برنامه‌ریزی شده، این روش را برای کالاهای مورد مصرف در سال ۱۴۰۱ به کار گرفت و خروجی‌های لازم را استخراج نمود. گزارش پیش رو ارائه‌دهنده‌ی خلاصه‌ای از نتایج مهم این طرح سنجش است که می‌تواند توسط نهادهای علمی، اجرایی و سیاست‌گذاری کشور مورد بهره‌برداری موثر قرار گیرد. ساختار گزارش به شرح زیر است. فصل ۲ به طور مختصر روش مورد استفاده را ارائه و چهار دسته از شاخص‌ها مشتمل بر ۲۴ شاخص را تعریف می‌کند. سپس فصول ۳، ۴، ۵ و ۶ نتایج را برای چهار دسته از شاخص‌ها ارائه می‌کند. برای درک بهتر این گزارش، مطالعه‌ی دقیق زیرفصل آخر فصل ۲ ضروری است.

فصل ۲. روش سنجش

این فصل به طور اجمالی نکات مهم در روش سنجش مورد استفاده برای تهیه‌ی این گزارش را ارائه می‌دهد. در اینجا تمرکز بر مطالبی است که به فهم بهتر نتایج ارائه‌شده در گزارش کمک می‌کنند. در سه زیر فصل اول، به دامنه‌ی پوشش، نحوه‌ی جمع‌آوری داده‌ها و معرفی شاخص‌ها پرداخته می‌شود. در زیرفصل چهارم، نکات موردنیاز برای بهره‌برداری موثر از گزارش آورده شده‌اند. توصیه می‌شود قبل از استفاده از گزارش زیرفصل آخر به طور دقیق مطالعه شود.

۱-۲ دامنه‌ی پوشش و بخش‌بندی

به منظور تعیین دامنه‌ی پوشش طرح (اقلام مورد بررسی) در ابتدا تمامی حدود ۱۰۰۰ فرآورده‌ی مشمول استاندارد اجباری شناسایی و سپس از بین آنها حدود ۵۰۰ کالایی که به طور مستمر توسط یک خانوار مورد استفاده قرار می‌گیرند (اقلام با مصرف عمومی) مشخص شدند. برای مثال مصالح ساختمانی یا مواد اولیه صنعتی از دامنه‌ی بررسی خارج شدند چرا که آنها مصرف‌کنندگان خاص دارند که در اولویت بررسی این طرح قرار ندارند. از بین حدود ۵۰۰ کالای استاندارد منتخب، حدود ۵۰ گروه از اقلام تعریف شدند که هر گروه نوعاً شامل تعداد کثیری

از ۵۰۰ قلم اولیه است. برای مثال، انواع کنسروهای مواد اولیه غذایی که دارای فراوانی بالایی هستند در یک گروه گنجانده شدند چراکه از منظر تجربه‌ی مصرف‌کنندگان می‌توان آنها را یکسان لحاظ نمود. همچنین ۶ گروه از اقلام مهم که در حال حاضر مشمول استاندارد اجباری نیستند ولی تحت رصد ویژه‌ی سازمان هستند با نظر مدیران سازمان به این لیست اضافه شدند. در ادامه‌ی گزارش هر گروه از اقلام کالا به اختصار کالاقلم نامیده می‌شوند.

جدول ۰-۱. لیست کالاقلم‌های مورد بررسی به همراه توضیحات، حداقل زمان مصرف و بخش متناظر

کد کالاقلم	نام کالاقلم	توضیحات	حداقل مصرف	بخش
۱	لوازم کوچک برقی	لامپ، کلید، پریز، دوشاخه و نظایر آن	۲ ماه	ابزار و تجهیزات منزل
۲	ظروف چینی	کاسه، بشقاب، قوری، نعلبکی، دیس، نمکدان، شکرپاش و نظایر آن	۴ ماه	ظروف غذاخوری
۳	ظروف شیشه‌ای	لیوان، استکان، پارچ، قوری، فنجان، کاسه، بشقاب، دیس و نظایر آن	۴ ماه	
۴	ظروف پخت	انواع وسایل غیربرقی مانند قابلمه، تابه، ظروف خوراک‌پزی، زودپز و نظایر آن	۴ ماه	
۵	رایانه	انواع رایانه‌های شخصی (PC و تبلت)	۴ ماه	تجهیزات سمعی بصری
۶	تلویزیون	انواع تلویزیون	۶ ماه	لوازم پارچگی خانگی
۷	پتو	انواع پتو و روانداز	۶ ماه	
۸	فرش ماشینی	انواع فرش ماشینی	۶ ماه	مبلمان و کفپوش‌ها
۹	بخاری	انواع بخاری (نفتی، گازی و برقی)	۶ ماه	وسایل خانگی اصلی
۱۰	کولر	انواع کولرها (آبی و گازی)	۶ ماه	
۱۱	اجاق گاز	انواع اجاق گاز	۶ ماه	
۱۲	یخچال فریزر	انواع یخچال، فریزر و یخچال فریزر	۶ ماه	
۱۳	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	انواع ماشین لباسشویی، ماشین خشک کن و ماشین ظرفشویی	۶ ماه	
۱۴	جاروبرقی	انواع جاروبرقی و وسایل تمیز کننده برقی سطوح	۶ ماه	
۱۵	وسایل پخت برقی	انواع وسایل پخت برقی، مانند، پلوپزها، ارامپزها، مایکروویو و فر و نظایر آنها	۶ ماه	
۱۶	خودرو	انواع خودروها	۶ ماه	وسایل نقلیه
۱۷	موتور	انواع موتور	۶ ماه	
۱۸	دوچرخه	انواع دوچرخه	۶ ماه	
۱۹	تایر	انواع تایرهای خودروهای سواری و وانتی سبک	۲ ماه	تجهیزات حمل‌ونقل
۲۰	لنت ترمز	انواع لنت ترمز خودروهای سواری و وانتی سبک	۲ ماه	
۲۱	شوینده‌های بهداشتی	انواع شوینده‌های بهداشتی (صابون مایع و جامد و مایع دستشویی)	-	کالای منزل
۲۲	شامپو	انواع شامپو سر و بدن	-	
۲۳	پودر رختشویی	انواع پودر رختشویی (دستی و ماشینی)	-	
۲۴	دستکش	دستکش شستشو (دستکش پلاستیکی آشپزخانه)	-	
۲۵	مایع ظرفشویی	انواع مایع ظرفشویی	-	
۲۶	خمیر دندان	پاک‌کننده‌های دندان	-	کالای شخصی
۲۷	دستمال کاغذی	انواع دستمال کاغذی	-	
۲۸	پوشک	انواع پوشاک کودک و بزرگسال و انواع نوار بهداشتی	-	
۲۹	سس	انواع سس	-	
۳۰	کره	انواع کره	-	مواد خوراکی
۳۱	آب لیمو	انواع آب لیمو	-	
۳۲	رب	رب گوجه فرنگی	-	
۳۳	روغن مایع	انواع روغن مایع (سرخ‌کردنی و پخت‌وپز)	-	
۳۴	بستنی	انواع بستنی	-	
۳۵	شیر	انواع شیر پاستوریزه و نظایر	-	
۳۶	پنیر	انواع پنیر	-	

بخش	حداقل مصرف	توضیحات	نام کالا/قلم	کد کالا/قلم
مواد خوراکی	-	بیسکویت، ویفر، کلوچه و کیک و نظایر	بیسکویت و کیک	۳۷
	-	انواع شکلات	شکلات	۳۸
	-	انواع مربا	مربا	۳۹
	-	انواع پفک و چیپس و نظایر آنها	پفک و چیپس	۴۰
	-	خرمای تازه بسته‌بندی شده	خرما	۴۱
	-	انواع کنسرو ماهی	کنسرو ماهی	۴۲
	-	انواع سوسیس و کالباس و امثالهم	سوسیس و کالباس	۴۳
	-	انواع ماست	ماست	۴۴
	-	انواع ماکارونی و پاستا و نظایر آنها	ماکارونی	۴۵
	-	انواع کنسرو مواد اولیه (تخود سبز، لوبیا سبز، ذرت، قارچ، اسفناج و ...)	کنسرو سبزیجات	۴۶
نوشیدنی	-	انواع چای بسته‌بندی شده	چای	۴۷
	-	آب اشامیدنی بسته‌بندی شده	آب	۴۸
	-	انواع نوشابه و ماءالشعیر	نوشابه	۴۹
	-	انواع آبمیوه	آبمیوه	۵۰
دخانیات	-	انواع سیگار دخانی (غیربرقی)	سیگار	۵۱
تجهیزات ارتباطی	۴ ماه	انواع تلفن همراه (موبایل)	تلفن همراه	۵۲
کفش	۲ ماه	انواع کفش ورزشی	کفش ورزشی	۵۳
پوشاک	۲ ماه	انواع مانتوی زنانه	مانتوی زنانه	۵۴
	۲ ماه	انواع پیراهن مردانه	پیراهن مردانه	۵۵
	۲ ماه	انواع لباس نوزاد	لباس نوزاد	۵۶

به منظور محاسبه‌ی شاخص‌های بخشی و کلان، کالا/قلم‌های منتخب باید به نحو مناسب بخش‌بندی می‌شدند. بعد از بررسی‌های انجام شده، روشن شد که به دلیل محدودیت‌های اطلاعاتی و اجرایی بخش‌بندی‌های مورد استفاده در سایر روش‌های مرسوم سنجش کیفیت برای ایران مناسب نیستند. در ادامه تصمیم گرفته شد که از دسته‌بندی مورد استفاده در محاسبه‌ی نرخ تورم استفاده شود. از مزایای استفاده از این دسته‌بندی آن است که ضرایب اهمیت بخش‌های مختلف آن را می‌توان از گزارش‌های سالانه‌ی مرکز آمار ایران محاسبه نمود و بعد از نرمال‌سازی در محاسبه‌ی شاخص‌های کل استفاده کرد. همچنین بر اساس این دسته‌بندی، امکان گسترش دامنه‌ی طرح سنجش نرخ رشد کیفیت برای سایر بخش‌های پوشش‌نیافته در سنوات بعد به سادگی مهیاست. توجه کنید که بسیاری از بخش‌های مورد استفاده در محاسبه‌ی نرخ تورم شامل هیچ یک از کالاهای مشمول استاندارد اجباری نمی‌شدند لذا آن بخش‌ها در تحقیق کنونی مورد استفاده قرار نگرفته‌اند. اطلاعات مرتبط با ضرایب اهمیت بر اساس گزارش نتایج تفصیلی هزینه و درآمد خانوار ۱۴۰۰ مرکز آمار ایران صورت گرفته است.

با در نظر گرفتن توضیحات فوق، جدول ۱-۰ کالاقلم‌های مورد بررسی در این گزارش به همراه توضیحات، حداقل زمان مصرف (در هنگام پاسخ به پرسش‌نامه) و بخش‌های مرتبط را ارائه می‌کند. ضمناً اوزان مورد استفاده برای بخش‌های مختلف در جدول ۲-۰ ارائه شده‌اند. با توجه به اینکه کالاقلم‌های چهار بخش آخر در جدول ۱-۰ مشمول استاندارد اجباری نیستند، اوزان آنها صفر لحاظ شده است.

جدول ۲-۰. اوزان بخش‌ها برای محاسبه‌ی شاخص‌های کل

بخش	وزن	بخش	وزن
ابزار و تجهیزات منزل	۰.۳٪	کالای منزل	۴.۵٪
ظروف غذاخوری	۰.۷٪	کالای شخصی	۵.۷٪
تجهیزات سمعی‌بصری	۰.۶٪	مواد خوراکی	۶۵.۹٪
لوازم پارچگی خانگی	۰.۴٪	نوشیدنی	۳.۶٪
مبلمان و کفپوش‌ها	۱.۶٪	دخانیات	۰.۰٪
وسایل خانگی اصلی	۲.۶٪	تجهیزات ارتباطی	۰.۰٪
وسایل نقلیه	۳.۹٪	کفش	۰.۰٪
تجهیزات حمل و نقل	۱۰.۱٪	پوشاک	۰.۰٪

۲-۲ نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌ها

نمونه‌گیری در سطح کشور از واحد خانوار و به صورت طبقه‌ای بر مبنای استان‌ها انجام شده است. با توجه به محدودیت‌های اجرایی، در هر استان نمونه‌ها تنها از مراکز استان‌ها اخذ شده‌اند. نمونه‌گیری در سطح هر مرکز بر مبنای مناطق شهری آن مرکز طبقه‌ای بوده و انتخاب خانوارهای هدف در سطح هر منطقه به صورت تصادفی انجام شده است.

در جداول ۳-۰ و ۴-۰، به ترتیب تعداد نمونه‌های اخذ شده به تفکیک استان‌ها و کالاقلم‌ها ارائه شده‌اند. مبنای محاسبات جمعیتی، طرح نمونه‌گیری آخرین سال سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ است.

جدول ۳-۰. تعداد نمونه‌ها به تفکیک استان‌ها

استان	تعداد نمونه	استان	تعداد نمونه
آذربایجان شرقی	۱۰۳۱	فارس	۱۲۶۸
آذربایجان غربی	۷۲۲	قزوین	۴۵۸
اردبیل	۴۰۳	قم	۴۴۸
اصفهان	۱۵۳۶	کردستان	۴۰۲
البرز	۷۸۴	کرمان	۷۷۵
ایلام	۱۰۸	کهگیلویه و بویر احمد	۱۶۸
بوشهر	۲۷۳	کرمانشاه	۵۷۵
تهران	۳۴۱۵	گلستان	۳۹۲
چهار محال و بختیاری	۲۲۴	گیلان	۶۷۲
خراسان جنوبی	۲۲۶	لرستان	۴۷۰
خراسان رضوی	۱۵۷۴	مازندران	۶۷۲
خراسان شمالی	۲۵۴	مرکزی	۳۰۹
خوزستان	۱۱۳۴	هرمزگان	۴۷۲
زنجان	۳۵۹	همدان	۴۱۳
سمنان	۱۷۵	یزد	۳۷۹
سیستان و بلوچستان	۶۲۲	کل کشور	۲۰۷۱۳

پرنمودن و تمامی مراحل تایید پرسش‌نامه‌ها به صورت برخط انجام شده است که باعث اعتبار بالای فرآیند جمع‌آوری داده‌هاست. تمامی مراحل فرآیند ورود داده‌ها به صورت برخط قابل رصد توسط ناظرین استانی و کشوری بوده‌اند. هر پرسش‌نامه‌ی تکمیل‌شده توسط ناظر استانی (مدیر کل اداره‌ی استاندارد استان) و ناظر کشوری (مدیرکل دفتر ارزیابی کیفیت کالا و خدمات) از نظر محتوایی و شکلی مورد تایید مجدد قرار گرفته است. در نهایت، در سطح استان‌ها و ستاد کشوری به طور تصادفی با درصدی از پرسش‌شوندگان به صورت حضوری یا تلفنی تماس برقرار شده و از صحت داده‌های درج شده اطمینان حاصل شده است. در مرحله‌ی پاکسازی، حدود سه و نیم درصد از نمونه‌ها به دلیل مخدوش بودن یا داشتن تناقض در پاسخ‌ها احتیاطاً کنار گذاشته شدند. در مرحله‌ی بعد مقادیر مفقوده به صورت مناسب جانپی شدند. در نهایت این مجموعه از داده‌ها برای استخراج شاخص‌ها استفاده شده‌اند.

جدول ۰-۴. تعداد نمونه‌ها به تفکیک استان‌ها

تعداد نمونه	کالا قلم	تعداد نمونه	کالا قلم
۳۷۲	سس	۳۷۶	لوازم کوچک برقی
۳۵۹	کره	۳۷۵	ظروف چینی
۳۶۳	آب لیمو	۳۶۴	ظروف شیشه‌ای
۳۷۵	رب	۳۶۶	ظروف پخت
۳۷۸	روغن مایع	۳۶۴	رایانه
۳۸۰	بستنی	۳۵۷	تلویزیون
۳۷۳	شیر	۳۵۸	پتو
۳۹۰	پنیر	۳۷۲	فرش ماشینی
۳۷۴	بیسکویت و کیک	۳۶۹	بخاری
۳۶۷	شکلات	۳۵۵	کولر
۳۶۳	مربا	۳۶۵	اجاق گاز
۳۷۴	پفک و چیپس	۳۸۴	یخچال فریزر
۳۶۸	خرما	۳۷۷	ماشین لباسشویی و ظرفشویی
۳۷۸	کنسرو ماهی	۳۶۳	جاروبرقی
۳۷۶	سوسیس و کالباس	۳۵۹	وسایل پخت برقی
۳۷۱	ماست	۳۷۸	خودرو
۳۸۵	ماکارونی	۳۶۰	موتور
۳۶۳	کنسرو سبزیجات	۳۶۳	دوچرخه
۳۶۶	چای	۳۶۸	تایر
۳۶۳	آب	۳۷۵	لنت ترمز
۳۷۳	نوشابه	۳۷۵	شوینده‌های بهداشتی
۳۸۳	آبمیوه	۳۸۰	شامپو
۳۵۷	سیگار	۳۶۹	پودر رختشویی
۳۵۹	تلفن همراه	۳۶۸	دستکش
۳۷۵	کفش ورزشی	۳۶۴	مایع ظرفشویی
۳۷۳	مانتوی زنانه	۳۷۶	خمیر دندان
۳۸۳	پیراهن مردانه	۳۷۶	دستمال کاغذی
۳۶۹	لباس نوزاد	۳۴۷	پوشک

۳-۲ مجموعه‌ی شاخص‌ها

روش مورد استفاده در این طرح بر اساس یک مدل توسعه‌یافته از مدل‌های موجود برای سنجش شاخص رضایت در اتحادیه‌ی اروپا و کشورهایمانند سوئد، آمریکا، آلمان و سوئیس است. این مدل امکان بررسی ارتباط بین عوامل مختلف مرتبط با کیفیت را به ما می‌دهد. همچنین امکان سنجش شاخص‌های مهم دیگر را فراهم می‌کند.

جدول ۵-۰. شاخص‌های مورد استفاده برای سنجش کیفیت از ابعاد مختلف

گروه شاخص	شاخص	زیرفصل	کد	نوع	مبنا	هدف سنجش
پایه	رضایت	۱-۳	۱	ترکیبی	کالاقلم	سطح رضایت از کالاقلم با لحاظ کیفیت، قیمت، خدمات پس‌ازفروش و غیره
	کیفیت درک‌شده	۲-۳	۲	ترکیبی	کالاقلم	سطح کیفیت درک‌شده بعد از مصرف کالاقلم
	سطح انتظارات	۳-۳	۳	ترکیبی	کالاقلم	سطح انتظارات کیفی قبل از خرید کالاقلم
	ارزش درک‌شده	۴-۳	۴	ترکیبی	کالاقلم	میزان تناسب قیمت با کیفیت
	نرخ شکایت	۵-۳	۵	ترکیبی	کالاقلم	درصد شکایات
	پاسخگویی به شکایات	۶-۳	۶	ترکیبی	کالاقلم	سطح پاسخگویی مناسب به شکایات
مرتبط با برند	وفاداری	۱-۴	۷	ترکیبی	برند کالاقلم	میزان وفاداری به برند کالاقلم
	تصویر و اعتماد	۲-۴	۸	ترکیبی	برند کالاقلم	سطح اعتماد به برند کالاقلم و داشتن تصویر مناسب از برند
	تسری‌پذیری	۳-۴	۹	ساده	برند کالاقلم	میزان تسری‌پذیری نظرات در مورد برند کالاقلم به سایر برندها
مرتبط با رفتار مصرف‌کننده	کیفیت‌محوری	۱-۵	۱۰	ساده	کالاقلم	میزان اهمیت‌دهی به کیفیت در هنگام خرید کالاقلم
	دقت به اطلاعات	۲-۵	۱۱	ساده	کالاقلم	میزان دقت به اطلاعات درج‌شده بر روی کالاقلم
	برندمحوری	۳-۵	۱۲	ساده	کالاقلم	میزان توجه به برند کالاقلم در هنگام خرید
	توجه به بسته‌بندی	۴-۵	۱۳	ساده	کالاقلم	میزان توجه به نحوه‌ی بسته‌بندی کالاقلم در هنگام خرید
	ترجیح تولید داخل	۵-۵	۱۴	ساده	کالاقلم	میزان ترجیح کالاقلم تولید داخل به خارجی با فرض یکسانی قیمت‌ها
	توجه به پایداری	۶-۵	۱۵	ساده	کالاقلم	میزان توجه به ابعاد پایداری کالاقلم در هنگام خرید
	ترجیح کیفیت به قیمت	۷-۵	۱۶	ساده	کالاقلم	سطح الویت‌دهی کیفیت نسبت به قیمت در هنگام خرید کالاقلم
	حسن مصرف	۸-۵	۱۷	ساده	کالاقلم	میزان توجه به نحوه‌ی مصرف درست کالاقلم
	مصرف‌گرایی	۹-۵	۱۸	ساده	کالاقلم	سطح علاقه به تعویض کالاقلم کارکرده علیرغم قابل استفاده بودن آن
	توجه به خدمات پس‌ازفروش	۱۰-۵	۱۹	ساده	کالاقلم	میزان توجه به خدمات پس‌ازفروش در هنگام خرید کالاقلم
		رضایت کل‌نگر	۱-۶	۲۰	ساده	کلی
مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کننده	کیفیت تولید داخلی	۲-۶	۲۱	ساده	کلی	میزان کیفیت تولیدات داخلی به طور کلی
	اعتماد به تولیدکنندگان داخلی	۳-۶	۲۲	ساده	کلی	اعتماد به تولیدکنندگان ایران به طور کلی
	امید به بهبود کیفیت	۴-۶	۲۳	ساده	کلی	سطح امید به بهتر شدن کیفیت کالاها در آینده‌ی نزدیک
	احساس بهبود کیفیت	۵-۶	۲۴	ساده	کلی	درصد افرادی که کیفیت کالا در سال ۱۴۰۱ را بهتر از ۱۴۰۰ می‌دانند

شاخص‌های مورد سنجش در این گزارش در جدول ۵-۰ ارایه شده‌اند. توجه کنید این شاخص‌ها به چهار دسته‌ی کلی تقسیم می‌شوند. برخی از این شاخص‌ها ترکیبی هستند یعنی از ترکیب چندین متغیر آشکار حاصل می‌شوند.

توجه کنید کد ارائه‌شده برای هر شاخص در جدول فوق در آغاز شماره‌ی تمامی نمودارها و جداول مرتبط با آن شاخص استفاده شده است. در این جدول همچنین زیرفصل مرتبط با هر شاخص مشخص شده است.

۴-۲ نحوه‌ی استفاده از گزارش

در ادامه‌ی این گزارش، چهار فصل ۳ تا ۶ مقادیر ۲۴ شاخص را به تفکیک چهار دسته اصلی مشخص شده در جدول ۵-۰ ارائه می‌کنند. لذا این فصول به ترتیب دربرگیرنده‌ی شاخص‌های متعلق به دسته‌ی پایه (۶ شاخص)، مرتبط با برند (۳ شاخص)، مرتبط با رفتار مصرف‌کننده (۱۰ شاخص) و مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کننده (۵ شاخص) هستند. در هر فصل برای هر شاخص یک زیرفصل در نظر گرفته شده است و مقادیر شاخص در چهار سطح کلان (با عنوان شاخص کل)، کالاقلم، بخش و استان محاسبه شده‌اند. به جهت تسهیل خواندن گزارش، شماره‌ی تمامی جداول و نمودارهای مرتبط با یک شاخص با کد ارائه‌شده در جدول ۵-۰ شروع می‌شوند. توجه کنید در هر سطح کالاقلم، بخش و استان خوشه‌بندی لازم نیز ارائه شده است.

در زیر نکات مهم برای درک بهتر نمودارها، اعداد، خوشه‌ها و رنگ‌های مورد استفاده در هر زیر فصل ارائه شده‌اند.

۱. در تمامی نمودارها و جداول، سطح اطمینان ۹۵ درصد برای محاسبه‌ی بازه‌ی تغییرات آماری شاخص‌ها استفاده شده است (به عبارتی دیگر، هر بازه‌ی ارائه‌شده با احتمال ۹۵ درصد دربرگیرنده‌ی شاخص مورد سنجش است). در آزمون‌های آماری مورد نیاز برای خوشه‌بندی، سطح آزمون در مقایسات زوجی برابر ۵ درصد است (بیشینه‌ی خطای نوع اول ۵ درصد است).

۲. خوشه‌ها به ترتیب از بهتر به بدتر بر اساس میانگین مقادیر شاخص اعضای خوشه‌ها شماره‌گذاری شده‌اند. لذا خوشه‌ی ۱ همیشه متناظر با بهترین خوشه است. توجه کنید برای برخی از شاخص‌ها مانند نرخ شکایات یا مصرف‌گرایی، مقدار شاخص هرچه کمتر باشد وضعیت بهتری را شاهد هستیم.

۳. برای هر شاخص رنگ آبی تیره متناظر با بهترین خوشه و رنگ قرمز تیره متناظر با بدترین خوشه است. بقیه رنگ‌ها به صورت طیفی بین این دو رنگ تغییر می‌کنند. رنگ سفید نشانگر عدد میانه‌ی بین کوچکترین و بزرگترین مقادیر است. ملاک انتخاب رنگ هر خوشه (و تمامی اعضای آن) میانگین مقادیر شاخص اعضای آن خوشه است.

۴. رنگ‌ها در زیرفصل‌های مختلف قابل مقایسه نیستند و تنها در هر زیرفصل قابل تفسیر هستند. برای مثال اگر عدد ۷۰ درصد در یک زیر فصل متناظر با آبی تیره باشد، ممکن است در زیرفصل دیگری بخاطر وجود اعداد بزرگتر، متناظر با آبی کم‌رنگ شود.

۵. به دلیل وجود خطای برآورد، رتبه‌بندی تنها بر اساس مقادیر شاخص‌ها از لحاظ آماری می‌تواند بی‌اعتبار باشد. لذا توصیه می‌شود از خوشه‌ها برای رتبه‌بندی استفاده شود. توجه کنید اگر سطح معنی‌دار تنظیم‌شده فعلی (یعنی ۵ درصد) در آزمون‌های مورد استفاده برای خوشه‌بندی عوض شود، تعداد خوشه‌بندی‌ها ممکن است تغییر کند.

۶. همانطور که ملاحظه می‌شود تعداد نمونه‌ی گرفته‌شده برای محاسبه‌ی اکثر شاخص‌ها مناسب بوده و باعث دستیابی به مقادیر کم خطای برآورد شده است. برای استان‌های کم‌جمعیت، به دلیل کم بودن تعداد نمونه، میزان خطای شاخص‌های استانی قابل توجه است.

۷. توجه کنید که شاخص‌های مصرف‌گرایی و توجه به خدمات پس‌ازفروش برای پنج بخش کالای منزل، کالای شخصی، مواد خوراکی، نوشیدنی و دخانیات و کالاقلم‌های مرتبط با آنها به دلیل نداشتن ارتباط معنادار تعریف نشده‌اند. ضمناً شاخص رسیدگی به شکایات به دلیل کم بودن تعداد نمونه‌ها تنها در سطح کلان محاسبه شده است.

در زیر نکاتی تکمیلی برای درک بهتر شاخص‌های مورد بررسی در این گزارش ارائه شده‌اند.

أ. در سه فصل ۳، ۴ و ۵، شاخص‌های کل تنها بر اساس ۱۲ بخش اول در جدول ۱-۰ (که نوعاً دربرگیرنده‌ی کالاهای مشمول استاندارد اجباری هستند) محاسبه شده‌اند. در محاسبه‌ی شاخص‌های کل، از اوزان ارایه‌شده در جدول ۲-۰ استفاده شده است. همانطور که قبلاً گفته شد این اوزان بر اساس ضرایب اهمیت بخش‌های متناظر در محاسبه‌ی نرخ تورم بعد از نرمالسازی به دست آمده‌اند. با توجه به بالا بودن وزن بخش مواد خوراکی از یک طرف و خوب بودن مقادیر شاخص‌ها برای کالاقلم‌های این بخش از طرف دیگر، وزن‌دهی فعلی برای محاسبه‌ی شاخص‌های کل را می‌توان نسبتاً سهل‌گیرانه قلمداد نمود که به نحوی اثرات بخش‌های ضعیف را پوشش می‌دهد.

ب. در سنوات بعد، در صورت استفاده از نسخه‌ی جدیدتری از گزارش نتایج تفصیلی هزینه و درآمد خانوار (نسخه فعلی برای سال ۱۴۰۰ است) برای محاسبه‌ی اوزان بخش‌ها، باید شاخص‌های سال ۱۴۰۱ نیز دوباره با اوزان جدید محاسبه شوند تا مقایسه‌ی شاخص‌های کل در دو دوره‌ی متوالی منصفانه باشد.

ت. در سه فصل ۳، ۴ و ۵، شاخص‌ها برای هر بخش با استفاده از روش هم‌وزن محاسبه شده‌اند، یعنی اوزان تمام کالاقلم‌های ذیل آن بخش یکسان لحاظ شده‌اند. این امکان وجود داشت که برای هر کالاقلم، وزنی متناسب با ضریب اهمیت کالاقلم مشابه مورد بررسی در سنجش نرخ تورم تعریف شود، لکن به دلیل عدم وجود یک تناظر یک‌به‌یک قابل قبول برای بسیاری از کالاقلم‌ها، استفاده از این روش منتفی شد. بدیهی است با افزودن کالاقلم‌های بیشتر به هر بخش، مقدار شاخص‌های مرتبط با آن بخش به طور جامع‌تر و دقیق‌تر مورد سنجش قرار می‌گیرد.

ث. برای شاخص‌ها ترکیبی، پایایی آماری در حد خوبی برقرار است. برای شاخص رضایت که در جهان بسیار مورد توجه است، میزان پایایی بسیار خوب است و حتی از میزان پایایی شاخص کیفیت درک‌شده نیز بهتر است (آلفای کرونباخ برای شاخص‌های رضایت تمامی کالاقلم‌ها حدوداً ۹۰ درصد یا بالاتر بوده است). ضمناً به جهت داشتن امکان مقایسه‌ی منصفانه‌ی مقادیر هر شاخص برای کالاقلم‌های متفاوت و همچنین مقادیر

هر شاخص در سنوات متوالی، ترکیب متغیرهای آشکار به صورت میانگین حسابی با اوزان برابر در نظر گرفته شده است. این نکته باید مورد تاکید قرار گیرد که در صورت استفاده از اوزان مستخرج از معادلات ساختاری متناظر، تغییر چندانی در مقادیر شاخص‌های ترکیبی اتفاق نمی‌افتد چراکه آن ضرایب بسیار مشابه هم هستند.

ج. تاثیر ۹ عامل جمعیت‌شناختی (جنسیت، سطح تحصیلات، نوع سکونت، وضعیت تاهل، نوع اشتغال، سطح درآمد، سن، اعضای خانوار و محل سکونت) بر روی تمامی متغیرهای آشکار کمی به وسیله چندین آزمون پارامتری بررسی شده است. عامل محل سکونت یا همان استان تنها عاملی است که به طور گسترده باعث تفاوت معنی‌دار آماری در مقادیر این متغیرها است. لذا در این گزارش شاخص‌ها به تفکیک استانی نیز ارایه شده‌اند.

ح. به جهت کم بودن تعداد نمونه‌های مآخوذه برای هر کالاقلم در بسیاری از استان‌ها، مقادیر شاخص‌ها برای هر کالاقلم و هر استان نوعا دارای خطای برآورد آماری بسیار بالا هستند. ضمنا برای شاخص‌های استانی این احتمال وجود دارد که مقادیر شاخص‌ها قابل تسری به تمام جمعیت استان نباشند چراکه نمونه‌گیری تنها از مراکز استان‌ها صورت گرفته است. با توجه به اینکه نوعا مراکز استان بهره‌مندتر هستند و دسترسی بهتری به کالا و خدمات کیفی دارند این امکان وجود دارد که با گسترش دامنه‌ی نمونه‌گیری به سایر مناطق استان مقادیر شاخص‌های استانی از آنچه که هست بدتر شود. از این نکته همچنین مستفاد می‌شود که تمامی شاخص‌ها در شرایط خوش‌بینانه‌ای محاسبه شده‌اند.

خ. با توجه به زمان‌بر بودن تغییرات کیفی و ادراک آن‌ها توسط مصرف‌کنندگان، سنجش برخی شاخص‌های کم‌لویت می‌تواند در دوره‌های زمانی طولانی‌تر به جای سالانه انجام شود.

د. با مقایسه‌ی مقادیر یک شاخص در دو دوره‌ی متوالی می‌توان نرخ رشد مرتبط با آن شاخص را محاسبه نمود. لکن در تحلیل نرخ رشد باید محتاط بود چرا که مثبت یا منفی بودن تفاضل مقادیر شاخص در دو

دوره‌ی متوالی لزوماً از منظر آماری به معنی رشد یا رکود نیست. در حقیقت، تنها اگر فاصله‌ی اطمینان مقدار تفاضل تماماً شامل اعداد مثبت باشد، رشد از لحاظ آماری معنی‌دار است.

د. شاخص‌های کل ارایه‌شده در فصول ۳، ۴ و ۵ در مقایسه با شاخص‌های مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کنندگان که در فصل ۶ محاسبه‌شده‌اند، دارای ارزش فنی بیشتری هستند به این دلیل که در هنگام پرسشگری مصرف‌کننده با تمرکز بر تجربه‌ی مصرف خود از یک کالاقلم مشخص به ارایه‌ی نظرات خود می‌پردازد و کم‌تر متأثر از احساسات، سلیق سیاسی و یا عوامل اجتماعی است. ولی این بدان معنا نیست که آنچه به صورت کلی توسط مصرف‌کنندگان (حتی همراه با بزرگنمایی یا کوچک‌نمایی) احساس می‌شود را می‌توان نادیده گرفت چراکه این قبیل دریافته‌های کلی می‌توانند تأثیری جدی بر روی فرآیند تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان داشته باشند.

ر. برای بالا بردن دقت سنجش هر شاخص، بهتر آن بود که هر کالاقلم از یک برند مشخص مورد بررسی قرار می‌گرفت. همچنین این موضوع به طور جانبی کمک می‌کرد که بتوان برندهای مختلف از یک کالاقلم که تشکیل‌دهنده‌ی سهم عمده از بازار مصرف هستند را مقایسه نمود. لکن محدودیت‌های اطلاعاتی و اجرایی اجازه‌ی انجام چنین کاری را در عمل نمی‌داد. البته برای برخی کالاقلم‌ها مانند خودرو تعداد نمونه‌ی کافی برای استخراج نتایج معنی‌دار آماری به تفکیک چند برند اصلی وجود دارد که در این گزارش منعکس نشده است.

فصل ۳. شاخص‌های پایه

در این فصل، شش شاخص پایه که اغلب ترکیبی هستند مورد سنجش قرار می‌گیرند. توجه کنید که این شاخص‌ها وابسته به کالاقلمی هستند که مصرف‌کننده در مورد آن نظر می‌دهد. برای جزئیات بیشتر به جدول ۵-۰ مراجعه کنید.

۱-۳ شاخص رضایت

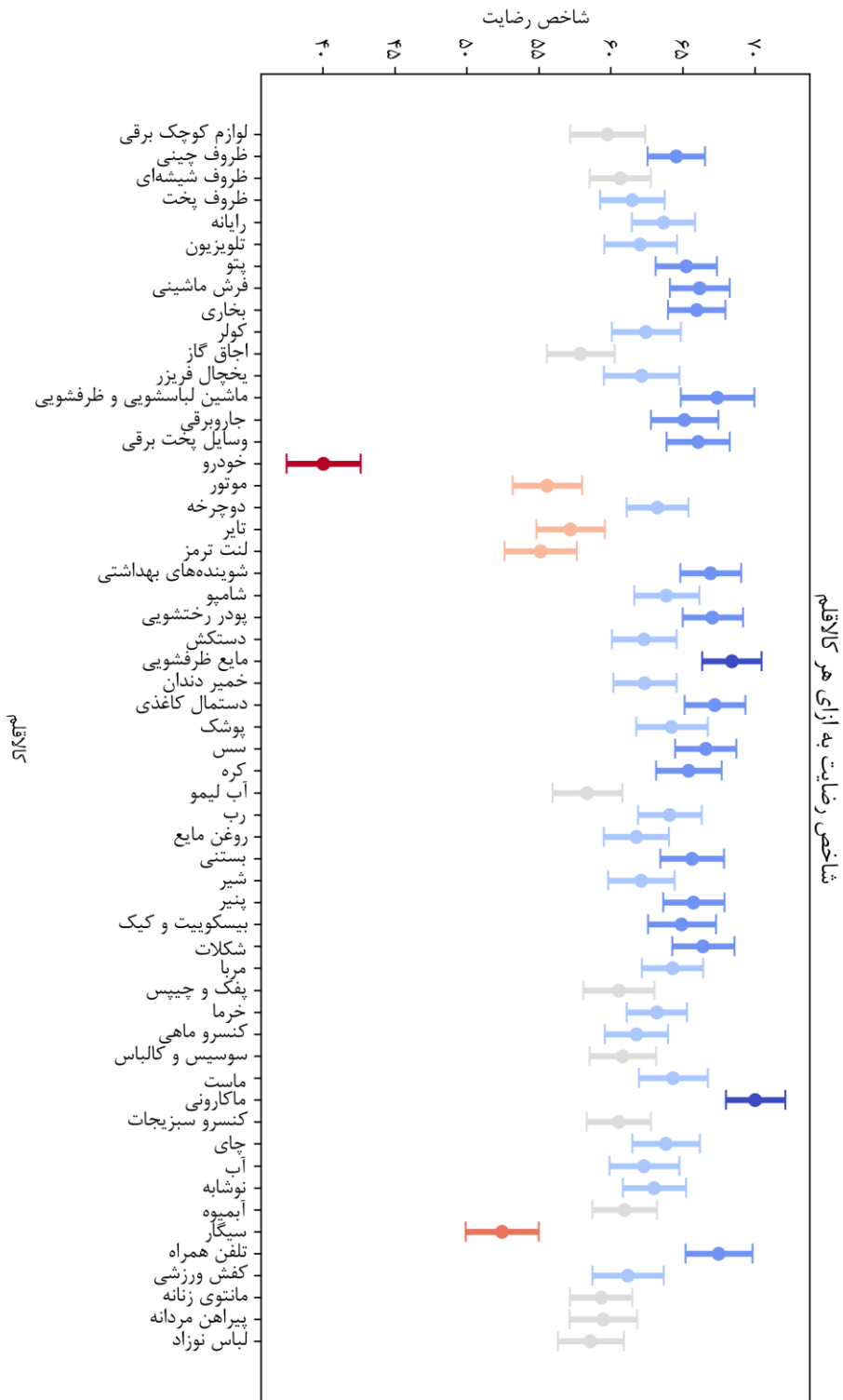
مقدار شاخص رضایت کل برابر 1.51 ± 62.62 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۱-۳ شاخص رضایت به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص رضایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱. شاخص رضایت به ازای هر کالا/قلم

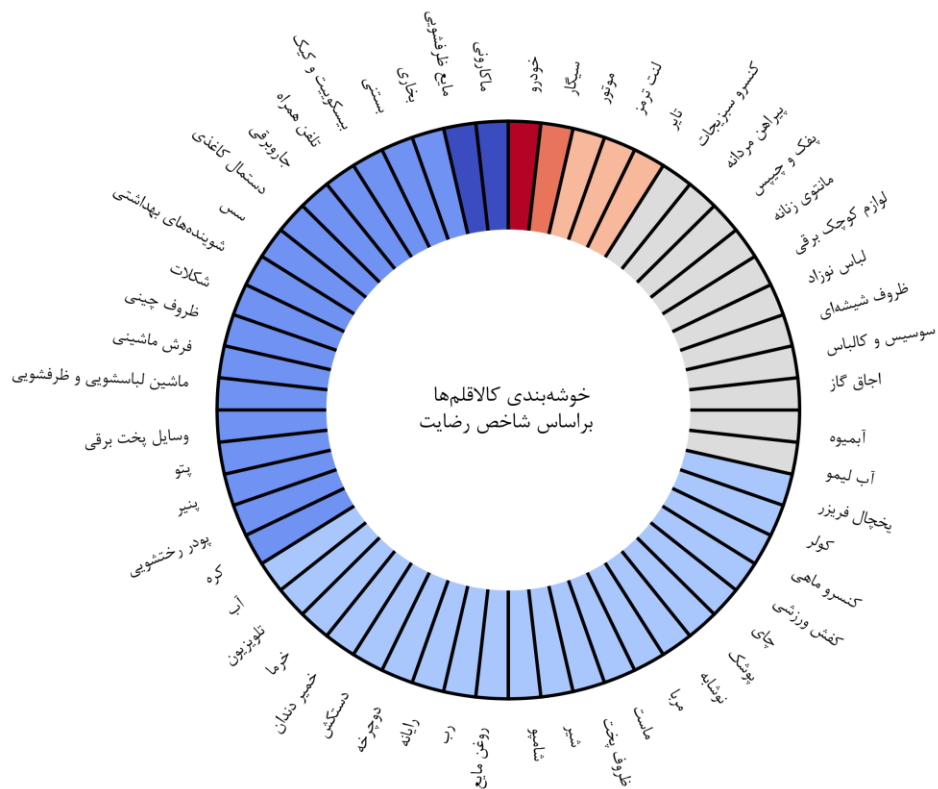
کالا/قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۵۹.۷۵ ± ۲.۶۱	۶۴.۵۳ ± ۲.۰۱	۶۰.۶۳ ± ۲.۱۱	۶۱.۴۷ ± ۲.۲۴	۶۳.۶۴ ± ۲.۱۹	۶۲.۰۴ ± ۲.۵۲	۶۵.۲۲ ± ۲.۱۳
کالا/قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۶۶.۱۵ ± ۲.۰۹	۶۵.۹۴ ± ۱.۹۹	۶۲.۴۳ ± ۲.۳۸	۵۷.۸۹ ± ۲.۳۶	۶۲.۱۲ ± ۲.۶۲	۶۷.۳۸ ± ۲.۵۵	۶۵.۱۱ ± ۲.۳۳
کالا/قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۶۶.۰۵ ± ۲.۱۹	۴۰.۰۳ ± ۲.۵۸	۵۵.۵۷ ± ۲.۳۹	۶۳.۲۲ ± ۲.۱۴	۵۷.۱۷ ± ۲.۳۸	۵۵.۰۹ ± ۲.۵۱	۶۶.۹۲ ± ۲.۱۱
کالا/قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۶۳.۸۶ ± ۲.۲۶	۶۷.۰۵ ± ۲.۰۱	۶۲.۲۹ ± ۲.۲۳	۶۸.۳۹ ± ۲.۰۷	۶۲.۳۴ ± ۲.۱۹	۶۷.۲ ± ۲.۰۱	۶۴.۲۲ ± ۲.۰۵
کالا/قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۶۶.۵۸ ± ۲.۱۳	۶۵.۴ ± ۲.۲۷	۵۸.۳۵ ± ۲.۴۳	۶۴.۰۸ ± ۲.۲۱	۶۱.۷۵ ± ۲.۲۵	۶۵.۶۳ ± ۲.۰۲	۶۲.۰۱ ± ۲.۳۲
کالا/قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۶۵.۷۴ ± ۲.۱۳	۶۴.۹۱ ± ۲.۳۵	۶۶.۴ ± ۲.۱۷	۶۴.۲۶ ± ۲.۱۳	۶۰.۵۳ ± ۲.۴۶	۶۳.۱۷ ± ۲.۱۱	۶۱.۷۵ ± ۲.۱۷
کالا/قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۶۰.۸۱ ± ۲.۳۲	۶۴.۳۱ ± ۲.۳۹	۷۰.۰۳ ± ۲.۰۶	۶۰.۵۳ ± ۲.۲۴	۶۳.۸۲ ± ۲.۳۵	۶۲.۳ ± ۲.۴۲	۶۲.۰ ± ۲.۲
کالا/قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۶۰.۹۴ ± ۲.۲۴	۵۲.۴۳ ± ۲.۵۵	۶۷.۴۹ ± ۲.۳۱	۶۱.۱۸ ± ۲.۴۸	۵۹.۳۱ ± ۲.۱۸	۵۹.۴۷ ± ۲.۳۴	۵۸.۵۸ ± ۲.۲



نمودار ۱-۱. شاخص رضایت به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ماکارونی - مایع ظرفشویی
- خوشه ۲: بخاری - بستنی - بیسکویت و کیک - تلفن همراه - جاروبرقی - دستمال کاغذی - سس - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - ظروف چینی - فرش ماشینی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - وسایل پخت برقی - پتو - پنیر - پودر رختشویی - کره
- خوشه ۳: آب - تلویزیون - خرما - خمیر دندان - دستکش - دوچرخه - رایانه - رب - روغن مایع - شامپو - شیر - ظروف پخت - ماست - مربا - نوشابه - پوشک - چای - کفش ورزشی - کنسرو ماهی - کولر - یخچال فریزر
- خوشه ۴: آب لیمو - آبمیوه - اجاق گاز - سوسیس و کالباس - ظروف شیشه‌ای - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - مانتوی زنانه - پفک و چیپس - پیراهن مردانه - کنسرو سبزیجات
- خوشه ۵: تایر - لنت ترمز - موتور - سیگار - خودرو
- خوشه ۶: سیگار
- خوشه ۷: خودرو



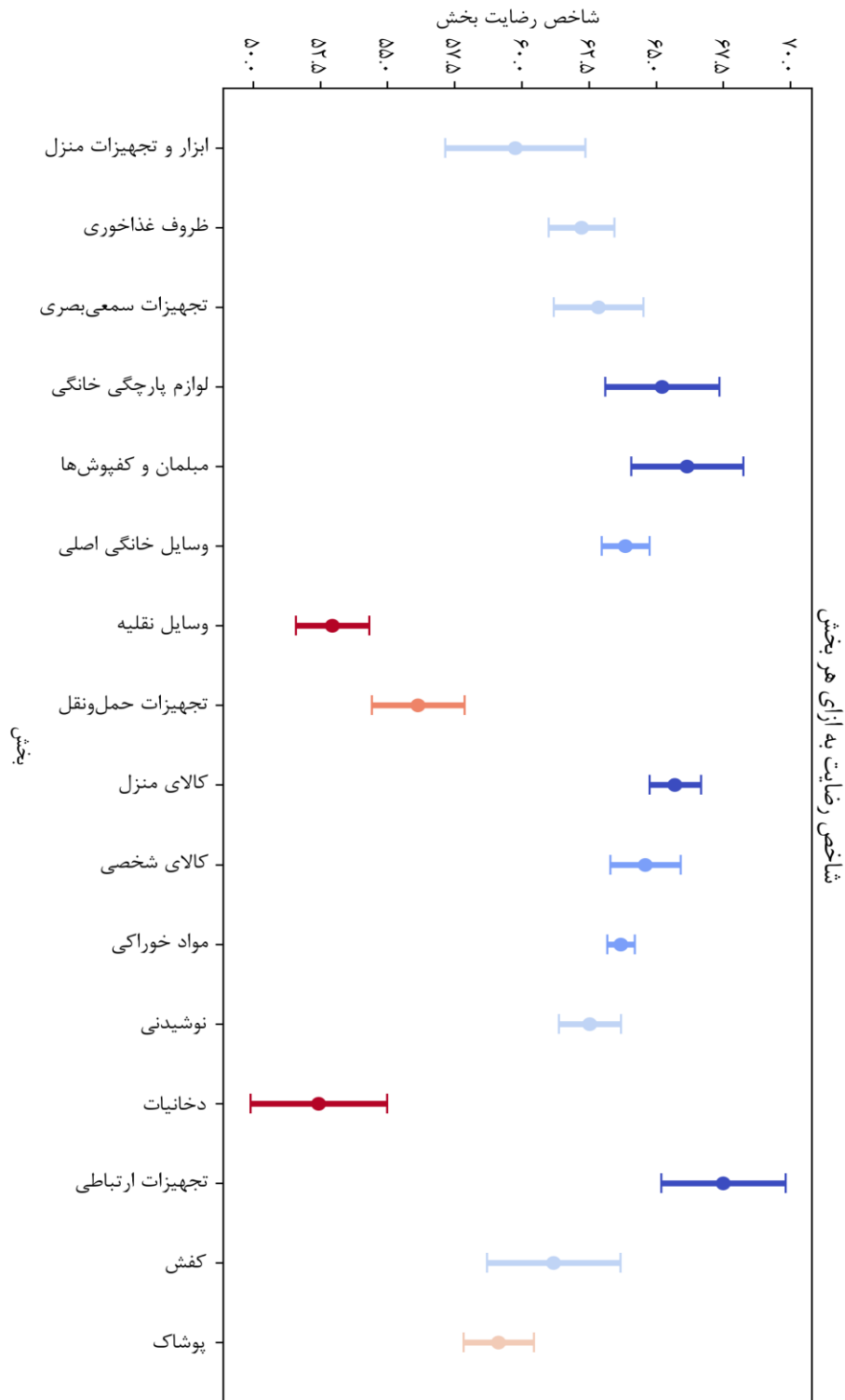
نمودار ۱-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص رضایت

۲-۱-۳ شاخص رضایت به ازای هر بخش

مقادیر شاخص رضایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۱. شاخص رضایت به ازای هر بخش

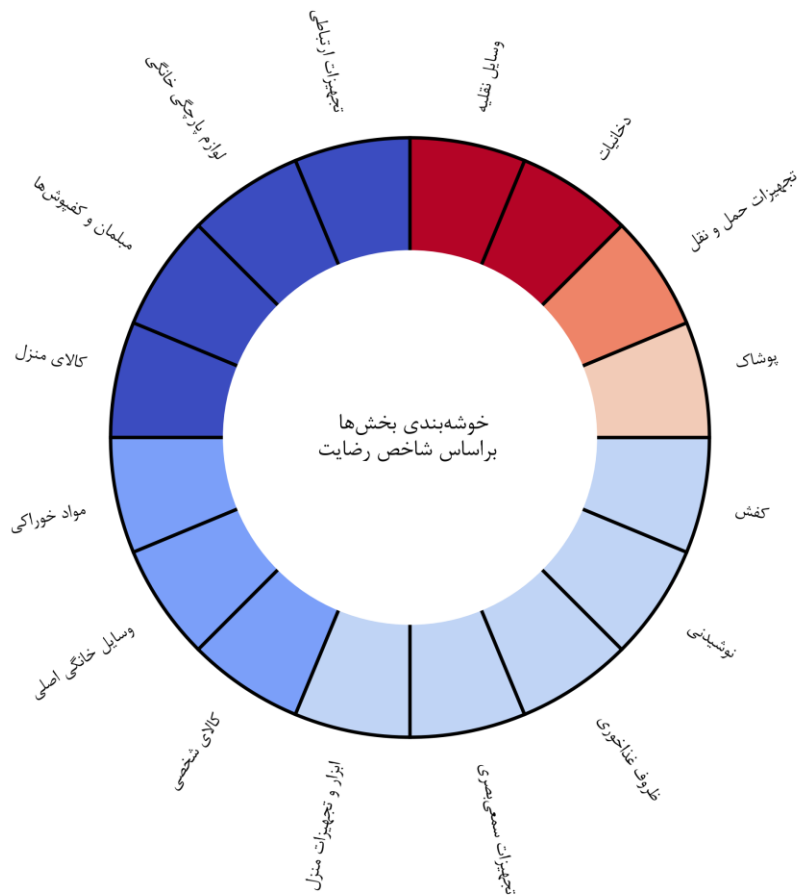
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۵۹.۷۵ ± ۲.۶۱	۶۲.۲۱ ± ۱.۲۲	۶۲.۸۴ ± ۱.۶۷	۶۵.۲۲ ± ۲.۱۳	۶۶.۱۵ ± ۲.۰۹	۶۳.۸۵ ± ۰.۸۹	۵۲.۹۴ ± ۱.۳۷
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۶.۱۳ ± ۱.۷۳	۶۵.۷ ± ۰.۹۶	۶۴.۵۹ ± ۱.۳۱	۶۳.۶۸ ± ۰.۵۳	۶۲.۵۲ ± ۱.۱۵	۵۲.۴۳ ± ۲.۵۵	۶۷.۴۹ ± ۲.۳۱
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۶۱.۱۸ ± ۲.۴۸	۵۹.۱۲ ± ۱.۳۱					



نمودار ۱-۳. شاخص رضایت به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - کالای منزل
- خوشه ۲: مواد خوراکی - وسایل خانگی اصلی - کالای شخصی
- خوشه ۳: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات سمعی بصری - ظروف غذاخوری - نوشیدنی - کفش
- خوشه ۴: پوشاک
- خوشه ۵: تجهیزات حمل و نقل
- خوشه ۶: دخانیات - وسایل نقلیه



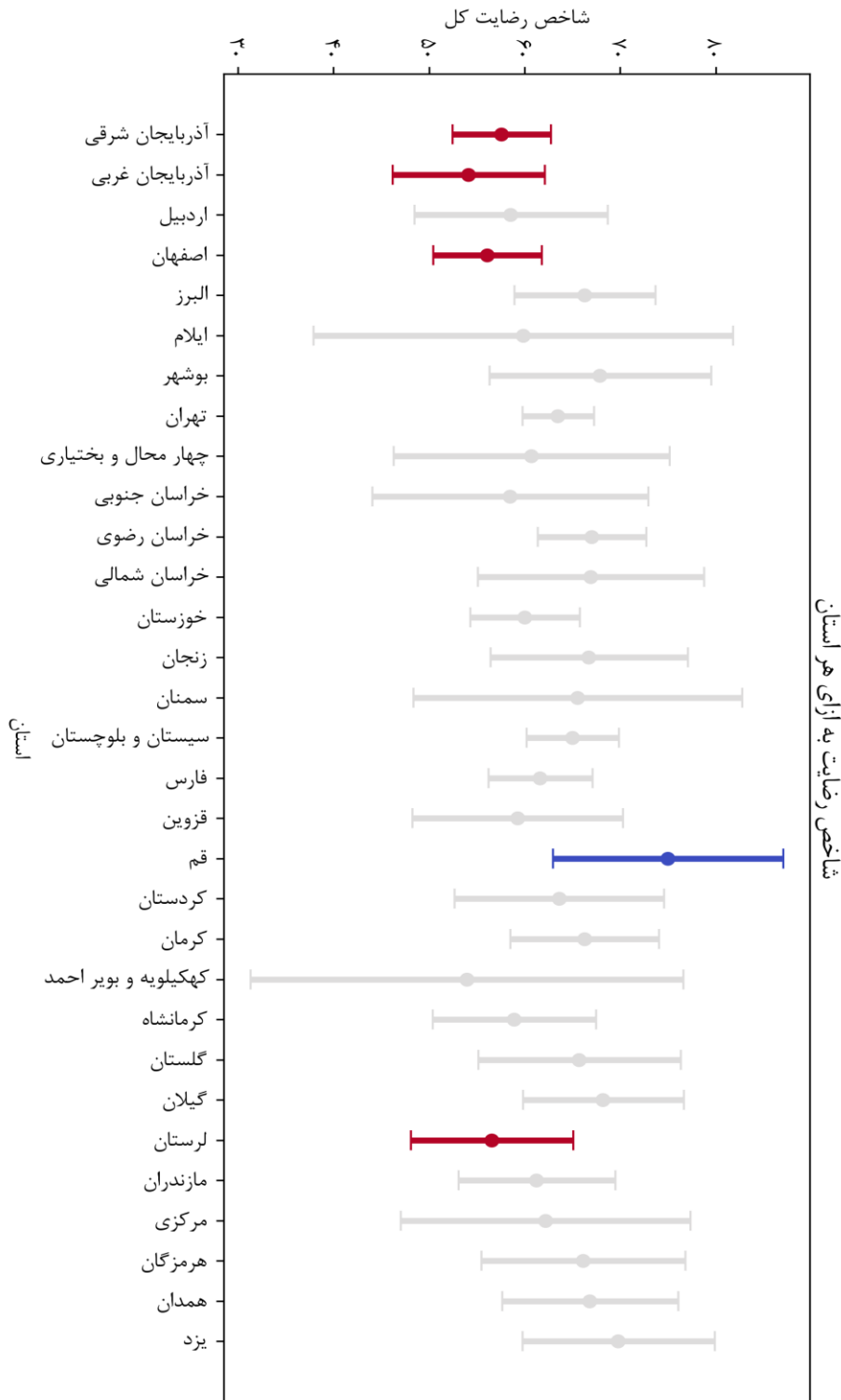
نمودار ۱-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص رضایت

۳-۱-۳ شاخص رضایت به ازای هر استان

مقادیر شاخص رضایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱-۳. شاخص رضایت به ازای هر استان

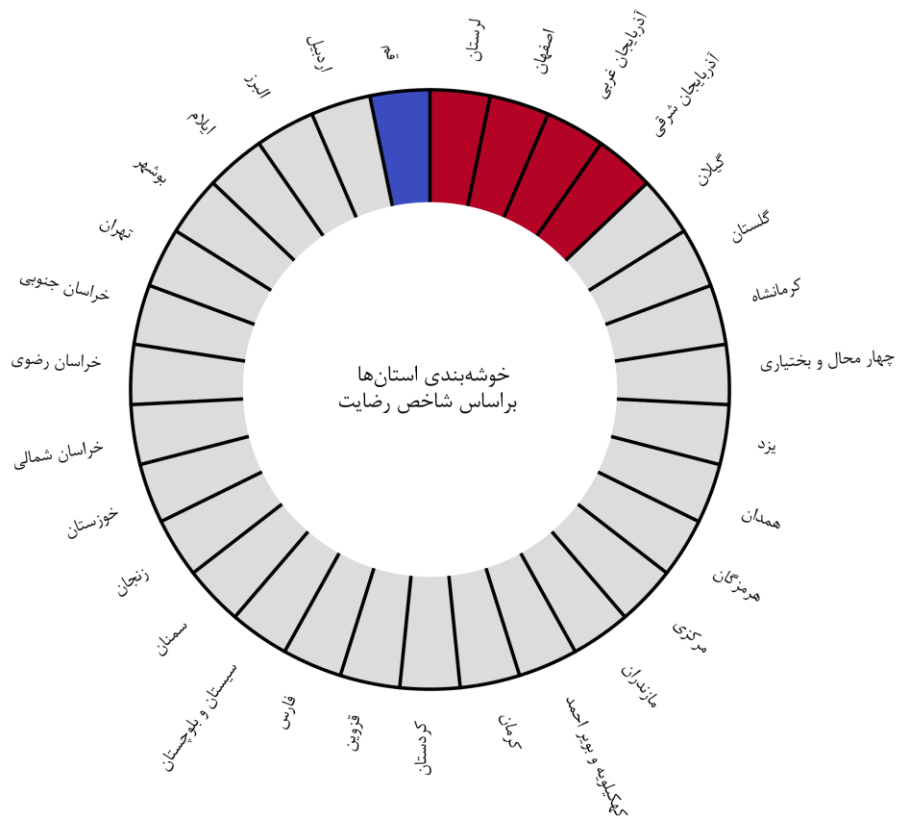
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۷.۵۵ ± ۵.۱۴	۵۴.۱ ± ۷.۹۸	۵۸.۵۳ ± ۱۰.۱۱	۵۶.۰۷ ± ۵.۶۶	۶۶.۲۷ ± ۷.۳۹	۵۹.۸۱ ± ۲۱.۹۵	۶۷.۸۷ ± ۱۱.۶
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۳.۴۵ ± ۳.۷۴	۶۰.۶۶ ± ۱۴.۴۴	۵۸.۴۶ ± ۱۴.۴۴	۶۷.۰ ± ۵.۶۸	۶۶.۹ ± ۱۱.۸۲	۶۰.۰ ± ۵.۷۲	۶۶.۷۱ ± ۱۰.۳۱
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۶۵.۵۲ ± ۱۷.۲۱	۶۵.۰ ± ۴.۸۲	۶۱.۶ ± ۵.۴۳	۵۹.۲۳ ± ۱۱.۰۳	۷۴.۹۶ ± ۱۲.۰۷	۶۳.۵۸ ± ۱۰.۹۶	۶۶.۲۴ ± ۷.۷۸
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۵۳.۹۲ ± ۲۲.۶۴	۵۸.۸۸ ± ۸.۵۷	۶۵.۶۹ ± ۱۰.۶	۶۸.۱۸ ± ۸.۴۱	۵۶.۵۳ ± ۸.۴۹	۶۱.۲۴ ± ۸.۱۹	۶۲.۱۶ ± ۱۵.۱۵
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۶۶.۱ ± ۱۰.۶۸	۶۶.۸ ± ۹.۲۱	۶۹.۷۹ ± ۱۰.۰۴				



نمودار ۱-۵. شاخص رضایت به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم
- خوشه ۲: اردبیل - البرز - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان جنوبی - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - سیستان و بلوچستان - فارس - قزوین - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - آذربایجان غربی - اصفهان - لرستان



نمودار ۱-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص رضایت

۲-۳ شاخص کیفیت درک شده

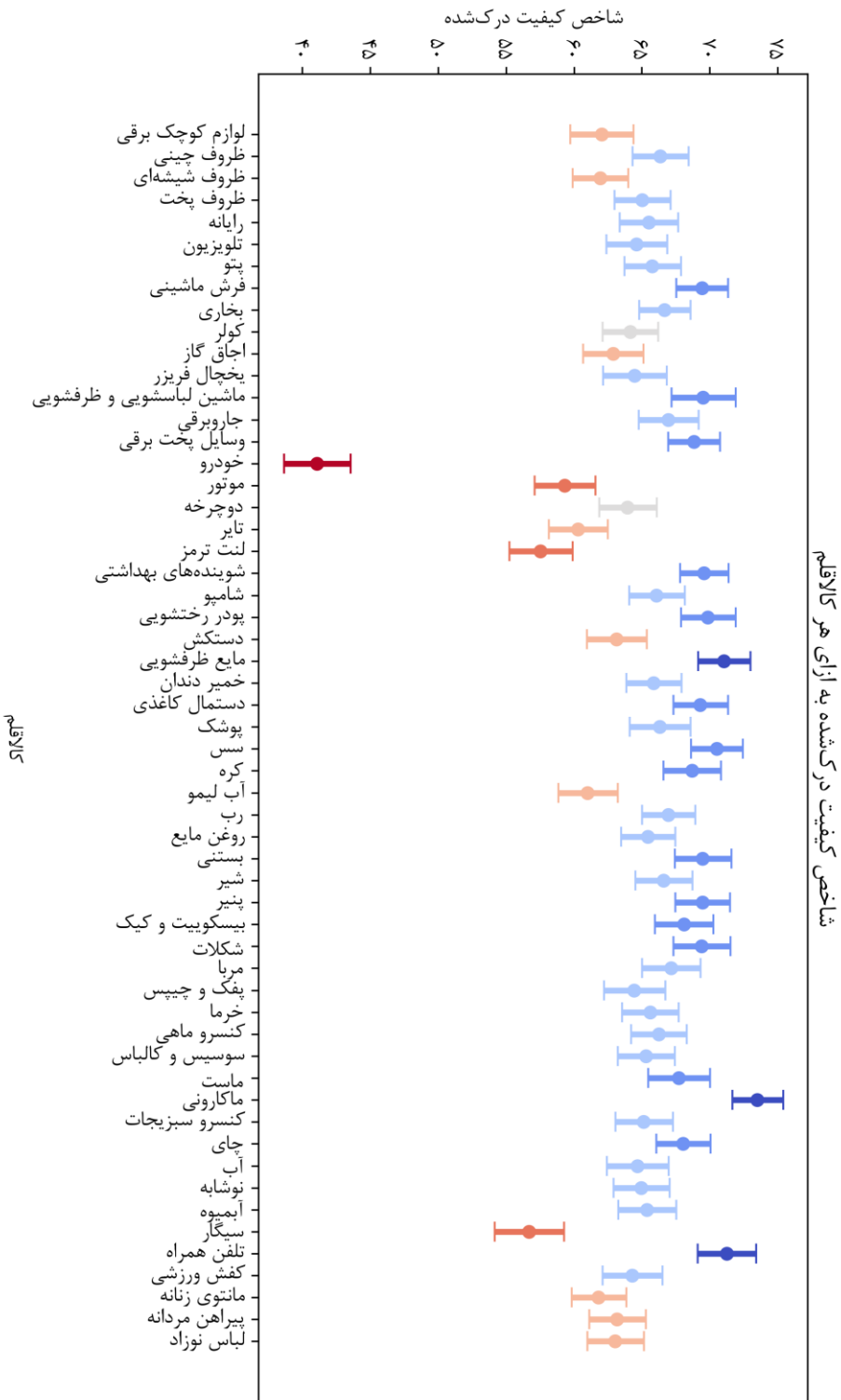
مقدار شاخص کیفیت درک شده کل برابر 1.41 ± 65.86 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۲-۳ شاخص کیفیت درک شده به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص رضایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۲-۳ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۲ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۲. شاخص کیفیت درک شده به ازای هر کالاقلم

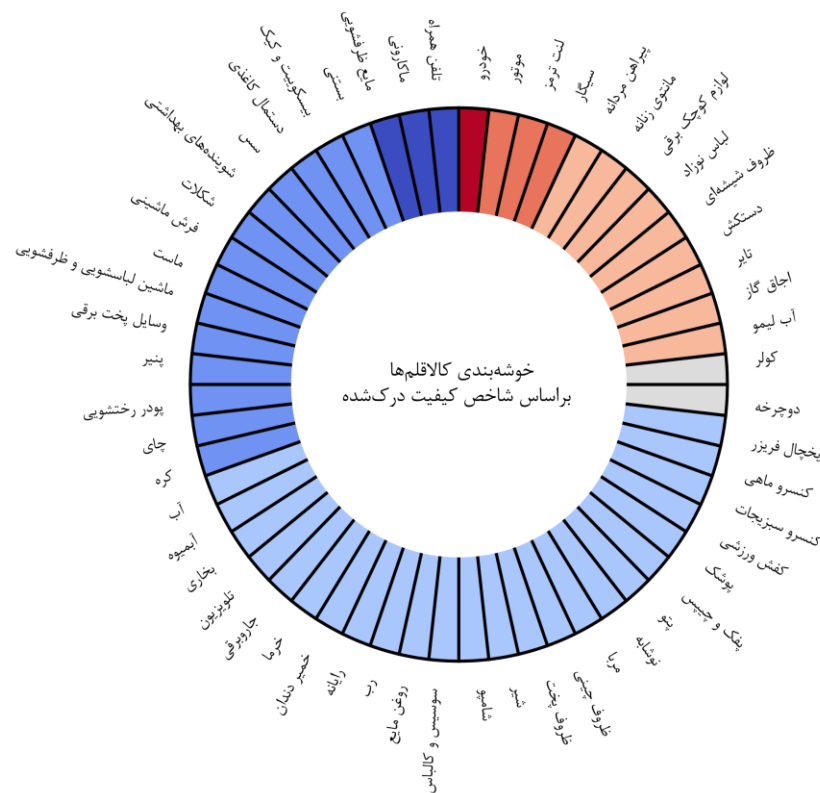
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	62.04 ± 2.34	66.34 ± 2.06	61.93 ± 2.06	65.03 ± 2.06	65.5 ± 2.16	64.6 ± 2.22	65.77 ± 2.1
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	69.42 ± 1.92	66.68 ± 1.89	64.14 ± 2.04	62.88 ± 2.22	64.46 ± 2.37	69.51 ± 2.35	66.94 ± 2.21
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	68.82 ± 1.92	41.08 ± 2.46	59.3 ± 2.24	63.94 ± 2.12	60.3 ± 2.18	57.54 ± 2.34	69.58 ± 1.79
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	66.08 ± 2.05	69.86 ± 2.01	63.13 ± 2.21	71.04 ± 1.92	65.86 ± 2.03	69.3 ± 2.01	66.31 ± 2.24
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	70.5 ± 1.91	68.68 ± 2.12	61.01 ± 2.19	66.95 ± 1.96	65.44 ± 2.01	69.48 ± 2.08	66.59 ± 2.1
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	69.45 ± 2.01	68.09 ± 2.15	69.38 ± 2.09	67.14 ± 2.13	64.44 ± 2.26	65.6 ± 2.07	66.24 ± 2.06
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	65.3 ± 2.12	67.71 ± 2.27	73.5 ± 1.88	65.13 ± 2.12	68.03 ± 1.99	64.66 ± 2.28	64.95 ± 2.06
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لیاس نوزاد
شاخص	65.38 ± 2.14	56.69 ± 2.55	71.24 ± 2.15	64.29 ± 2.21	61.81 ± 2.01	63.18 ± 2.08	63.03 ± 2.09



نمودار ۲-۱. شاخص کیفیت درک شده به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تلفن همراه - ماکارونی - مایع ظرفشویی
- خوشه ۲: بستنی - بیسکویت و کیک - دستمال کاغذی - سس - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - فرش ماشینی - ماست - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - وسایل پخت برقی - پنیر - پودر رختشویی - چای - کره
- خوشه ۳: آب - آبمیوه - بخاری - تلویزیون - جاروبرقی - خرما - خمیر دندان - رایانه - رب - روغن مایع - سوسیس و کالباس - شامپو - شیر - ظروف پخت - ظروف چینی - مربا - نوشابه - پتو - پفک و چیپس - پوشک - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات - کنسرو ماهی - یخچال فریزر
- خوشه ۴: دوچرخه - کولر
- خوشه ۵: آب لیمو - اجاق گاز - تایر - دستکش - ظروف شیشه‌ای - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - مانتوی زنانه - پیراهن مردانه
- خوشه ۶: سیگار - لنت ترمز - موتور
- خوشه ۷: خودرو



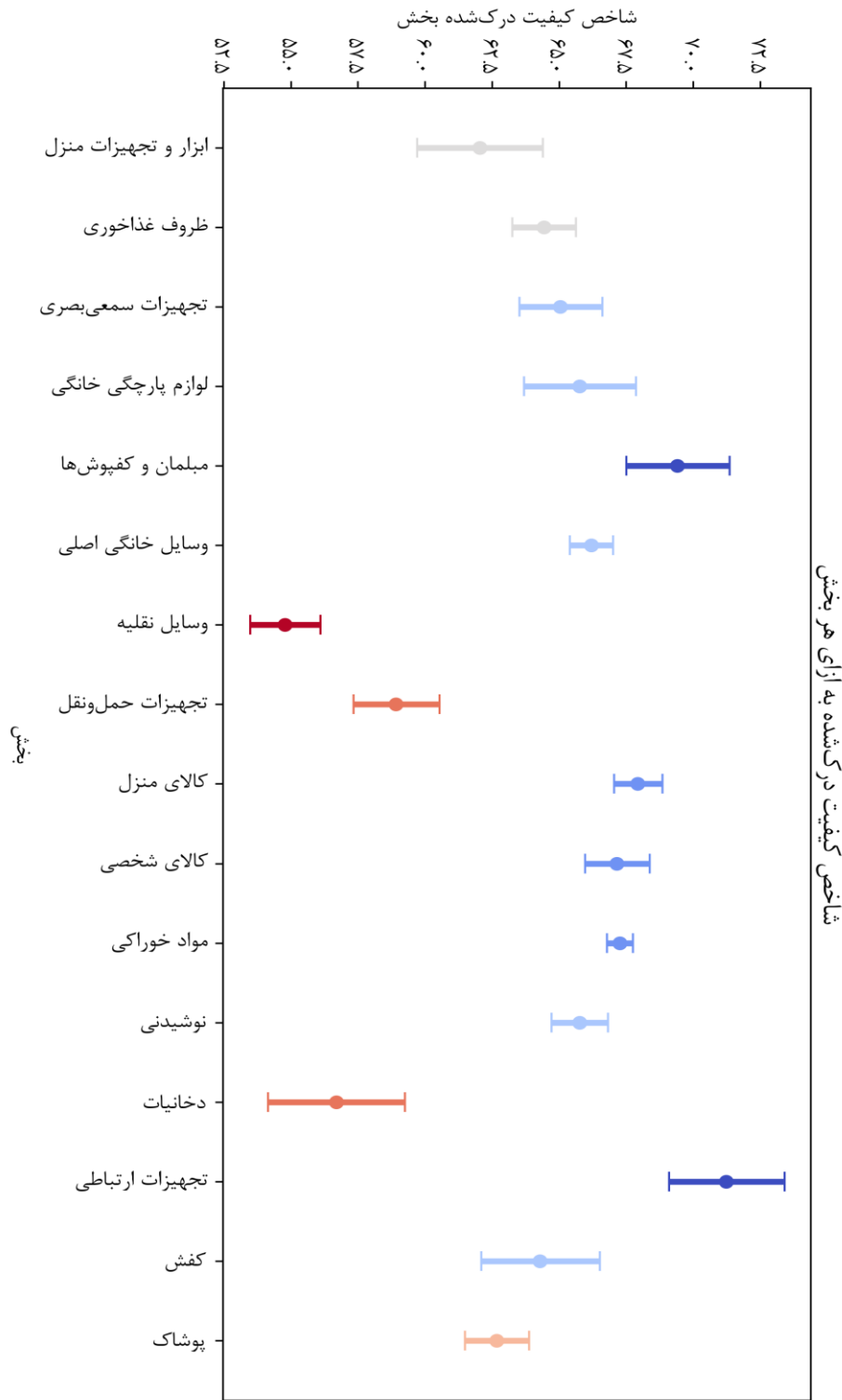
نمودار ۲-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص کیفیت درک شده

۲-۲-۳ شاخص کیفیت درک شده به ازای هر بخش

مقادیر شاخص کیفیت درک شده و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۲-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۲. شاخص کیفیت درک شده به ازای هر بخش

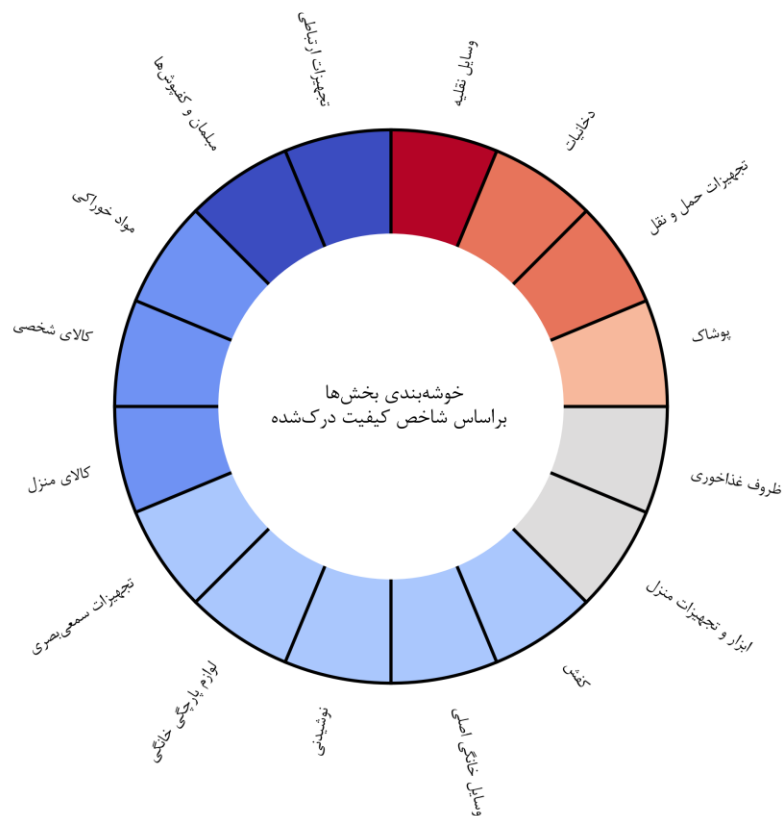
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۶۲.۰۴ ± ۲.۳۴	۶۴.۴۳ ± ۱.۱۹	۶۵.۰۵ ± ۱.۵۵	۶۵.۷۷ ± ۲.۰۹	۶۹.۴۲ ± ۱.۹۲	۶۶.۲ ± ۰.۸۲	۵۴.۷۷ ± ۱.۳۲
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۸.۹۲ ± ۱.۶	۶۷.۹۴ ± ۰.۸۹	۶۷.۱۶ ± ۱.۲۱	۶۷.۲۶ ± ۰.۴۹	۶۵.۷۶ ± ۱.۰۵	۵۶.۶۹ ± ۲.۵۵	۷۱.۲۴ ± ۲.۱۵
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۶۴.۲۹ ± ۲.۲۱	۶۲.۶۷ ± ۱.۱۹					



نمودار ۲-۳. شاخص کیفیت درک شده به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی - میلان و کفپوش‌ها
- خوشه ۲: مواد خوراکی - کالای شخصی - کالای منزل
- خوشه ۳: تجهیزات سمعی بصری - لوازم پارچگی خانگی - نوشیدنی - وسایل خانگی اصلی - کفش
- خوشه ۴: ابزار و تجهیزات منزل - ظروف غذاخوری
- خوشه ۵: پوشاک
- خوشه ۶: تجهیزات حمل و نقل - دخانیات
- خوشه ۷: وسایل نقلیه



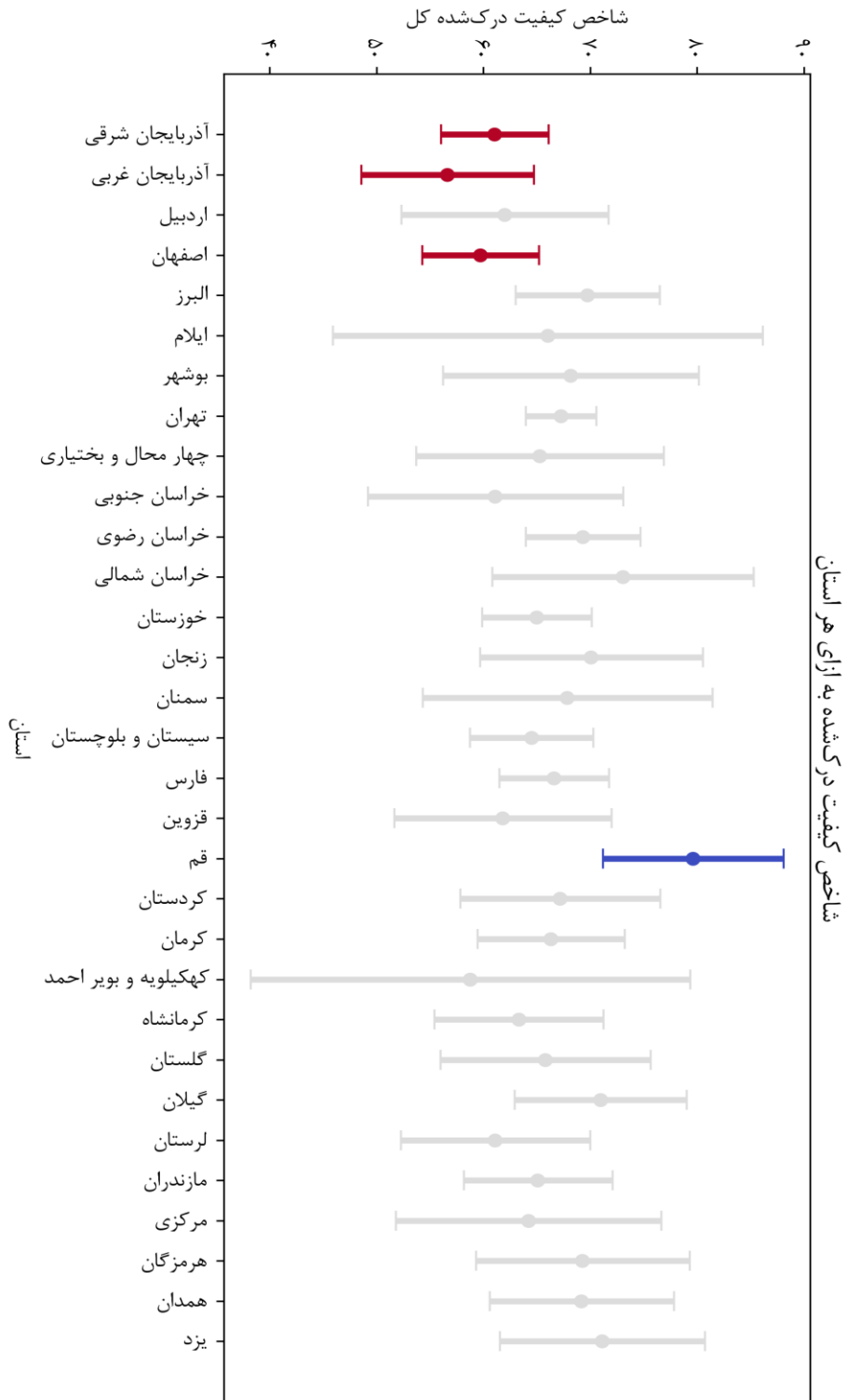
نمودار ۲-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص کیفیت درک شده

۳-۲-۳ شاخص کیفیت درک شده به ازای هر استان

مقادیر شاخص کیفیت درک شده و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۵-۲ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۳-۲. شاخص کیفیت درک شده به ازای هر استان

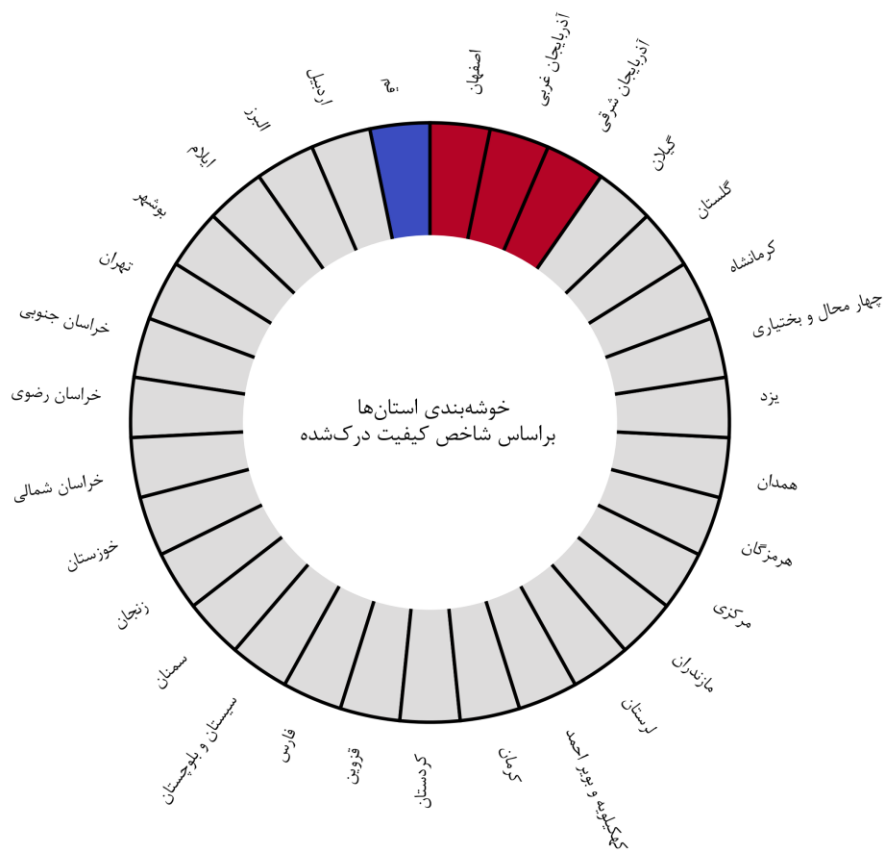
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۱.۰۴ ± ۵.۰۲	۵۶.۶۱ ± ۸.۰۸	۶۱.۹۹ ± ۹.۶۸	۵۹.۷۲ ± ۵.۴۷	۶۹.۷۳ ± ۶.۷۶	۶۶.۰ ± ۲۰.۱۱	۶۸.۱۶ ± ۱۱.۹۶
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۷.۲۴ ± ۳.۳۱	۶۵.۲۶ ± ۱۱.۵۸	۶۱.۱ ± ۱۱.۹۶	۶۹.۳۲ ± ۵.۳۷	۷۳.۰۳ ± ۱۲.۲۵	۶۴.۹۸ ± ۵.۱۵	۷۰.۰۷ ± ۱۰.۴۳
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۶۷.۸۵ ± ۱۳.۵۶	۶۴.۴۹ ± ۵.۷۸	۶۶.۶ ± ۵.۱۴	۶۱.۷۹ ± ۱۰.۱۵	۷۹.۶ ± ۸.۴۷	۶۷.۱۷ ± ۹.۳۷	۶۶.۳۱ ± ۶.۹
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۵۸.۷۶ ± ۲۰.۵۶	۶۳.۳ ± ۷.۹۲	۶۵.۷۸ ± ۹.۸۲	۷۰.۹۴ ± ۸.۰۶	۶۱.۰۹ ± ۸.۸۶	۶۵.۰۹ ± ۶.۹۶	۶۴.۲ ± ۱۲.۴۱
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۶۹.۲۷ ± ۱۰.۰	۶۹.۱۸ ± ۸.۶۴	۷۱.۱۲ ± ۹.۶				



نمودار ۲-۵. شاخص کیفیت درک شده به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم
- خوشه ۲: اردبیل - البرز - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان جنوبی - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - سیستان و بلوچستان - فارس - قزوین - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - آذربایجان غربی - اصفهان



نمودار ۲-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص کیفیت درک شده

۳-۳ شاخص سطح انتظارات

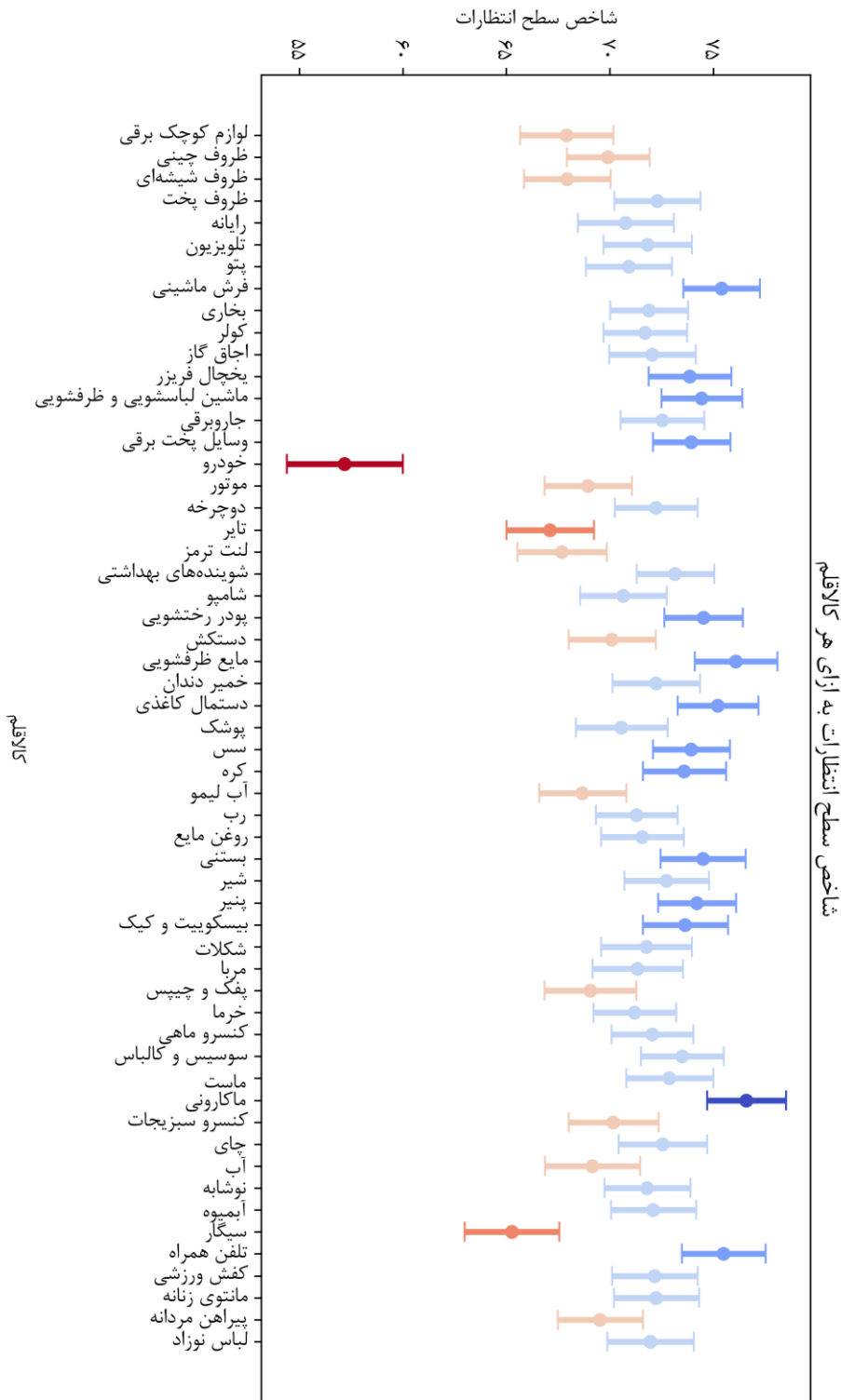
مقدار شاخص سطح انتظارات کل برابر ۱.۴۱ ± ۷۱.۶۵ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۳-۳ شاخص سطح انتظارات به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص سطح انتظارات و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۳-۳ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۳-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۳. شاخص سطح انتظارات به ازای هر کالاقلم

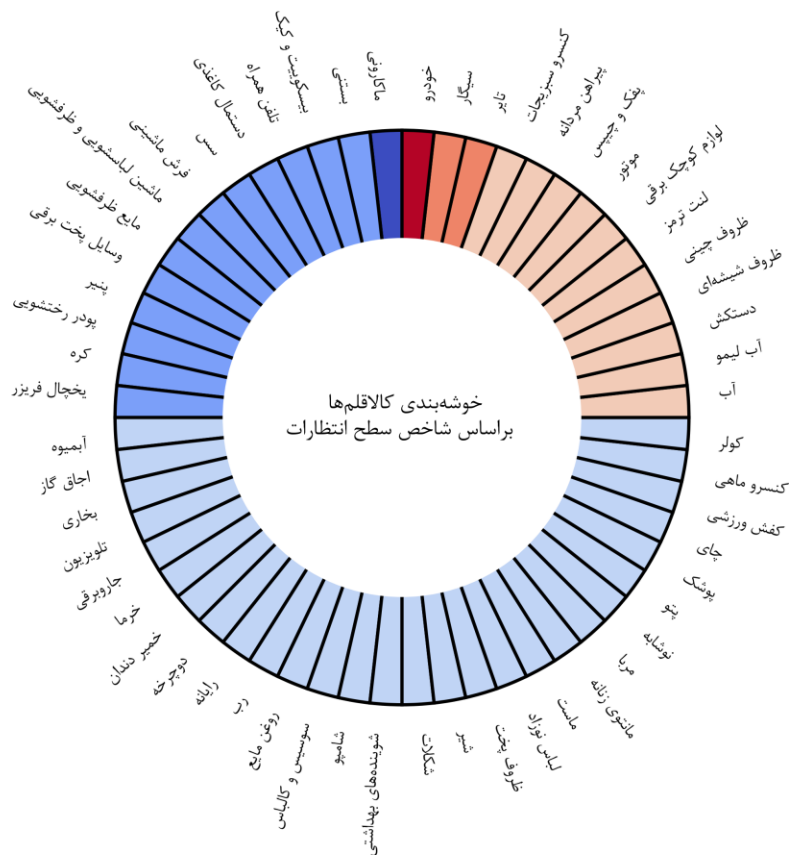
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۶۷.۹۱ ± ۲.۲۴	۶۹.۹۱ ± ۱.۹۹	۶۷.۹۳ ± ۲.۰۹	۷۲.۲۹ ± ۲.۰۷	۷۰.۷۶ ± ۲.۳۱	۷۱.۸۲ ± ۲.۱۴	۷۰.۹۱ ± ۲.۰۸
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۷۵.۳۹ ± ۱.۸۳	۷۱.۸۹ ± ۱.۹	۷۱.۷ ± ۲.۰۲	۷۲.۰۴ ± ۲.۰۹	۷۳.۸۷ ± ۲.۰۱	۷۴.۴۳ ± ۱.۹۶	۷۲.۵۳ ± ۲.۰۲
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۷۳.۹۴ ± ۱.۸۷	۵۷.۱۸ ± ۲.۷۹	۶۸.۹۵ ± ۲.۱۱	۷۲.۲۳ ± ۱.۹۹	۶۷.۱ ± ۲.۱۲	۶۷.۶۸ ± ۲.۱۶	۷۳.۱۶ ± ۱.۸۸
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۷۰.۶۵ ± ۲.۰۹	۷۴.۵۲ ± ۱.۸۹	۷۰.۱ ± ۲.۱	۷۶.۰۹ ± ۱.۹۸	۷۲.۲۳ ± ۲.۱۲	۷۵.۲۱ ± ۱.۹۵	۷۰.۵۶ ± ۲.۲۲
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۷۳.۹۳ ± ۱.۸۸	۷۳.۵۹ ± ۲.۰۱	۶۸.۶۸ ± ۲.۱	۷۱.۲۹ ± ۱.۹۸	۷۱.۵۶ ± ۲.۰۱	۷۴.۵ ± ۲.۰۵	۷۲.۷۳ ± ۲.۰۵
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۷۴.۲ ± ۱.۸۷	۷۳.۶۴ ± ۲.۰۶	۷۱.۷۶ ± ۲.۱۹	۷۱.۳۳ ± ۲.۱۸	۶۹.۰۵ ± ۲.۲۲	۷۱.۱۹ ± ۲.۰۱	۷۲.۰۴ ± ۱.۹۷
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۷۳.۴۹ ± ۲.۰	۷۲.۸۸ ± ۲.۱	۷۶.۵۹ ± ۱.۹۲	۷۰.۱۷ ± ۲.۱۶	۷۲.۵۵ ± ۲.۱۲	۶۹.۱۶ ± ۲.۳	۷۱.۸ ± ۲.۰۸
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۷۲.۱ ± ۲.۰۶	۶۵.۲۶ ± ۲.۲۹	۷۵.۵ ± ۲.۰۱	۷۲.۱۶ ± ۲.۰۷	۷۲.۲۴ ± ۲.۰۶	۶۹.۵۳ ± ۲.۰۵	۷۱.۹۶ ± ۲.۱



نمودار ۱-۳. شاخص سطح انتظارات به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۳-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ماکارونی
- خوشه ۲: بستنی - بیسکویت و کیک - تلفن همراه - دستمال کاغذی - سس - فرش ماشینی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - مایع ظرفشویی - وسایل پخت برقی - پنیر - پودر رختشویی - کره - یخچال فریزر
- خوشه ۳: آبمیوه - اجاق گاز - بخاری - تلویزیون - جاروبرقی - خرما - خمیر دندان - دوچرخه - رایانه - رب - روغن مایع - سوسیس و کالباس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - شیر - ظروف پخت - لباس نوزاد - ماست - مانتوی زنانه - مربا - نوشابه - پتو - پوشک - چای - کفش ورزشی - کنسرو ماهی - کولر
- خوشه ۴: آب - آب لیمو - دستکش - ظروف شیشه‌ای - ظروف چینی - لنت ترمز - لوازم کوچک برقی - موتور - پفک و چیپس - پیراهن مردانه - کنسرو سبزیجات
- خوشه ۵: تایر - سیگار
- خوشه ۶: خودرو



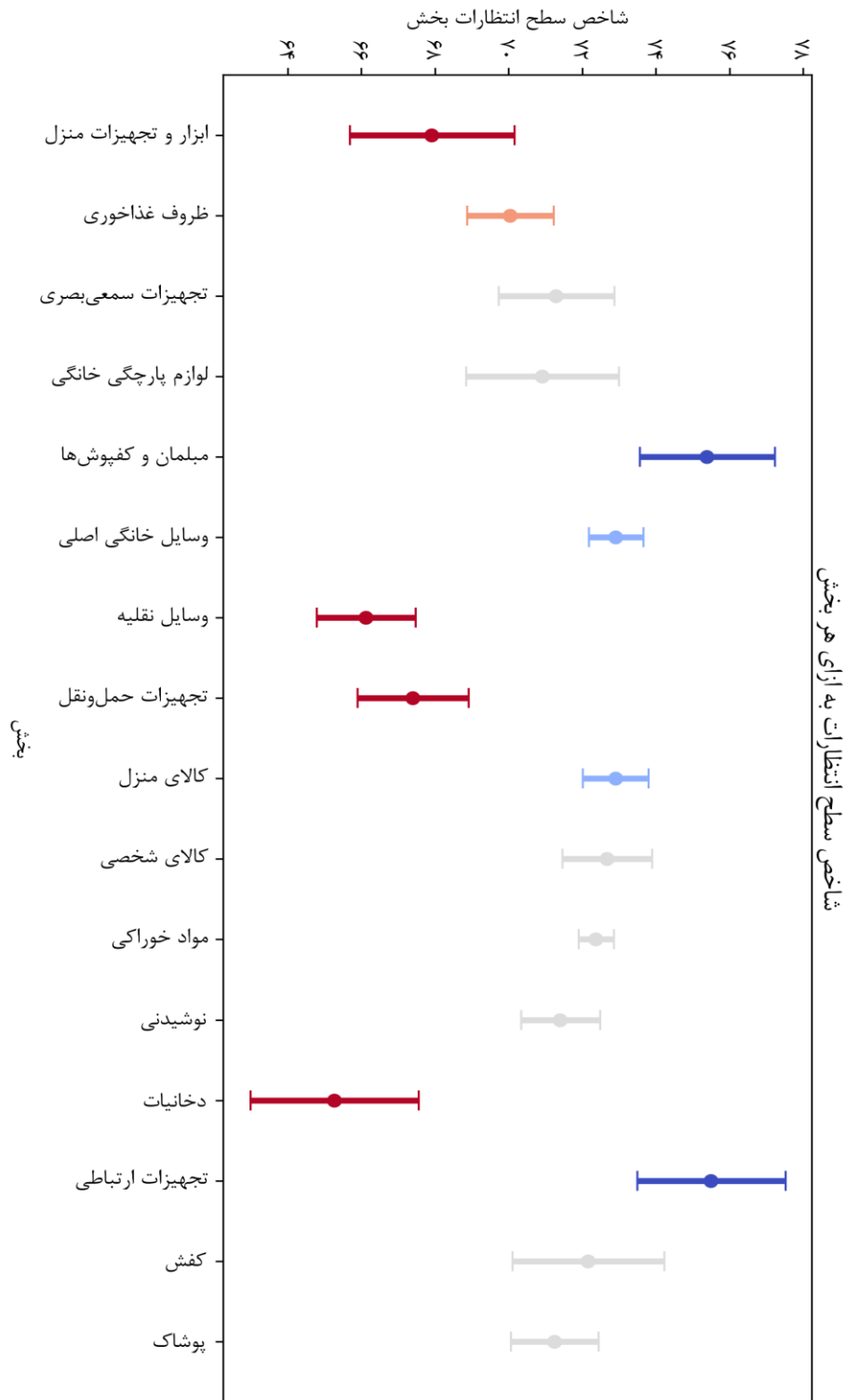
نمودار ۳-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص سطح انتظارات

۲-۳-۳ شاخص سطح انتظارات به ازای هر بخش

مقادیر شاخص سطح انتظارات و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۳. شاخص سطح انتظارات به ازای هر بخش

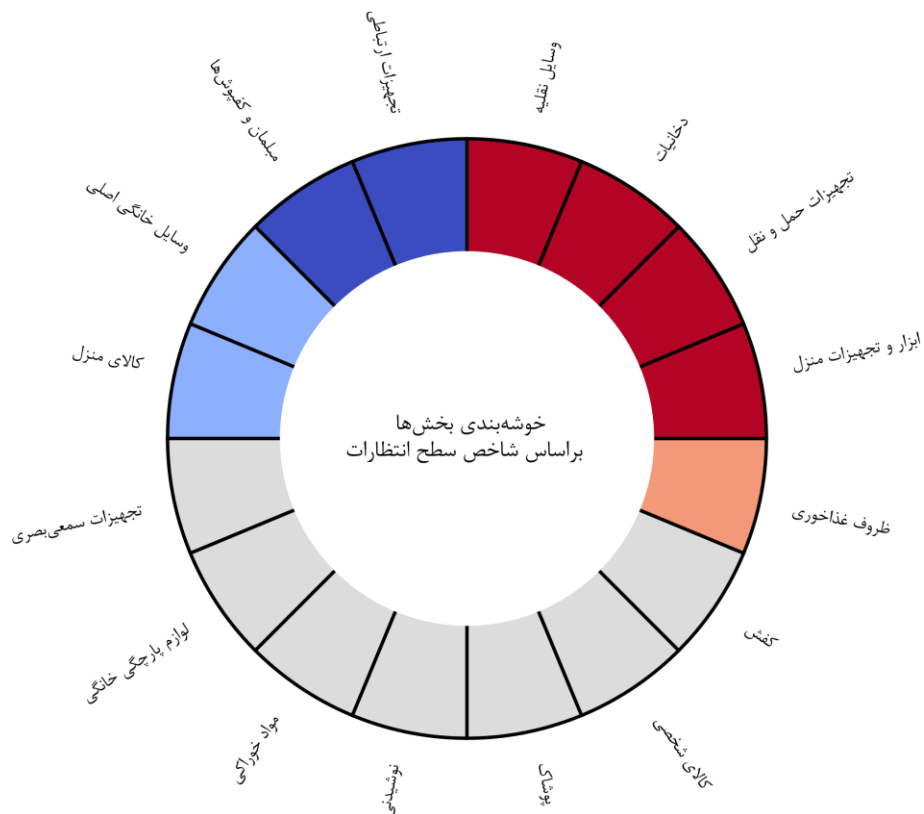
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۶۷.۹۱ ± ۲.۲۴	۷۰.۰۴ ± ۱.۱۹	۷۱.۲۹ ± ۱.۵۷	۷۰.۹۱ ± ۲.۰۸	۷۵.۳۹ ± ۱.۸۴	۷۲.۹۱ ± ۰.۷۵	۶۶.۱۲ ± ۱.۳۴
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۶۷.۳۹ ± ۱.۵۱	۷۲.۹ ± ۰.۸۹	۷۲.۶۷ ± ۱.۲۱	۷۲.۳۷ ± ۰.۴۸	۷۱.۴ ± ۱.۰۷	۶۵.۲۶ ± ۲.۲۹	۷۵.۵ ± ۲.۰۱
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۷۲.۱۶ ± ۲.۰۶	۷۱.۲۴ ± ۱.۲					



نمودار ۳-۳. شاخص سطح انتظارات به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۳-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی - میلان و کفپوش‌ها
- خوشه ۲: وسایل خانگی اصلی - کالای منزل
- خوشه ۳: تجهیزات سمعی بصری - لوازم پارچگی خانگی - مواد خوراکی - نوشیدنی - پوشاک - کالای شخصی - کفش
- خوشه ۴: ظروف غذاخوری
- خوشه ۵: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات حمل و نقل - دخانیات - وسایل نقلیه



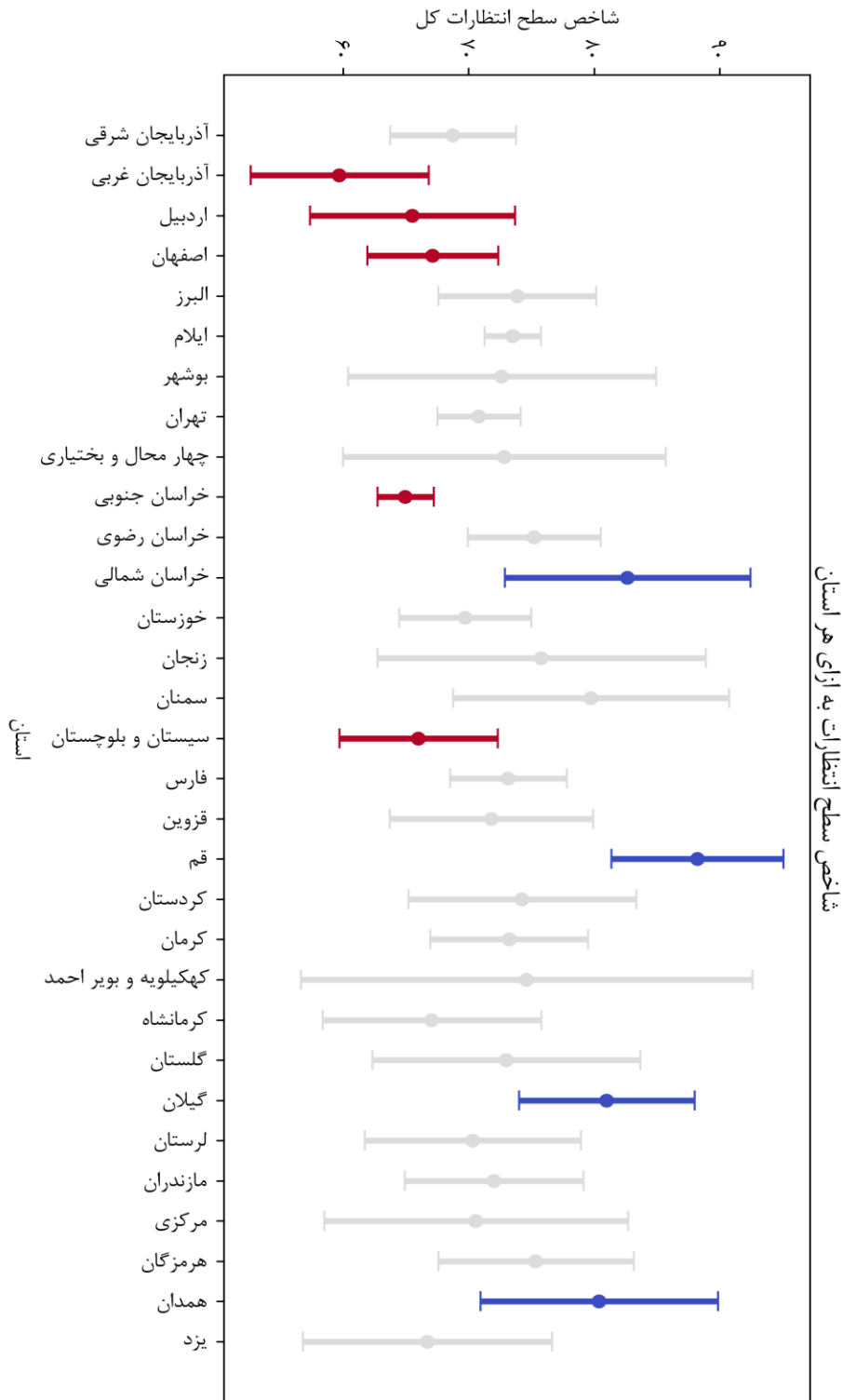
نمودار ۳-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص سطح انتظارات

۳-۳-۳ شاخص سطح انتظارات به ازای هر استان

مقادیر شاخص سطح انتظارات و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۳-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۳-۳. شاخص سطح انتظارات به ازای هر استان

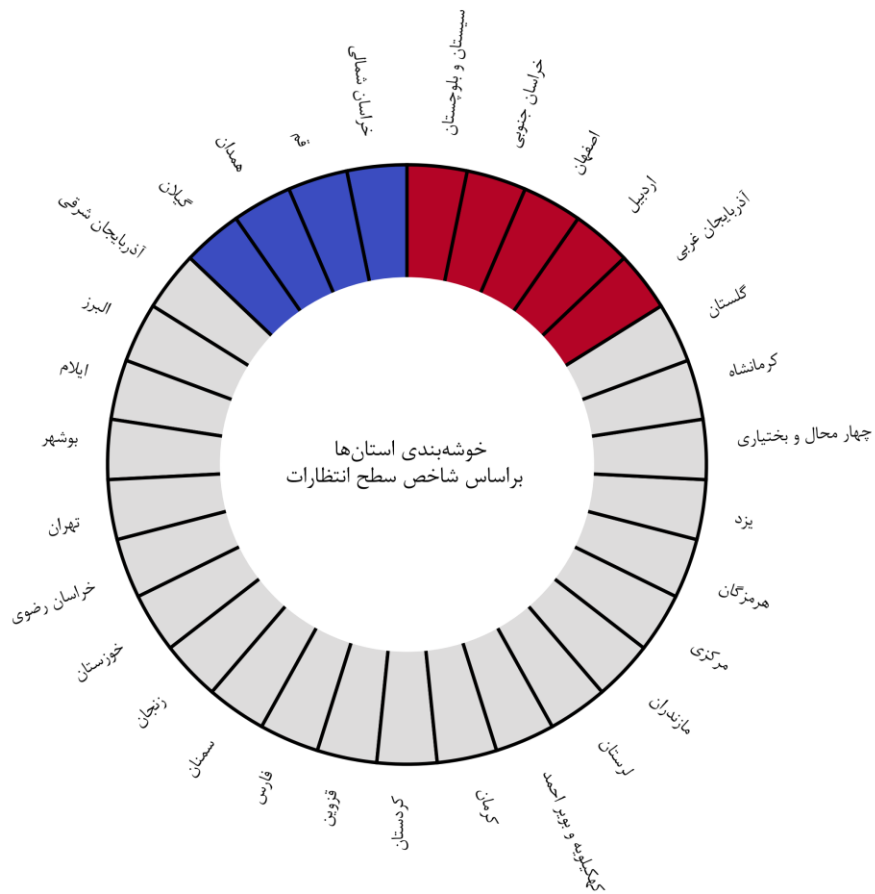
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۸.۷۳ ± ۵.۰۲	۵۹.۷۱ ± ۷.۰۸	۶۵.۵ ± ۸.۱۷	۶۷.۱۲ ± ۵.۲۱	۷۳.۸۵ ± ۶.۲۹	۷۳.۴۹ ± ۲.۲۵	۷۲.۶۳ ± ۱۲.۲۵
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۰.۷۸ ± ۳.۳۱	۷۲.۸۲ ± ۱۲.۸۶	۶۴.۹۶ ± ۲.۲۵	۷۵.۱۹ ± ۵.۲۹	۸۲.۶۳ ± ۹.۷۶	۶۹.۶۹ ± ۵.۲۵	۷۵.۷۷ ± ۱۳.۰۷
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۷۹.۷۲ ± ۱۰.۹۸	۶۵.۹۹ ± ۶.۳۱	۷۳.۱۳ ± ۴.۶۵	۷۱.۷۹ ± ۸.۰۹	۸۸.۲ ± ۶.۸۴	۷۴.۲۵ ± ۹.۰۷	۷۳.۲۱ ± ۶.۲۹
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۷۴.۵۸ ± ۱۷.۹۷	۶۷.۰۵ ± ۸.۷	۷۲.۹۸ ± ۱۰.۶۸	۸۰.۹۷ ± ۶.۹۸	۷۰.۳۲ ± ۸.۶	۷۲.۰ ± ۷.۱۱	۷۰.۵۷ ± ۱۲.۱۱
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۵.۳۴ ± ۷.۷۸	۸۰.۳۷ ± ۹.۴۷	۶۶.۷ ± ۹.۹				



نمودار ۳-۵. شاخص سطح انتظارات به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۳-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: خراسان شمالی - قم - همدان - گیلان
- خوشه ۲: آذربایجان شرقی - البرز - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قزوین - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان
- خوشه ۳: آذربایجان غربی - اردبیل - اصفهان - خراسان جنوبی - سیستان و بلوچستان



نمودار ۳-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص سطح انتظارات

۳-۴ شاخص ارزش درک شده

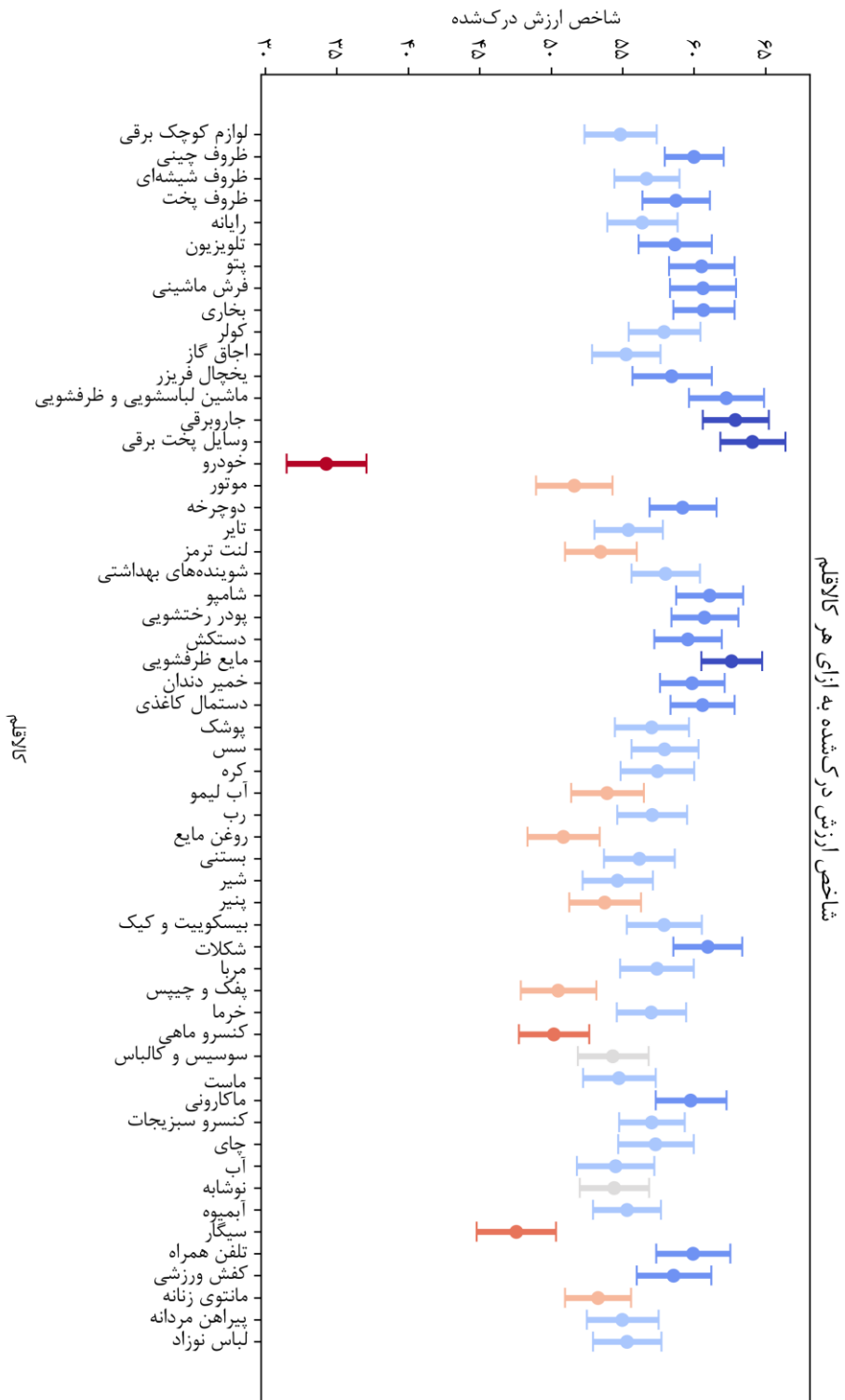
مقدار شاخص ارزش درک شده کل برابر ۱.۶۹ ± ۵۵.۸۸ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۳-۴-۱ شاخص ارزش درک شده به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص ارزش درک شده و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۴-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۴-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۴-۱. شاخص ارزش درک شده به ازای هر کالاقلم

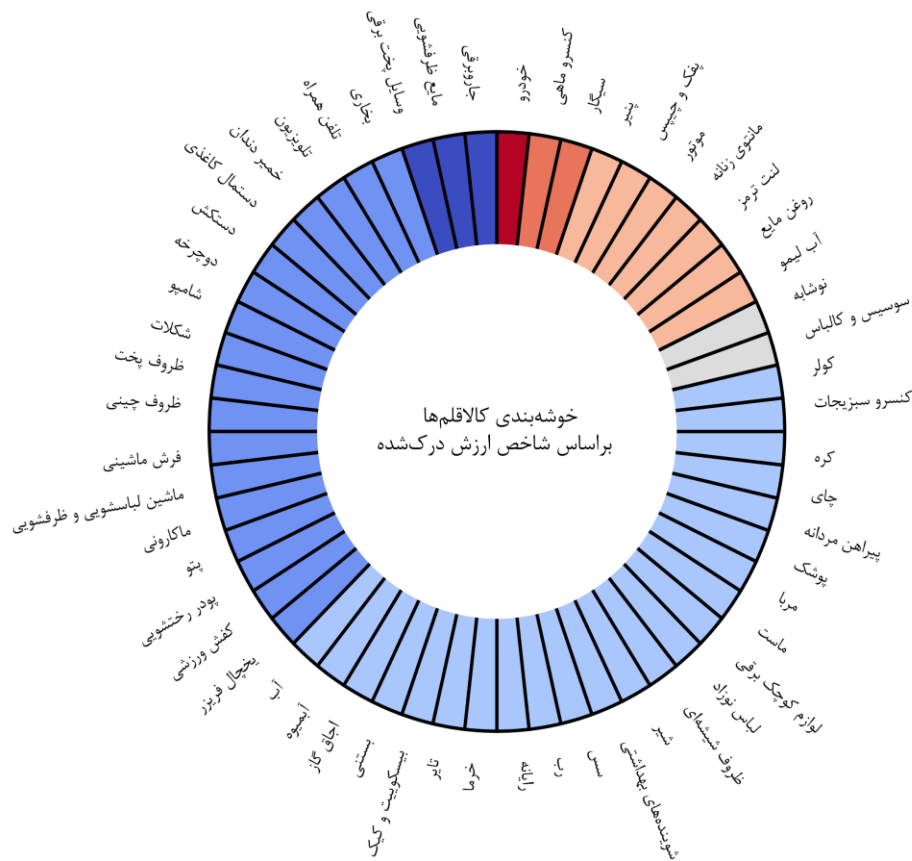
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۵۴.۸۳ ± ۲.۵۳	۵۹.۹۹ ± ۲.۰۶	۵۶.۶۸ ± ۲.۲۸	۵۸.۷۳ ± ۲.۳۴	۵۶.۳۸ ± ۲.۴۶	۵۸.۶۷ ± ۲.۵۷	۶۰.۵۳ ± ۲.۳
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۶۰.۶۱ ± ۲.۳۱	۶۰.۶۷ ± ۲.۱۳	۵۷.۹ ± ۲.۵	۵۵.۲۴ ± ۲.۳۹	۵۸.۴۴ ± ۲.۷۷	۶۲.۲۵ ± ۲.۶۵	۶۲.۸۹ ± ۲.۳۱
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۶۴.۰۹ ± ۲.۲۸	۳۴.۲۶ ± ۲.۸	۵۱.۶ ± ۲.۶۶	۵۹.۲ ± ۲.۳۶	۵۵.۴ ± ۲.۳۸	۵۳.۴۵ ± ۲.۵۳	۵۷.۹۹ ± ۲.۳۹
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۶۱.۰۸ ± ۲.۳۴	۶۰.۷۳ ± ۲.۳۵	۵۹.۵۷ ± ۲.۳۵	۶۲.۶۱ ± ۲.۱۲	۵۹.۸۶ ± ۲.۲۵	۶۰.۵۸ ± ۲.۲۵	۵۷.۰۴ ± ۲.۵۹
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۵۷.۹۴ ± ۲.۳۵	۵۷.۴۲ ± ۲.۵۹	۵۳.۹۱ ± ۲.۵۴	۵۷.۰۵ ± ۲.۴۶	۵۰.۸۴ ± ۲.۵۳	۵۶.۱۶ ± ۲.۴۸	۵۴.۶۳ ± ۲.۴۶
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۵۳.۷۵ ± ۲.۵۳	۵۷.۸۹ ± ۲.۶۲	۶۰.۹۴ ± ۲.۴۲	۵۷.۳۸ ± ۲.۵۸	۵۰.۴۹ ± ۲.۶۵	۵۶.۹۹ ± ۲.۴۲	۵۰.۱۸ ± ۲.۴۴
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۵۴.۳۱ ± ۲.۴۹	۵۴.۷۴ ± ۲.۵۴	۵۹.۷۷ ± ۲.۴۷	۵۷.۰۳ ± ۲.۲۷	۵۷.۳۱ ± ۲.۶۴	۵۴.۵ ± ۲.۷	۵۴.۴ ± ۲.۴۳
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۵۵.۲۹ ± ۲.۳۸	۴۷.۵۴ ± ۲.۷۸	۵۹.۹۲ ± ۲.۶	۵۸.۵۷ ± ۲.۶۱	۵۳.۲۷ ± ۲.۳	۵۴.۹۸ ± ۲.۵	۵۵.۳ ± ۲.۳۹



نمودار ۴-۱. شاخص ارزش درک شده به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۴-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: جاروبرقی - مایع ظرفشویی - وسایل پخت برقی
- خوشه ۲: بخاری - تلفن همراه - تلویزیون - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دستکش - دوچرخه - شامپو - شکلات - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - ماکارونی - پتو - پودر رختشویی - کفش ورزشی - یخچال فریزر
- خوشه ۳: آب - آبمیوه - اجاق گاز - بستنی - بیسکویت و کیک - تایر - خرما - رایانه - رب - سس - شوینده‌های بهداشتی - شیر - ظروف شیشه‌ای - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - ماست - مربا - پوشک - پیراهن مردانه - چای - کره - کنسرو سبزیجات - کولر
- خوشه ۴: سوسیس و کالباس - نوشابه
- خوشه ۵: آب لیمو - روغن مایع - لنت ترمز - ماتوی زنانه - موتور - پفک و چیپس - پنیر
- خوشه ۶: سیگار - کنسرو ماهی
- خوشه ۷: خودرو



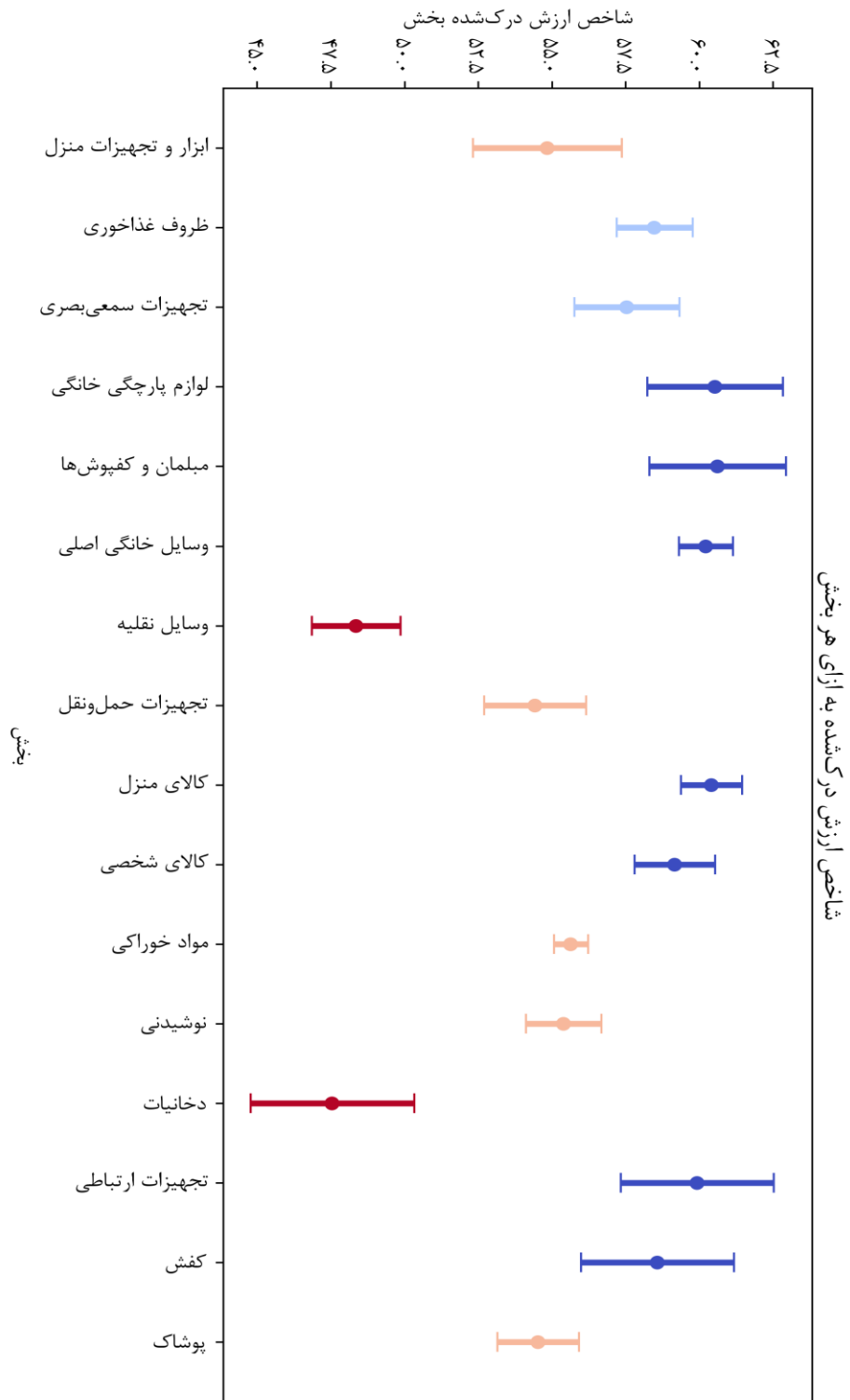
نمودار ۴-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص ارزش درک‌شده

۳-۴-۲ شاخص ارزش درک شده به ازای هر بخش

مقادیر شاخص ارزش درک شده و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۴ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۴. شاخص ارزش درک شده به ازای هر بخش

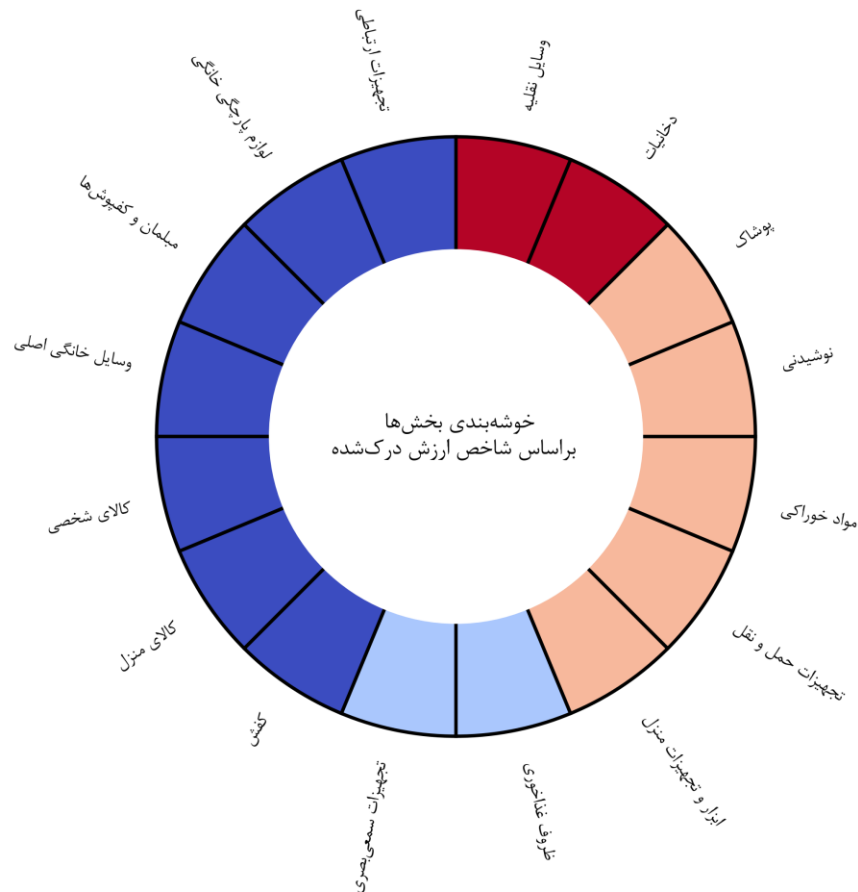
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۵۴.۸۳ ± ۲.۵۲	۵۸.۴۷ ± ۱.۲۸	۵۷.۵۳ ± ۱.۷۷	۶۰.۵۳ ± ۲.۲	۶۰.۶۱ ± ۲.۳۱	۶۰.۲۱ ± ۰.۹۲	۴۸.۳۵ ± ۱.۵۱
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۴.۴۲ ± ۱.۷۴	۶۰.۴ ± ۱.۰۳	۵۹.۱۶ ± ۱.۳۷	۵۵.۶۳ ± ۰.۵۹	۵۵.۳۸ ± ۱.۲۷	۴۷.۵۴ ± ۲.۷۸	۵۹.۹۲ ± ۲.۶
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۵۸.۵۷ ± ۲.۶	۵۴.۵۲ ± ۱.۳۸					



نمودار ۳-۴. شاخص ارزش درک شده به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۴-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - وسایل خانگی اصلی - کالای شخصی - کالای منزل - کفش
- خوشه ۲: تجهیزات سمعی بصری - ظروف غذاخوری
- خوشه ۳: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات حمل و نقل - مواد خوراکی - نوشیدنی - پوشاک
- خوشه ۴: دخانیات - وسایل نقلیه



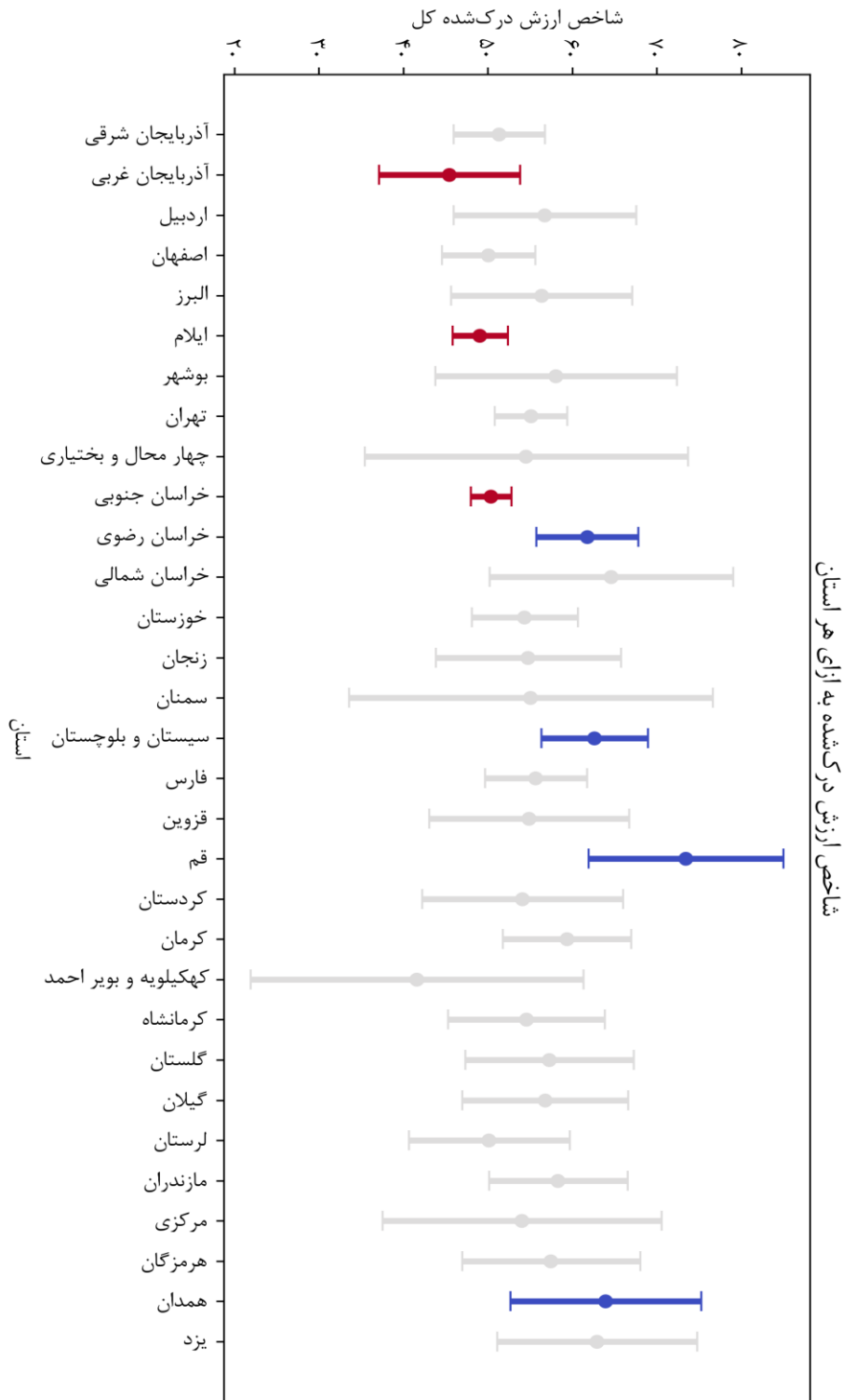
نمودار ۴-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص ارزش درک‌شده

۳-۴-۳ شاخص ارزش درک شده به ازای هر استان

مقادیر شاخص ارزش درک شده و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۴-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۴-۳. شاخص ارزش درک شده به ازای هر استان

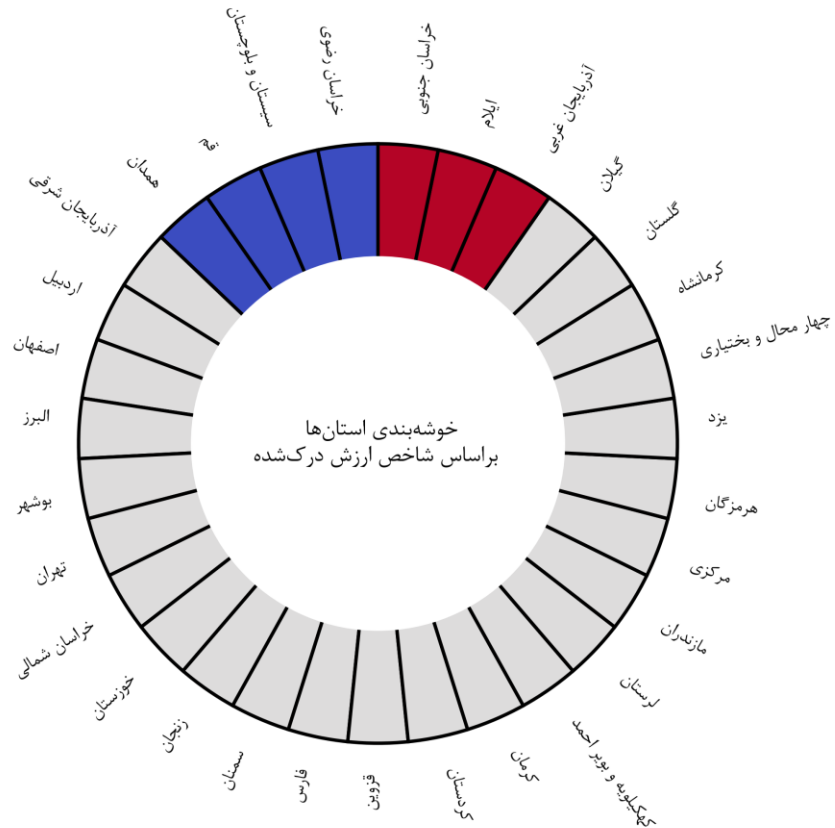
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۱.۳ ± ۵.۳۹	۴۵.۴۲ ± ۸.۳۷	۵۶.۷ ± ۱۰.۸	۵۰.۰۴ ± ۵.۵۳	۵۶.۳۲ ± ۱۰.۷۲	۴۹.۰۳ ± ۳.۲۷	۵۸.۰۳ ± ۱۴.۳۱
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۵۵.۰۶ ± ۴.۳۱	۵۴.۵۱ ± ۱۹.۱۵	۵۰.۳۴ ± ۲.۳۹	۶۱.۷۴ ± ۶.۰۴	۶۴.۵۵ ± ۱۴.۴۱	۵۴.۳۳ ± ۶.۲۷	۵۴.۷۳ ± ۱۰.۹۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۵۵.۰۵ ± ۲۱.۵۲	۶۲.۵۷ ± ۶.۳۱	۵۵.۶۵ ± ۶.۰۲	۵۴.۸۳ ± ۱۱.۸۴	۷۳.۴ ± ۱۱.۵۴	۵۴.۰۷ ± ۱۱.۹	۵۹.۳۲ ± ۷.۶
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۴۱.۵۷ ± ۱۹.۶۸	۵۴.۵۲ ± ۹.۲۷	۵۷.۲۳ ± ۹.۹۶	۵۶.۷۴ ± ۹.۸۴	۵۰.۱۲ ± ۹.۵۱	۵۸.۲۹ ± ۸.۲۱	۵۴.۰۲ ± ۱۶.۵
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۵۷.۴۳ ± ۱۰.۵۴	۶۳.۹۲ ± ۱۱.۲۷	۶۲.۸۹ ± ۱۱.۸۴				



نمودار ۴-۵. شاخص ارزش درک‌شده به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی‌شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۴-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: خراسان رضوی - سیستان و بلوچستان - قم - همدان
- خوشه ۲: آذربایجان شرقی - اردبیل - اصفهان - البرز - بوشهر - تهران - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قزوین - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان غربی - ایلام - خراسان جنوبی



نمودار ۴-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص ارزش درک‌شده

۵-۳ شاخص نرخ شکایت

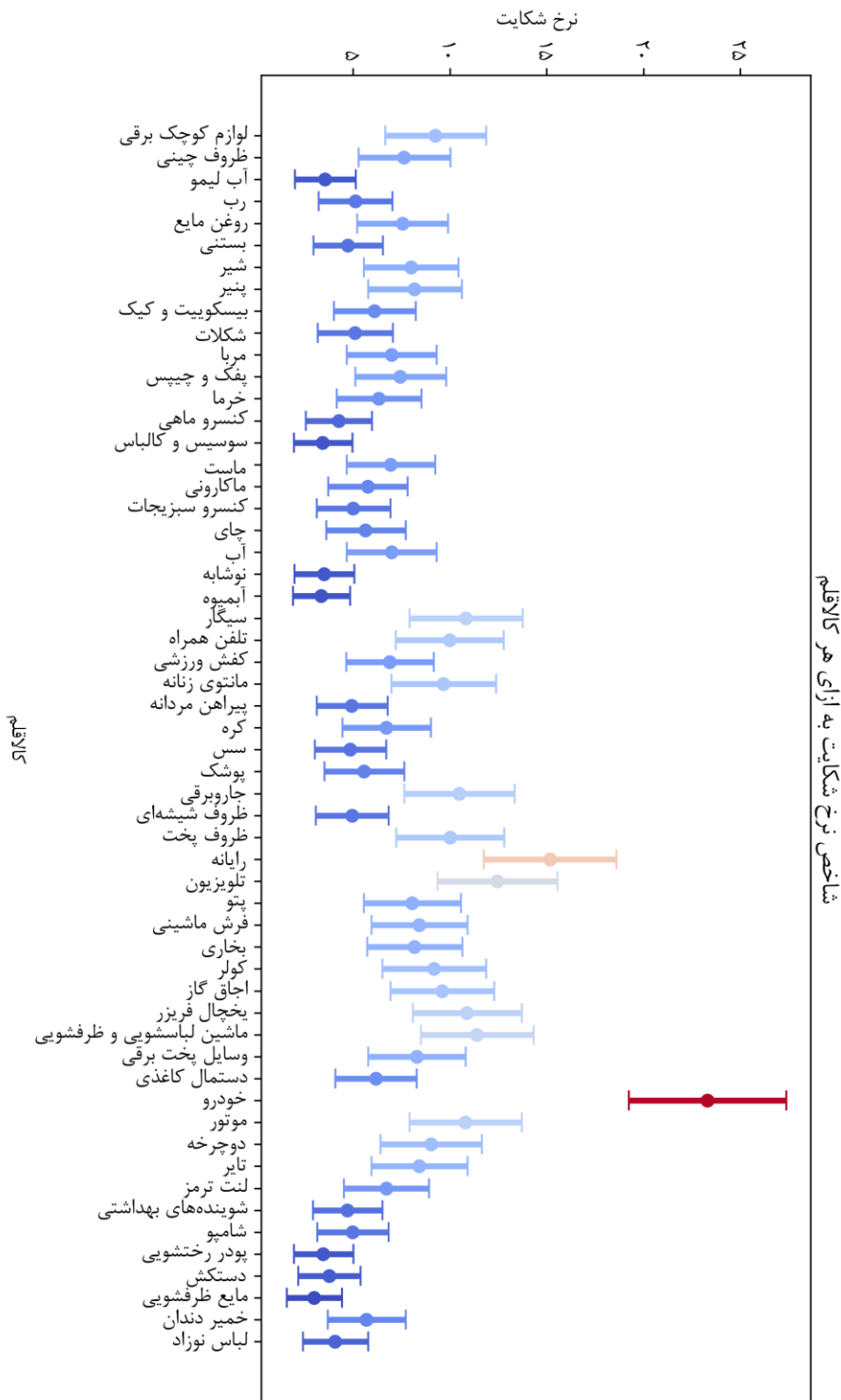
مقدار نرخ شکایت کل برابر ۰.۳۶ ± ۷.۳۵ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۵-۳ شاخص نرخ شکایت به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص نرخ شکایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۵-۳ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۵ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۵. شاخص نرخ شکایت به ازای هر کالاقلم

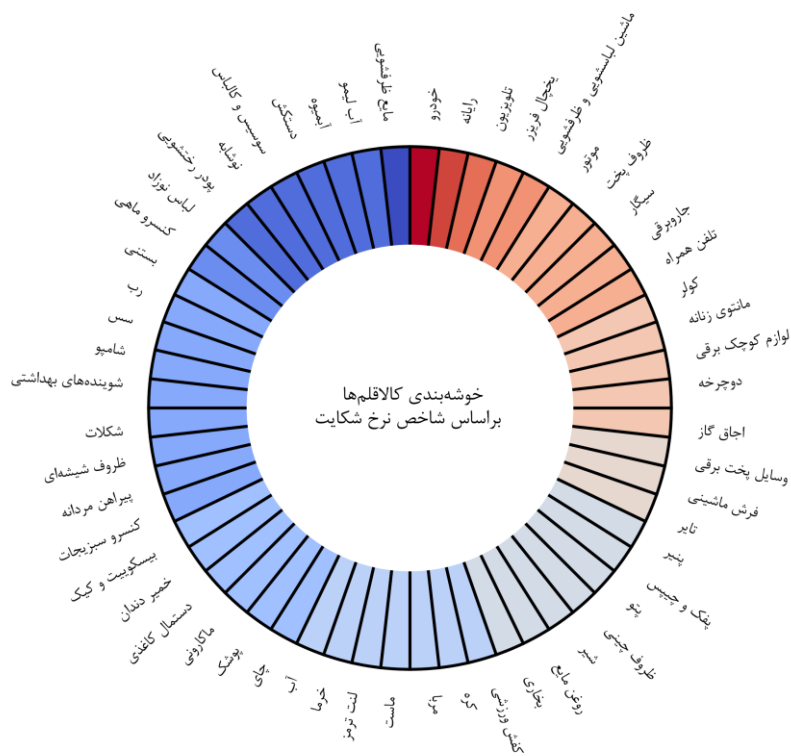
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۹.۲۴ ± ۳.۴۹	۷.۶۳ ± ۳.۲۸	۴.۹۴ ± ۲.۸۸	۱.۰۰ ± ۳.۶۸	۱۵.۱۶ ± ۴.۲	۱۲.۴۳ ± ۳.۹۲	۸.۰۴ ± ۳.۴۴
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۸.۴ ± ۳.۲۸	۸.۱۷ ± ۳.۳۵	۹.۱۷ ± ۳.۵۹	۹.۵۸ ± ۳.۵۴	۱۰.۸۷ ± ۳.۶۲	۱۱.۳۹ ± ۳.۷۲	۱۰.۴۷ ± ۳.۷۱
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۸.۲۸ ± ۳.۴۷	۲۳.۲۹ ± ۴.۶۱	۱۰.۷۹ ± ۳.۷۵	۹.۰۱ ± ۳.۵۳	۸.۴ ± ۳.۳۸	۶.۷ ± ۳.۱۲	۴.۷ ± ۲.۷۴
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۴.۹۷ ± ۲.۸	۳.۴۵ ± ۲.۵۴	۳.۷۶ ± ۲.۶۲	۲.۹۷ ± ۲.۴۸	۵.۶۸ ± ۲.۹۸	۶.۱۶ ± ۳.۰۴	۵.۵۶ ± ۳.۱
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۴.۸۴ ± ۲.۸۳	۶.۷۱ ± ۳.۲۸	۳.۵۵ ± ۲.۶۲	۵.۱۱ ± ۲.۸۸	۷.۵۴ ± ۳.۲۵	۴.۷۲ ± ۲.۷۶	۷.۹۸ ± ۳.۳۴
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۸.۱۷ ± ۳.۲۹	۶.۱ ± ۳.۱	۵.۰۹ ± ۲.۹۶	۶.۹۷ ± ۳.۳۱	۷.۴۳ ± ۳.۲۷	۶.۳۱ ± ۳.۱۸	۴.۲۵ ± ۲.۷
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۳.۴۳ ± ۲.۵۳	۶.۹۴ ± ۳.۲۱	۵.۷۵ ± ۳.۰۱	۵.۰ ± ۲.۹۱	۵.۶۴ ± ۳.۰۵	۶.۹۷ ± ۳.۳۱	۳.۴۹ ± ۲.۵۷
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۳.۳۴ ± ۲.۴۷	۱۰.۸۱ ± ۳.۸۲	۹.۹۷ ± ۳.۶۷	۶.۸۸ ± ۳.۱۹	۹.۶۶ ± ۳.۵۶	۴.۹۳ ± ۲.۷۸	۴.۰۷ ± ۲.۷



نمودار ۵-۱. شاخص نرخ شکایت به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۵-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: مایع ظرفشویی
- خوشه ۲: آب لیمو - آمیوه - دستکش - سوسیس و کالباس - نوشابه - پودر رختشویی
- خوشه ۳: لباس نوزاد - کنسرو ماهی
- خوشه ۴: بستنی - رب - سس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - ظروف شیشه‌ای - پیراهن مردانه - کنسرو سبزیجات
- خوشه ۵: بیسکویت و کیک - خمیر دندان - دستمال کاغذی - ماکارونی - پوشک - چای
- خوشه ۶: آب - خرما - لنت ترمز - ماست - مربا - کره - کفش ورزشی
- خوشه ۷: بخاری - روغن مایع - شیر - ظروف چینی - پتو - پفک و چیپس - پنیر
- خوشه ۸: تاپر - فرش ماشینی - وسایل پخت برقی
- خوشه ۹: اجاق گاز - دوچرخه - لوازم کوچک برقی - مانتوی زنانه - کولر
- خوشه ۱۰: تلفن همراه - جاروبرقی - سیگار - ظروف پخت - موتور
- خوشه ۱۱: ماشین لباسشویی و ظرفشویی - یخچال فریزر
- خوشه ۱۲: تلویزیون
- خوشه ۱۳: رایانه
- خوشه ۱۴: خودرو



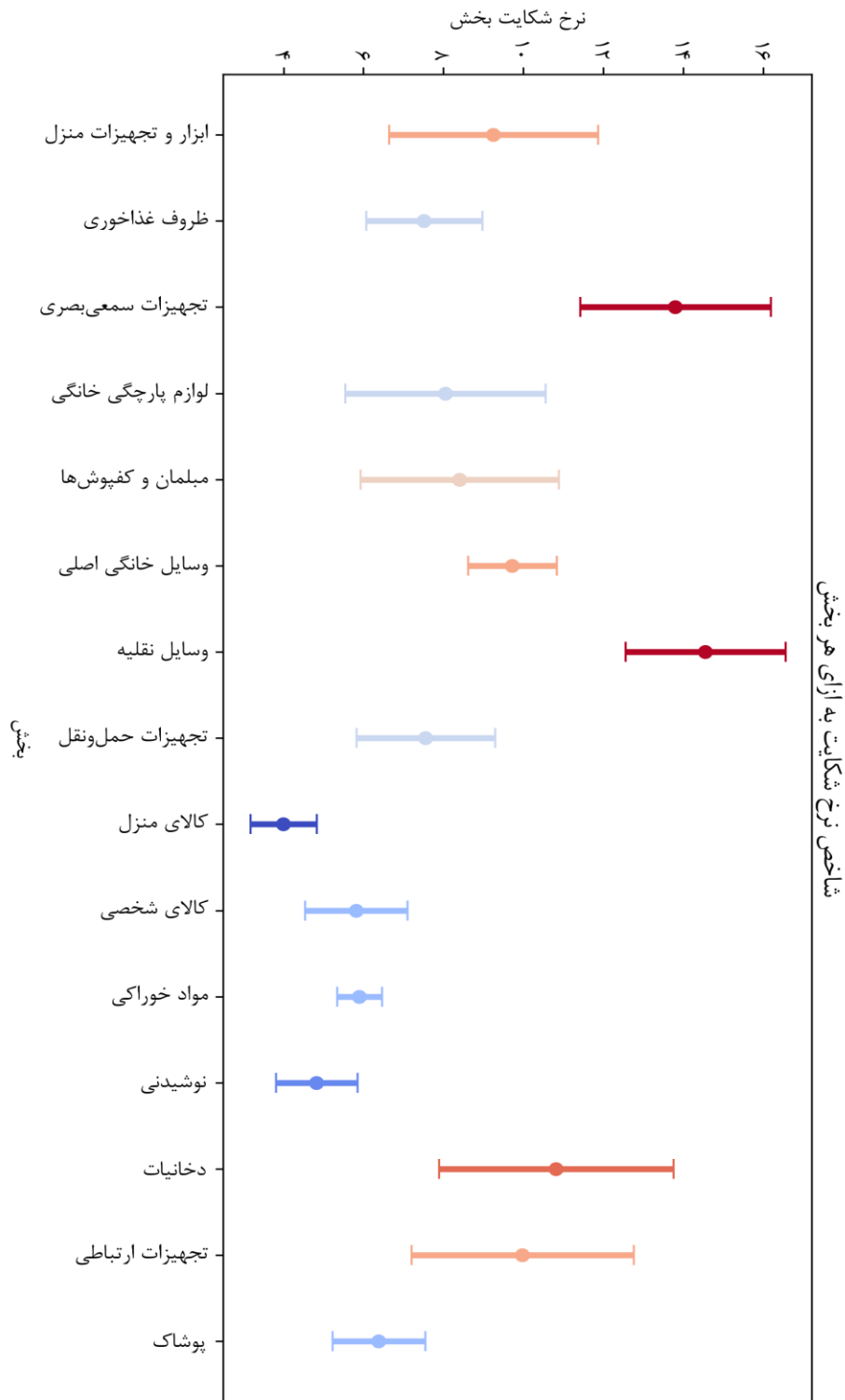
نمودار ۵-۲. خوشه‌بندی کالاها بر اساس شاخص نرخ شکایت

۳-۵-۲ شاخص نرخ شکایت به ازای هر بخش

مقادیر شاخص نرخ شکایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۵ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۳-۵. شاخص نرخ شکایت به ازای هر بخش

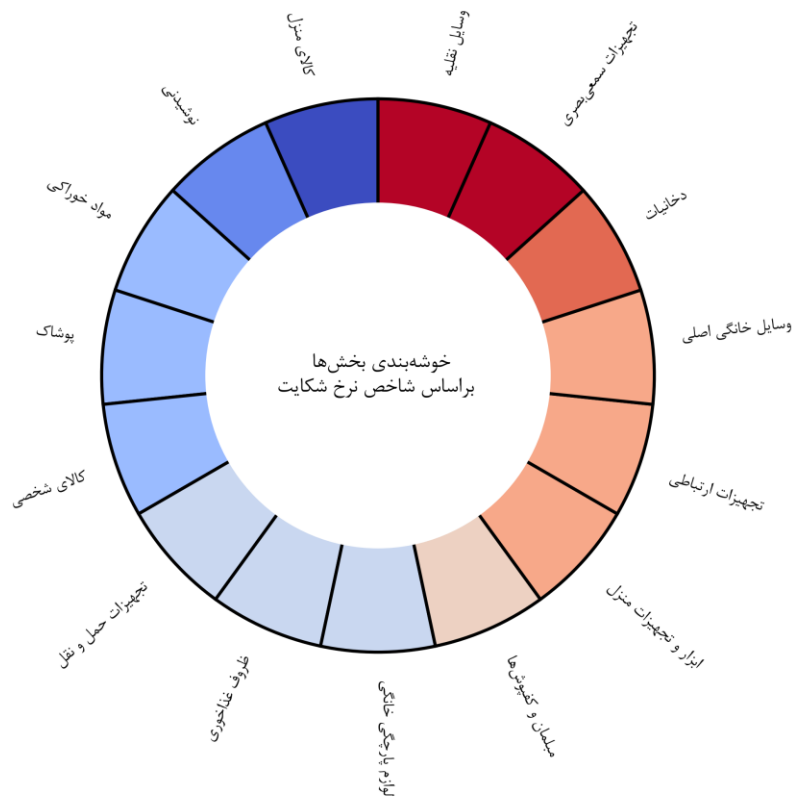
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۹.۲۴ ± ۳.۴۹	۷.۵۱ ± ۱.۷۸	۱۳.۷۹ ± ۲.۷۸	۸.۰۴ ± ۳.۴۴	۸.۴ ± ۳.۲۸	۹.۷۲ ± ۱.۲۴	۱۴.۵۴ ± ۲.۲۷
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۷.۵۵ ± ۲.۱۹	۳.۹۹ ± ۱.۰۲	۵.۸۱ ± ۱.۶	۵.۸۹ ± ۰.۶۱	۴.۸۲ ± ۱.۲۷	۱۰.۸۱ ± ۳.۸۲	۹.۹۷ ± ۳.۶۷
بخش	پوشاک						
شاخص	۶.۳۸ ± ۱.۴۱						



نمودار ۳-۵. شاخص نرخ شکایت به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۴-۵ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: کالای منزل
- خوشه ۲: نوشیدنی
- خوشه ۳: مواد خوراکی - پوشاک - کالای شخصی
- خوشه ۴: تجهیزات حمل و نقل - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی
- خوشه ۵: میلمان و کفپوش‌ها
- خوشه ۶: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات ارتباطی - وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۷: دخانیات
- خوشه ۸: تجهیزات سمعی بصری - وسایل نقلیه



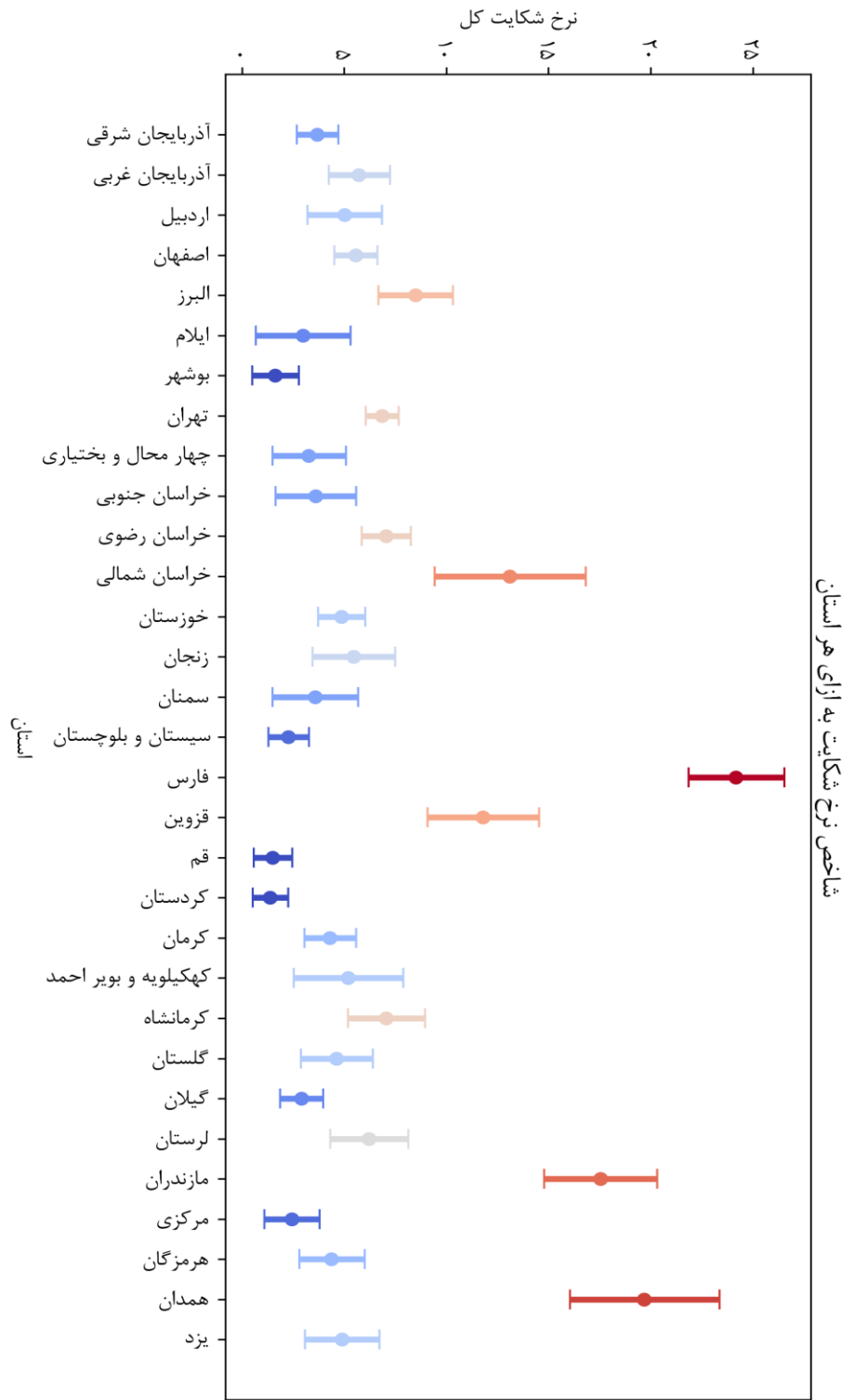
نمودار ۴-۵. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص نرخ شکایت

۳-۵-۳ شاخص نرخ شکایت به ازای هر استان

مقادیر شاخص نرخ شکایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۵-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۳-۵. شاخص نرخ شکایت به ازای هر استان

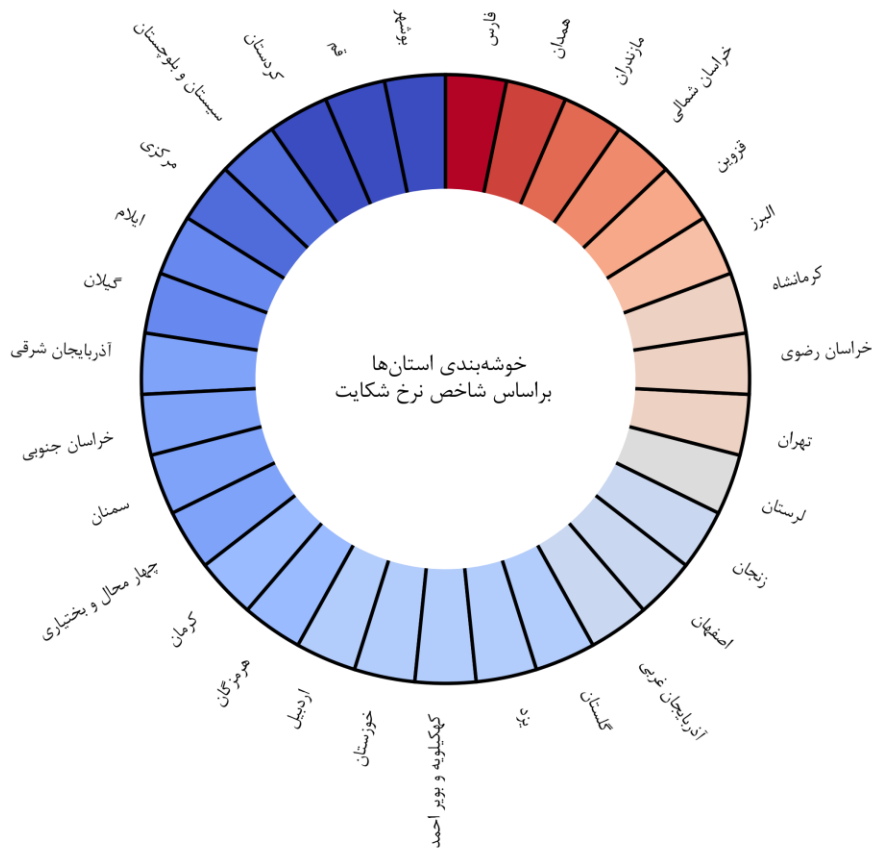
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۳۶۷ ± ۱۳۸	۵۷۲ ± ۲۰	۵۰۱ ± ۲۷۳	۵۵۵ ± ۱۲۹	۸۴۸ ± ۲۲۸	۲۹۷ ± ۵۷۷	۱۶۲ ± ۲۶۲
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۸۴ ± ۰۹۱	۳۲۶ ± ۳۴۴	۳۵۹ ± ۳۷۷	۷۰۴ ± ۱۴۴	۱۳۱۱ ± ۴۸۶	۴۸۶ ± ۱۴۹	۵۴۵ ± ۳۰۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۳۵۷ ± ۴۰۷	۲۲۶ ± ۱۷	۲۴۱۸ ± ۲۵۲	۱۱۷۸ ± ۳۳۹	۱۴۹ ± ۲۰۶	۱۳۶ ± ۱۸۷	۴۲۹ ± ۱۷۵
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۵۱۹ ± ۴۸۸	۷۰۵ ± ۲۵	۴۶۲ ± ۲۷	۲۹ ± ۱۶۱	۶۲۱ ± ۲۶۵	۱۷۵۴ ± ۳۱۶	۲۴۳ ± ۲۶
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۴۳۸ ± ۲۴	۱۹۶۹ ± ۴۲۴	۴۸۸ ± ۲۷۵				



نمودار ۵-۵. شاخص نرخ شکایت به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی‌شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۵-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: بوشهر - قم - کردستان
- خوشه ۲: سیستان و بلوچستان - مرکزی
- خوشه ۳: ایلام - گیلان
- خوشه ۴: آذربایجان شرقی - خراسان جنوبی - سمنان - چهارمحال و بختیاری
- خوشه ۵: کرمان - هرمزگان
- خوشه ۶: اردبیل - خوزستان - کهگیلویه و بویر احمد - یزد - گلستان
- خوشه ۷: آذربایجان غربی - اصفهان - زنجان
- خوشه ۸: لرستان
- خوشه ۹: تهران - خراسان رضوی - کرمانشاه
- خوشه ۱۰: البرز
- خوشه ۱۱: قزوین
- خوشه ۱۲: خراسان شمالی
- خوشه ۱۳: مازندران
- خوشه ۱۴: همدان
- خوشه ۱۵: فارس



نمودار ۵-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص نرخ شکایت

۶-۳ شاخص پاسخگویی به شکایات

مقدار شاخص پاسخگویی به شکایات کل برابر ۱.۴۵ ± ۳۳.۷۵ است. به دلیل کمبود تعداد داده‌های مربوط به این شاخص امکان ارائه تحلیل تفکیکی وجود ندارد.

فصل ۴. شاخص‌های مرتبط با برند

در این فصل، سه شاخص مرتبط با برند مورد سنجش قرار می‌گیرند. این شاخص‌ها متمرکز به برند کلاقلمی است که مصرف‌کننده در مورد آن نظر می‌دهد. برای جزییات بیشتر به جدول ۵-۰ مراجعه کنید.

۱-۴ شاخص وفاداری

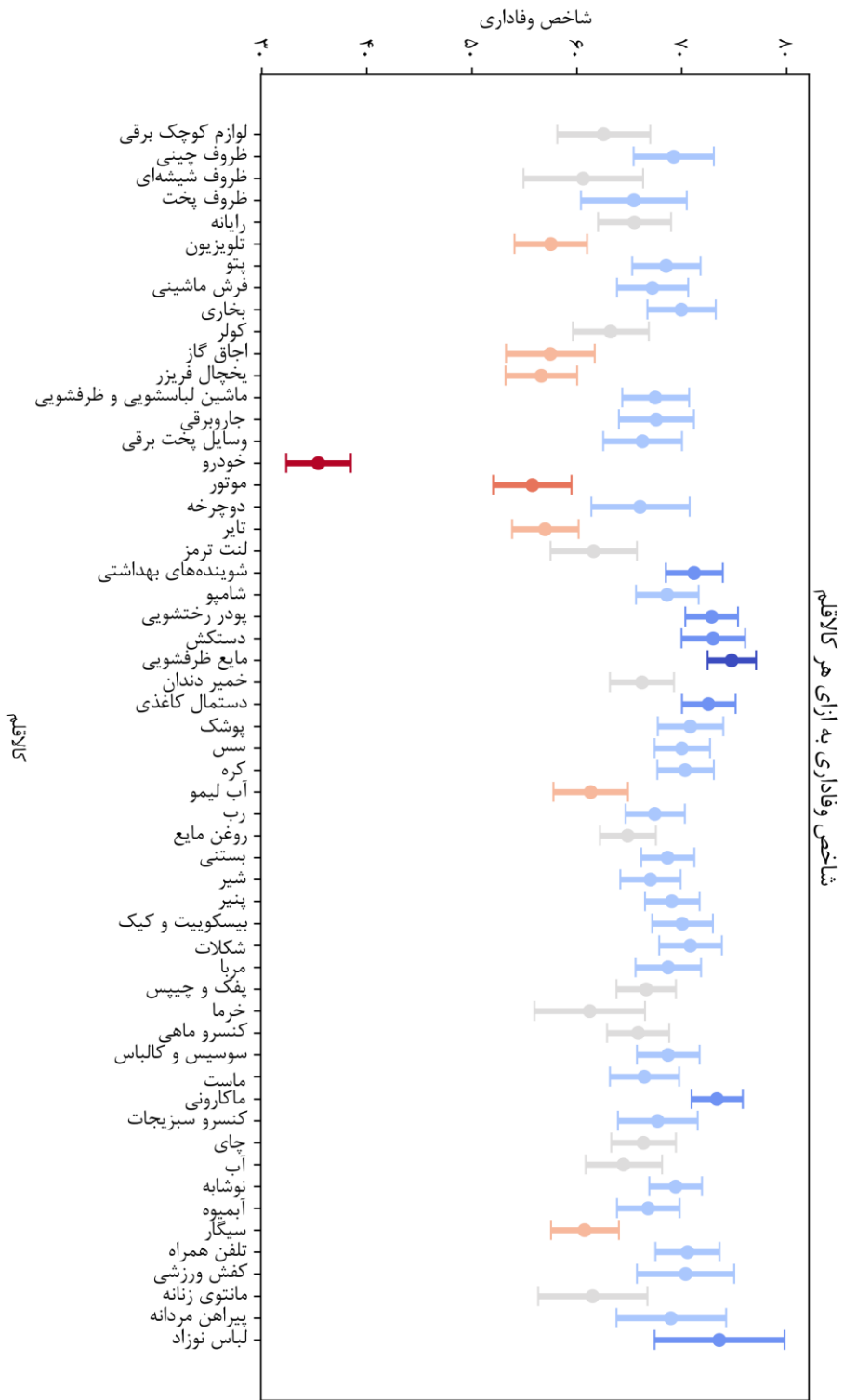
مقدار شاخص وفاداری کل برابر 2.08 ± 66.35 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کلاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۱-۴ شاخص وفاداری به ازای هر کلاقلم

مقادیر شاخص وفاداری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کلاقلم در جدول ۱-۷-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۷-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۷-۱. شاخص وفاداری به ازای هر کالا/قلم

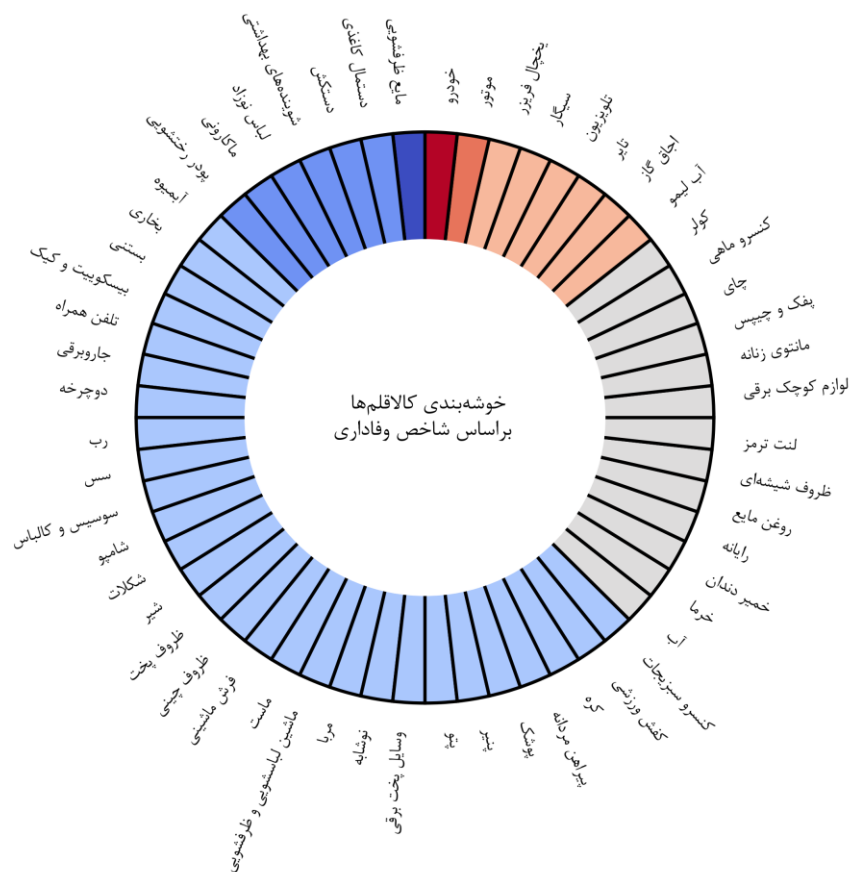
کالا/قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۶۲.۵۴ ± ۴.۴۳	۶۹.۲۲ ± ۳.۸۱	۶۰.۵۹ ± ۵.۷	۶۵.۴۳ ± ۵.۰۵	۶۵.۴۸ ± ۳.۴۷	۵۷.۵۱ ± ۳.۴۶	۶۸.۵۱ ± ۳.۲۳
کالا/قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۶۷.۲ ± ۳.۳۹	۶۹.۹۵ ± ۳.۲۶	۶۳.۲۱ ± ۳.۶۱	۵۷.۴۶ ± ۴.۲۳	۵۶.۶۱ ± ۳.۴۱	۶۷.۴۹ ± ۳.۱۶	۶۷.۵۴ ± ۳.۵۷
کالا/قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۶۶.۲۵ ± ۳.۷۴	۳۵.۳۷ ± ۳.۰۷	۵۵.۷۴ ± ۳.۷۱	۶۶.۰۳ ± ۴.۶۸	۵۶.۹۹ ± ۳.۱۴	۶۱.۶ ± ۴.۱۱	۷۱.۱۷ ± ۲.۷۱
کالا/قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۶۸.۶ ± ۲.۹۸	۷۲.۸۴ ± ۲.۵۱	۷۲.۹۸ ± ۳.۰۴	۷۴.۷۶ ± ۲.۳	۶۶.۲ ± ۳.۰۵	۷۲.۵۴ ± ۲.۵۶	۷۰.۸۱ ± ۳.۱۱
کالا/قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۷۰.۰۲ ± ۲.۶۵	۷۰.۳۲ ± ۲.۶۹	۶۱.۳ ± ۳.۵۴	۶۷.۴۳ ± ۲.۸۲	۶۴.۸۴ ± ۲.۶۹	۶۸.۶۵ ± ۲.۵۳	۶۷.۰ ± ۲.۸۶
کالا/قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۶۹.۰۷ ± ۲.۵۹	۷۰.۰۵ ± ۲.۸۹	۷۰.۸۳ ± ۲.۹۷	۶۸.۶۹ ± ۳.۱۲	۶۶.۵۹ ± ۲.۸۴	۶۱.۲۱ ± ۵.۲۹	۶۵.۸۲ ± ۲.۹۴
کالا/قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۶۸.۶۸ ± ۲.۹۷	۶۶.۴۴ ± ۳.۲۹	۷۳.۳۵ ± ۲.۴۴	۶۷.۷ ± ۳.۷۹	۶۶.۳۴ ± ۳.۰۷	۶۴.۴۶ ± ۳.۶۲	۶۹.۴ ± ۲.۵۱
کالا/قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۶۶.۷۹ ± ۲.۹۶	۶۰.۷۵ ± ۳.۲۵	۷۰.۵۳ ± ۳.۰۶	۷۰.۳۴ ± ۴.۶۲	۶۱.۵ ± ۵.۱۹	۶۸.۹۸ ± ۵.۲۲	۷۳.۵۶ ± ۶.۲۱



نمودار ۷-۱. شاخص وفاداری به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲-۷ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: مایع ظرفشویی
- خوشه ۲: دستمال کاغذی - دستکش - شوینده‌های بهداشتی - لباس نوزاد - ماکارونی - پودر رختشویی
- خوشه ۳: آبمیوه - بخاری - بستنی - بیسکویت و کیک - تلفن همراه - جاروبرقی - دوچرخه - رب - سس - سوسیس و کالباس - شامپو - شکلات - شیر - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - ماست - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - مربا - نوشابه - وسایل پخت برقی - پتو - پنیر - پوشک - پیراهن مردانه - کره - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات
- خوشه ۴: آب - خرما - خمیر دندان - رایانه - روغن مایع - ظروف شیشه‌ای - لنت ترمز - لوازم کوچک برقی - مانتوی زنانه - پفک و چیپس - چای - کنسرو ماهی - کولر
- خوشه ۵: آب لیمو - اجاق گاز - تایر - تلویزیون - سیگار - یخچال فریزر
- خوشه ۶: موتور
- خوشه ۷: خودرو



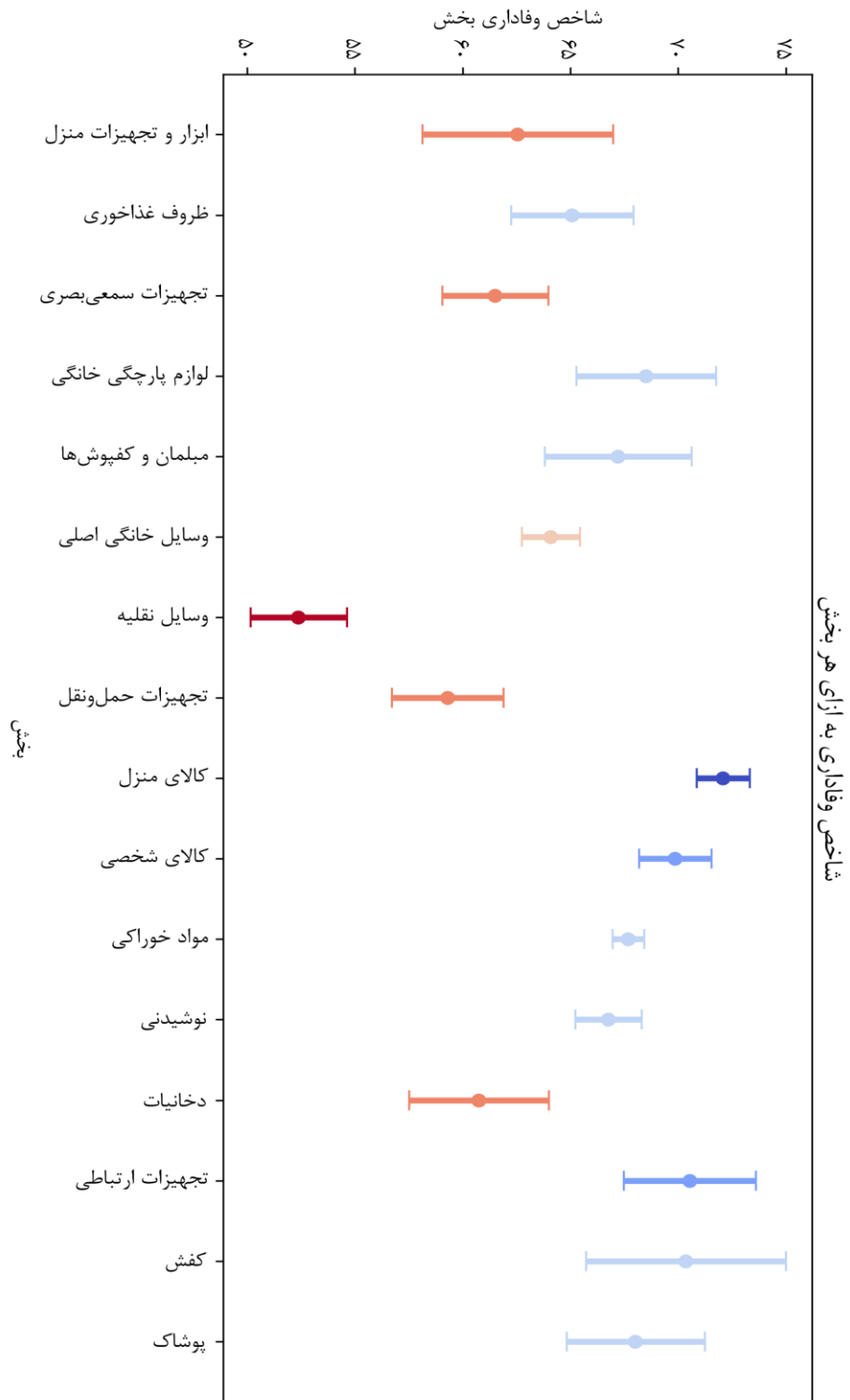
نمودار ۲-۷. خوشه‌بندی کالا قلم‌ها بر اساس شاخص وفاداری

۲-۱-۴ شاخص وفاداری به ازای هر بخش

مقادیر شاخص وفاداری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۷ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۷. شاخص وفاداری به ازای هر بخش

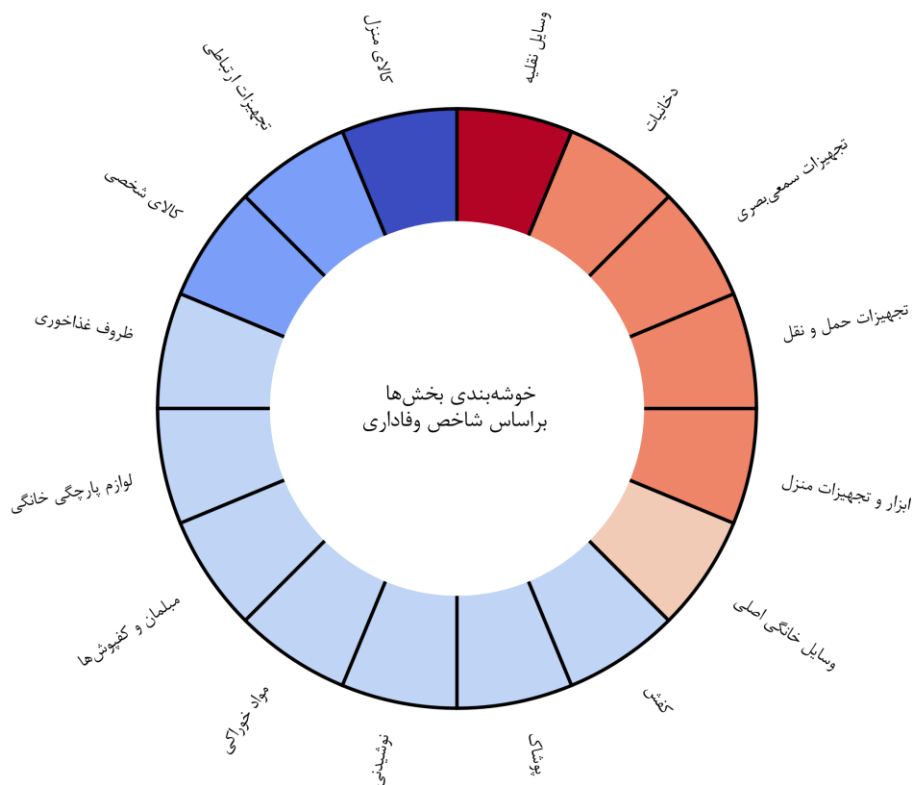
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۶۲.۵۴ ± ۴.۴۳	۶۵.۰۸ ± ۲.۸۴	۶۱.۵ ± ۲.۴۵	۶۸.۵۱ ± ۳.۲۴	۶۷.۲ ± ۳.۴	۶۴.۰۷ ± ۱.۳۶	۵۲.۳۸ ± ۲.۲۴
بخش	تجهیزات حمل‌ونقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۹.۳ ± ۲.۵۸	۷۲.۰۷ ± ۱.۲۲	۶۹.۸۵ ± ۱.۶۸	۶۷.۶۷ ± ۰.۷۳	۶۶.۷۵ ± ۱.۵۳	۶۰.۷۵ ± ۳.۲۴	۷۰.۵۳ ± ۳.۰۶
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۷۰.۳۴ ± ۴.۶۳	۶۸.۰۱ ± ۳.۲۲					



نمودار ۷-۳. شاخص وفاداری به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۴-۷ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: کالای منزل
- خوشه ۲: تجهیزات ارتباطی - کالای شخصی
- خوشه ۳: ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - میلمان و کفپوش‌ها - مواد خوراکی - نوشیدنی - پوشاک - کفش
- خوشه ۴: وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۵: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات حمل و نقل - تجهیزات سمعی بصری - دخانیات
- خوشه ۶: وسایل نقلیه



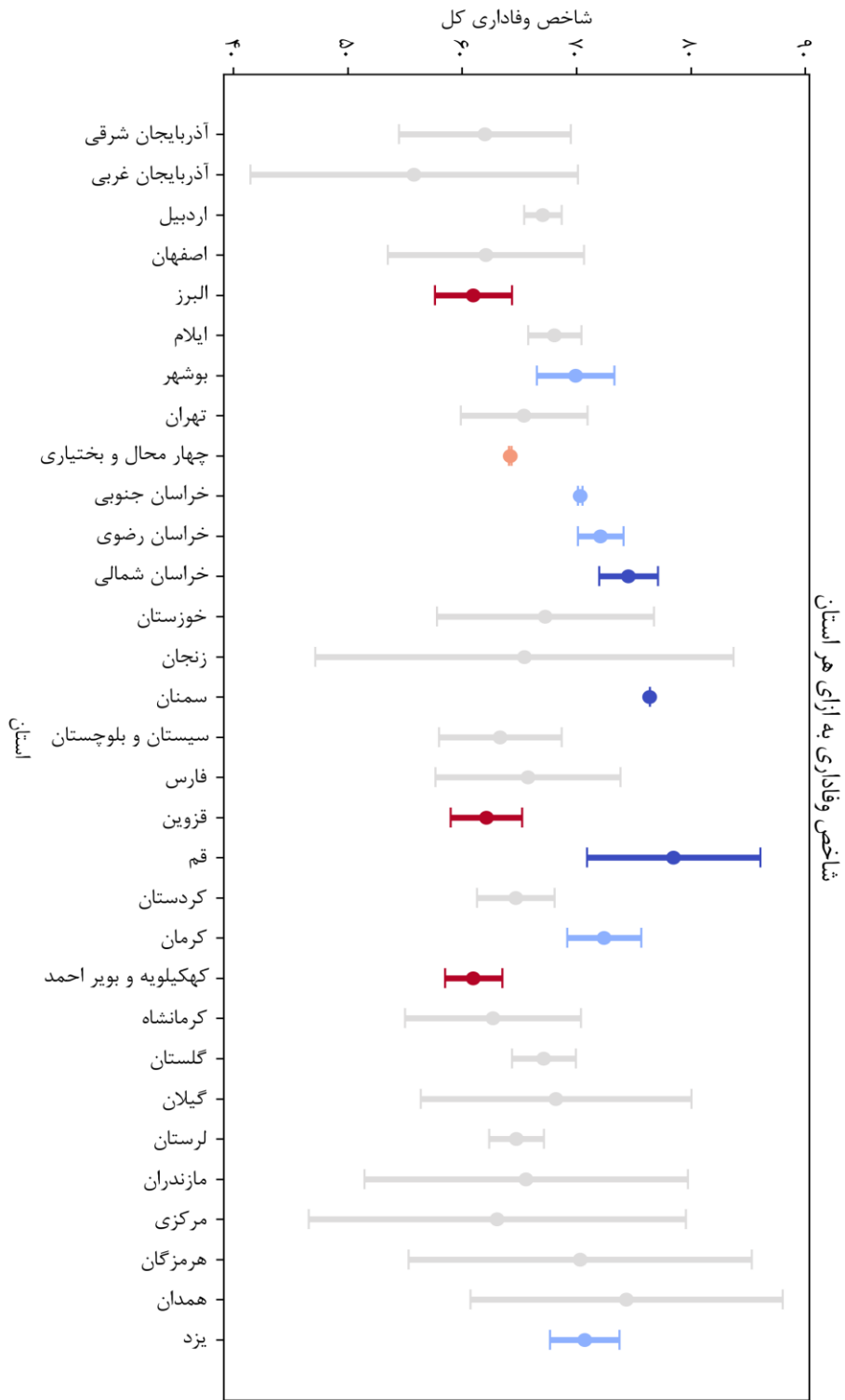
نمودار ۴-۷. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص وفاداری

۳-۱-۴ شاخص وفاداری به ازای هر استان

مقادیر شاخص رضایت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۷-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۳-۷. شاخص وفاداری به ازای هر استان

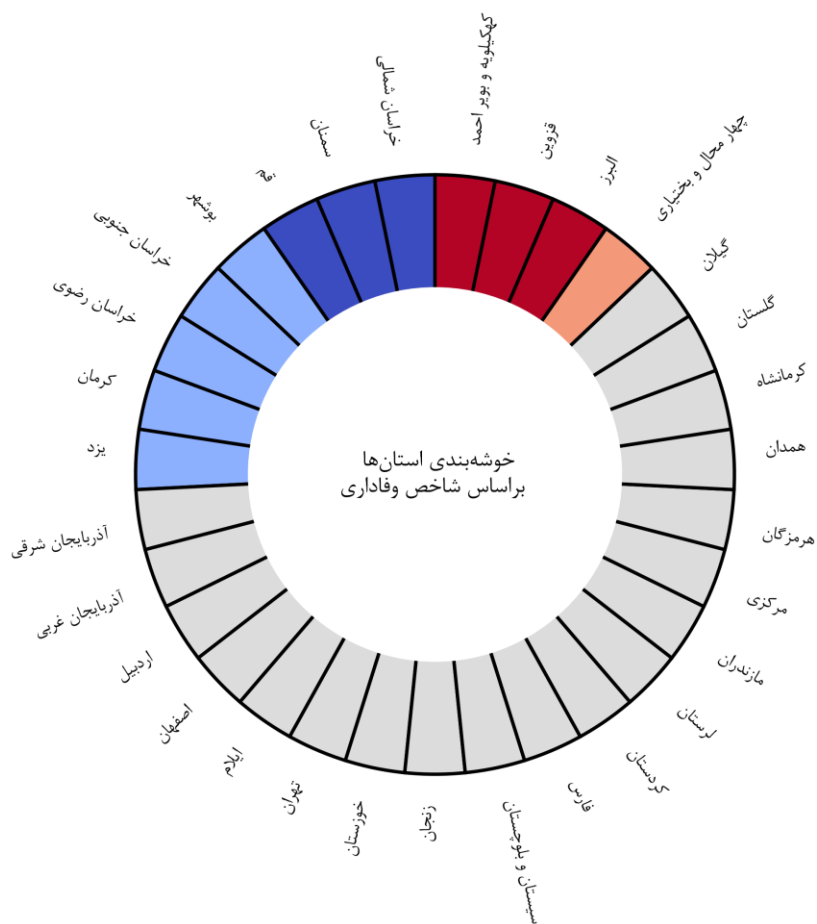
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۱.۹۶ ± ۷.۵۳	۵۵.۷۸ ± ۱۴.۳۱	۶۷.۰۳ ± ۱.۶۳	۶۲.۰۶ ± ۸.۵۷	۶۰.۹۷ ± ۳.۳۷	۶۸.۰۶ ± ۲.۳۳	۶۹.۸۹ ± ۳.۳۷
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۵.۴ ± ۵.۵۵	۶۴.۱۸ ± ۰.۱	۷۰.۳ ± ۰.۲	۷۲.۰۸ ± ۱.۹۸	۷۴.۵۳ ± ۲.۵۷	۶۷.۲۴ ± ۹.۴۹	۶۵.۴۲ ± ۱۸.۲۹
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۷۶.۳۷ ± ۰.۰	۶۳.۳۱ ± ۵.۳۵	۶۵.۷۴ ± ۸.۰۹	۶۲.۰۹ ± ۳.۱۴	۷۸.۴۷ ± ۷.۵۹	۶۴.۶۶ ± ۳.۴۱	۷۲.۴ ± ۳.۲۳
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۶۰.۹۷ ± ۲.۵۱	۶۲.۶۷ ± ۷.۶۸	۶۷.۱۲ ± ۲.۸	۶۸.۱۹ ± ۱۱.۸۴	۶۴.۷۲ ± ۲.۳۹	۶۵.۵۸ ± ۱۴.۱۳	۶۳.۰۴ ± ۱۶.۴۸
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۰.۳ ± ۱۵.۰۱	۷۴.۳۴ ± ۱۳.۶۶	۷۰.۶۹ ± ۳.۰۴				



نمودار ۷-۵. شاخص وفاداری به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۶-۷ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: خراسان شمالی - سمنان - قم
- خوشه ۲: بوشهر - خراسان جنوبی - خراسان رضوی - کرمان - یزد
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - آذربایجان غربی - اردبیل - اصفهان - ایلام - تهران - خوزستان - زنجان - سیستان و بلوچستان - فارس - کردستان - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۴: چهار محال و بختیاری
- خوشه ۵: البرز - قزوین - کهگیلویه و بویر احمد



نمودار ۶-۷. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص وفاداری

۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد

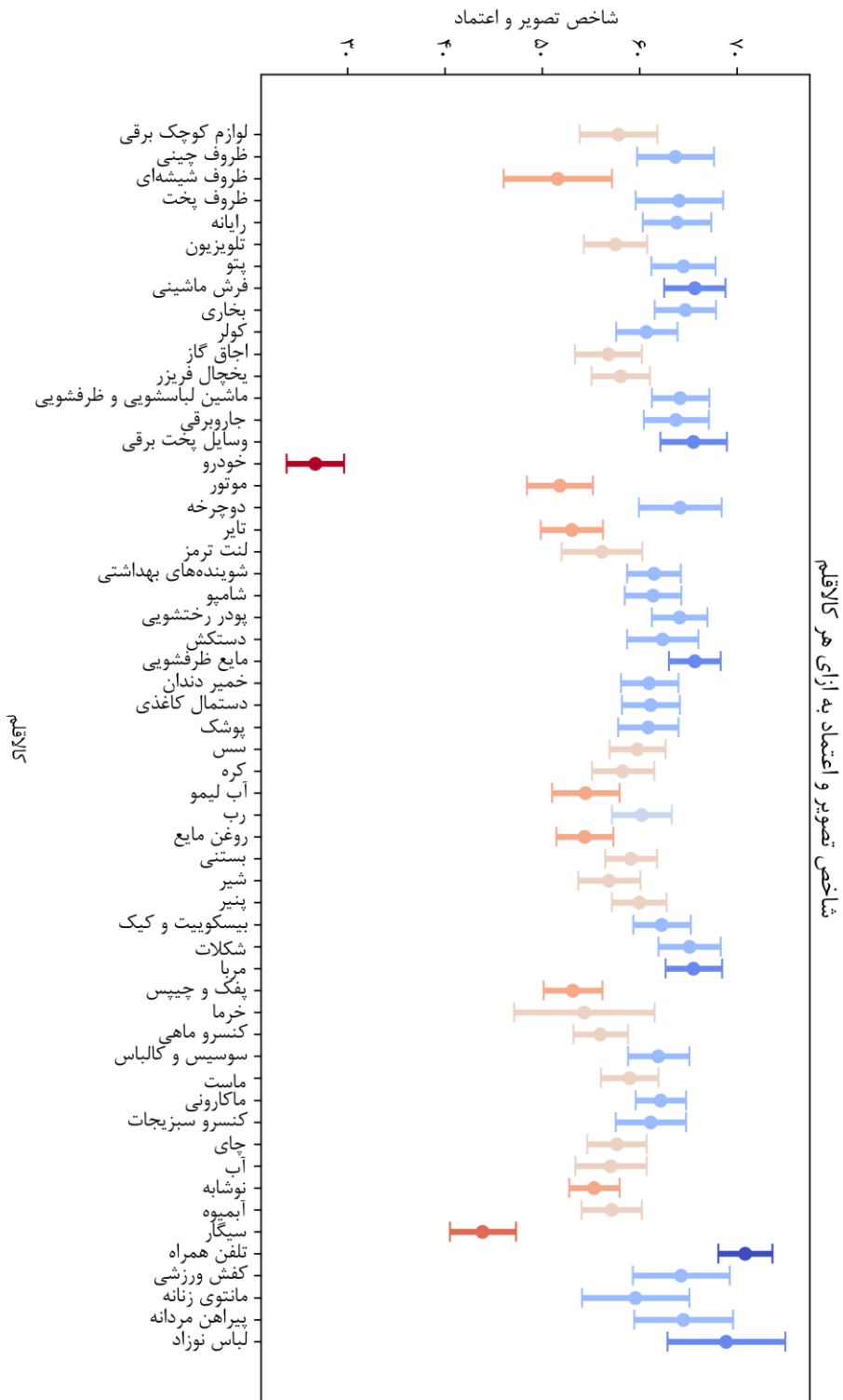
مقدار شاخص تصویر و اعتماد کل برابر 2.29 ± 58.58 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص تصویر و اعتماد و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۸-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۸-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۸-۱. شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر کالاقلم

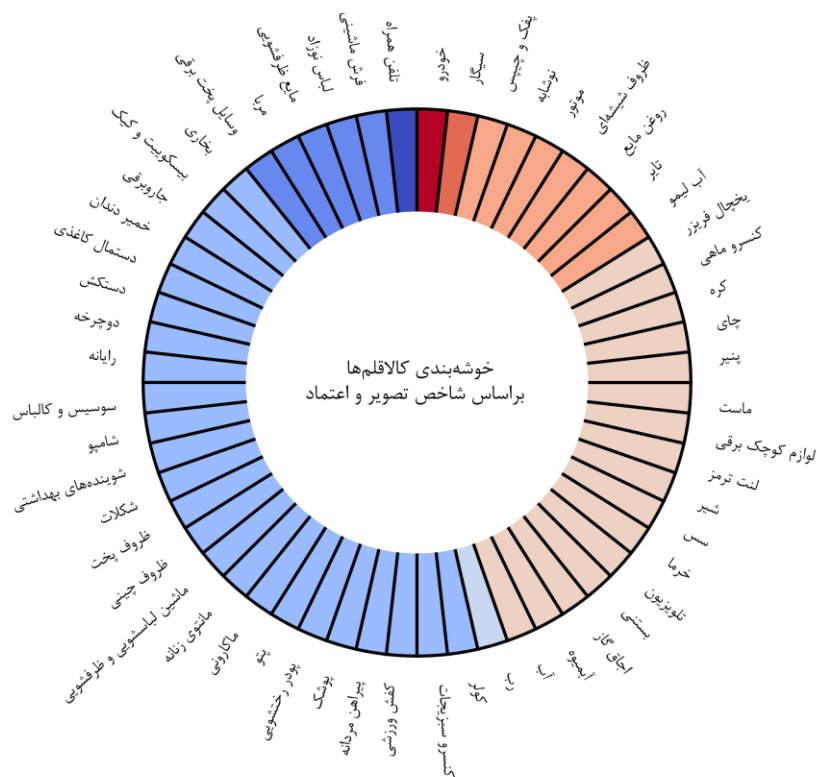
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	57.81 ± 4.01	63.67 ± 3.94	51.56 ± 5.56	64.04 ± 4.48	63.8 ± 3.48	57.5 ± 3.24	64.46 ± 3.27
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	65.65 ± 3.15	64.66 ± 3.13	60.7 ± 3.13	56.76 ± 3.45	58.04 ± 2.99	64.16 ± 2.94	63.72 ± 3.36
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	65.51 ± 3.43	26.65 ± 2.97	51.78 ± 3.4	64.15 ± 4.25	53.01 ± 3.19	56.09 ± 4.15	61.44 ± 2.74
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	61.34 ± 2.92	64.07 ± 2.85	62.34 ± 3.67	65.63 ± 2.66	60.99 ± 2.96	61.11 ± 2.98	60.86 ± 3.1
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	59.74 ± 2.89	58.25 ± 3.2	54.42 ± 3.45	60.19 ± 3.07	54.33 ± 2.92	59.08 ± 2.65	56.83 ± 3.18
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	59.93 ± 2.81	62.25 ± 2.95	65.1 ± 3.17	65.53 ± 2.91	53.11 ± 3.03	54.29 ± 2.23	55.96 ± 2.82
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	61.92 ± 3.14	58.96 ± 2.96	62.14 ± 2.59	61.12 ± 3.62	57.63 ± 3.07	57.02 ± 3.65	55.31 ± 2.6
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	57.1 ± 3.1	43.86 ± 3.38	70.82 ± 2.77	64.25 ± 4.99	59.54 ± 5.51	64.5 ± 5.08	68.88 ± 6.05



نمودار ۸-۱. شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۸-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تلفن همراه
- خوشه ۲: فرش ماشینی - لباس نوزاد - مایع ظرفشویی - مربا - وسایل پخت برقی
- خوشه ۳: بخاری - بیسکویت و کیک - جاروبرقی - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دستکش - دوچرخه - رایانه - سوسیس و کالباس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - ظروف پخت - ظروف چینی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - مانتوی زنانه - ماکارونی - پتو - پودر رختشویی - پوشک - پیراهن مردانه - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات - کولر
- خوشه ۴: رب
- خوشه ۵: آب - آبمیوه - اجاق گاز - بستنی - تلویزیون - خرما - سس - شیر - لنت ترمز - لوازم کوچک برقی - ماست - پنیر - چای - کره - کنسرو ماهی - یخچال فریزر
- خوشه ۶: آب لیمو - تایر - روغن مایع - ظروف شیشه‌ای - موتور - نوشابه - پفک و چیپس
- خوشه ۷: سیگار
- خوشه ۸: خودرو



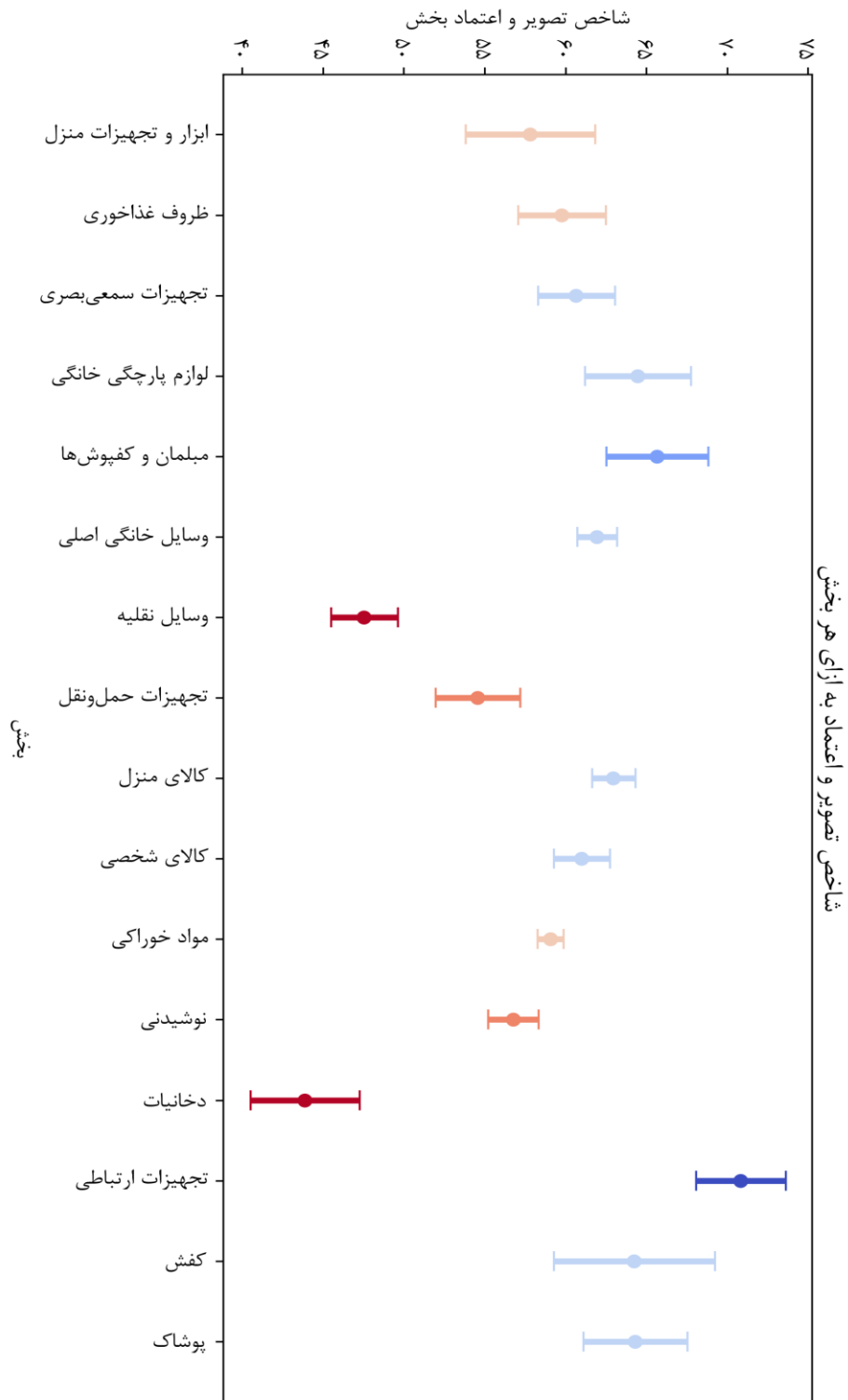
نمودار ۸-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص تصویر و اعتماد

۲-۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر بخش

مقادیر شاخص تصویر و اعتماد و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۸ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۸. شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر بخش

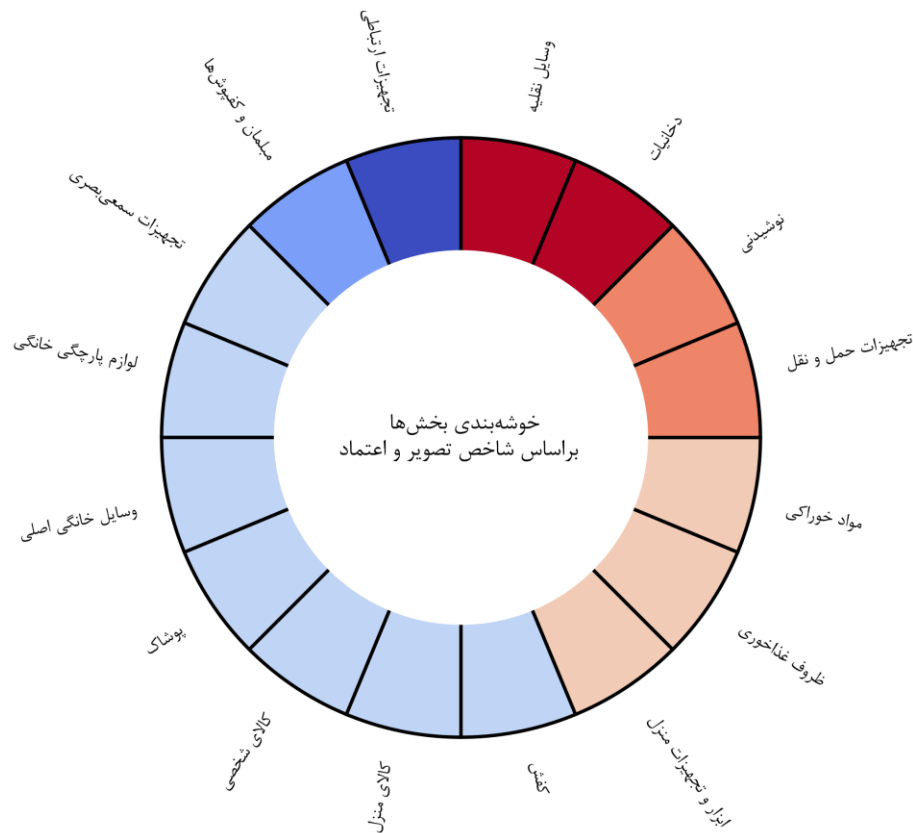
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۵۷.۸۱ ± ۴.۰۱	۵۹.۷۶ ± ۲.۷۲	۶۰.۶۵ ± ۲.۳۸	۶۴.۴۶ ± ۳.۲۸	۶۵.۶۵ ± ۳.۱۵	۶۱.۹۴ ± ۱.۲۱	۴۷.۵۳ ± ۲.۰۶
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۴.۵۵ ± ۲.۶۲	۶۲.۹۶ ± ۱.۳۴	۶۰.۹۹ ± ۱.۷۴	۵۹.۰۶ ± ۰.۸۱	۵۶.۷۶ ± ۱.۵۷	۴۳.۸۶ ± ۳.۳۸	۷۰.۸۲ ± ۲.۷۷
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۶۴.۲۵ ± ۴.۹۸	۶۴.۳۱ ± ۳.۲۱					



نمودار ۸-۳. شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۸-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی
- خوشه ۲: مبلمان و کفپوش‌ها
- خوشه ۳: تجهیزات سمعی بصری - لوازم پارچگی خانگی - وسایل خانگی اصلی - پوشاک - کالای شخصی - کالای منزل - کفش
- خوشه ۴: ابزار و تجهیزات منزل - ظروف غذاخوری - ظروف حمل و نقل - نوشیدنی
- خوشه ۵: تجهیزات حمل و نقل - نوشیدنی
- خوشه ۶: دخانیات - وسایل نقلیه



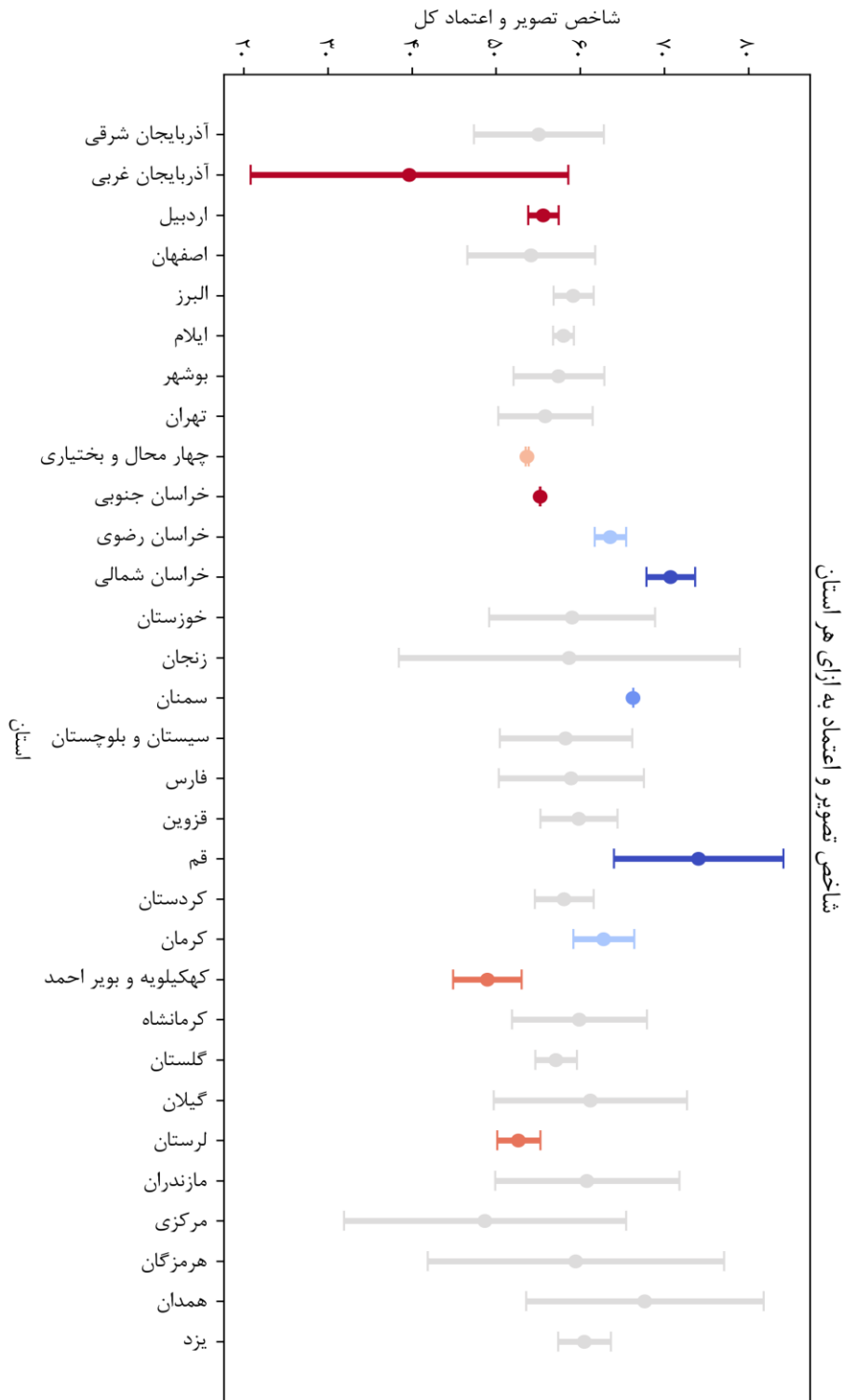
نمودار ۸-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص تصویر و اعتماد

۳-۲-۴ شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر استان

مقادیر شاخص تصویر و اعتماد و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۵-۸ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۳-۸. شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر استان

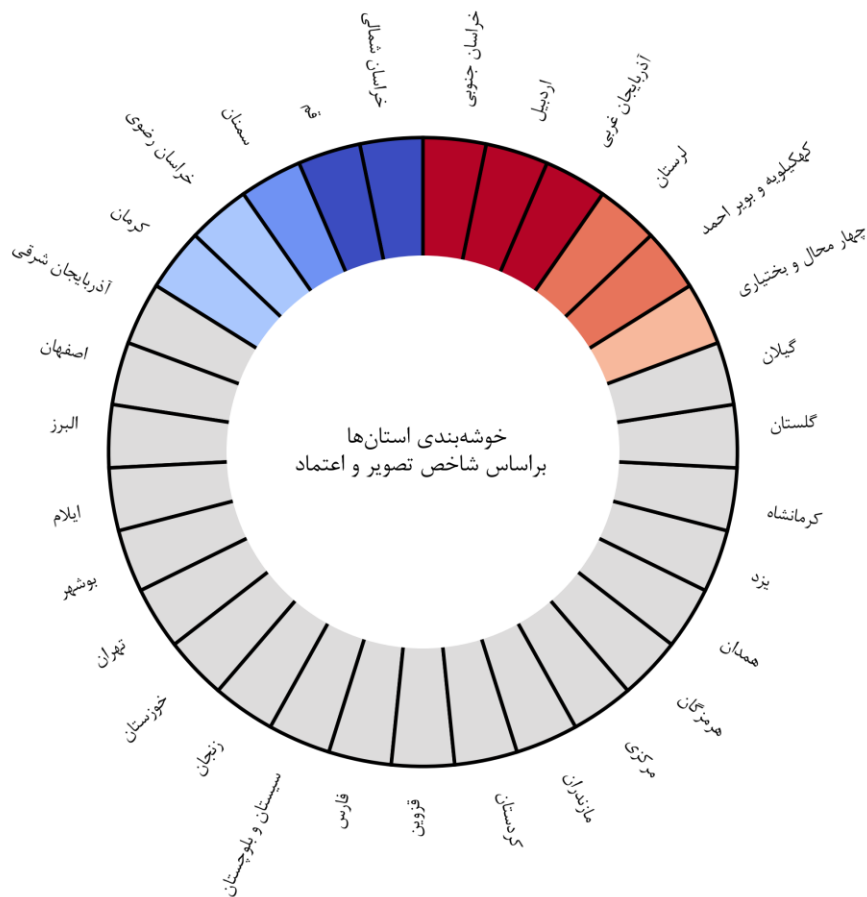
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۵.۰۶ ± ۷.۷۴	۳۹.۶۶ ± ۱۸.۸۷	۵۵.۶ ± ۱.۸	۵۴.۱۴ ± ۷.۶	۵۹.۱۷ ± ۲.۳۷	۵۷.۹۸ ± ۱.۲۵	۵۷.۴۲ ± ۵.۳۹
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۵۵.۸۲ ± ۵.۶۱	۵۳.۶۶ ± ۰.۱۶	۵۵.۲۱ ± ۰.۰۴	۶۳.۵۶ ± ۱.۸۶	۷۰.۷۴ ± ۲.۸۸	۵۹.۰ ± ۹.۸۸	۵۸.۶۸ ± ۲۰.۲۷
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۶۶.۲۸ ± ۰.۰	۵۸.۲۷ ± ۷.۸۶	۵۸.۹۳ ± ۸.۶۲	۵۹.۸۳ ± ۴.۵۹	۷۴.۰۷ ± ۱۰.۰۷	۵۸.۰۶ ± ۳.۵۱	۶۲.۷۹ ± ۳.۶۱
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۴۸.۹۴ ± ۴.۰۸	۵۹.۸۵ ± ۸.۰۲	۵۷.۱۱ ± ۲.۴۹	۶۱.۱۹ ± ۱۱.۴۹	۵۲.۶۶ ± ۲.۵۵	۶۰.۷۹ ± ۱۰.۹۶	۴۸.۶۳ ± ۱۶.۷۸
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۵۹.۴۵ ± ۱۷.۶	۶۷.۶۶ ± ۱۴.۱۱	۶۰.۴۹ ± ۳.۱۴				



نمودار ۸-۵. شاخص تصویر و اعتماد به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۸-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: خراسان شمالی - قم
- خوشه ۲: سمنان
- خوشه ۳: خراسان رضوی - کرمان
- خوشه ۴: آذربایجان شرقی - اصفهان - البرز - ایلام - بوشهر - تهران - خوزستان - زنجان - سیستان و بلوچستان - فارس - قزوین - کردستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۵: چهار محال و بختیاری
- خوشه ۶: کهگیلویه و بویر احمد - لرستان
- خوشه ۷: آذربایجان غربی - اردبیل - خراسان جنوبی



نمودار ۸-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص تصویر و اعتماد

۳-۴ شاخص تسری پذیری

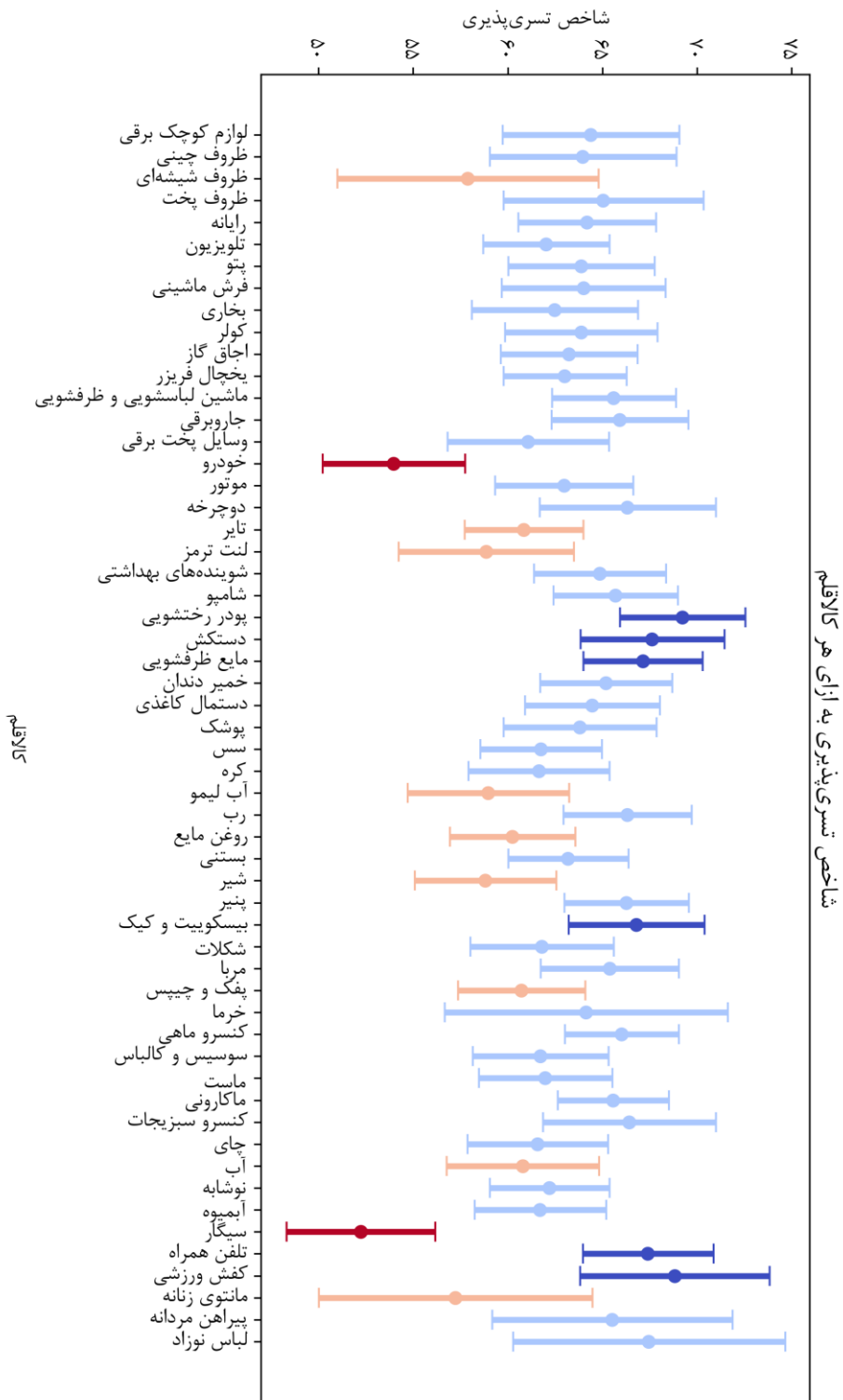
مقدار شاخص تسری پذیری کل برابر ۲.۶۳ ± ۶۲.۹۸ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۳-۴ شاخص تسری پذیری به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص تسری پذیری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۹-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۹-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۹-۱. شاخص تسری پذیری به ازای هر کالاقلم

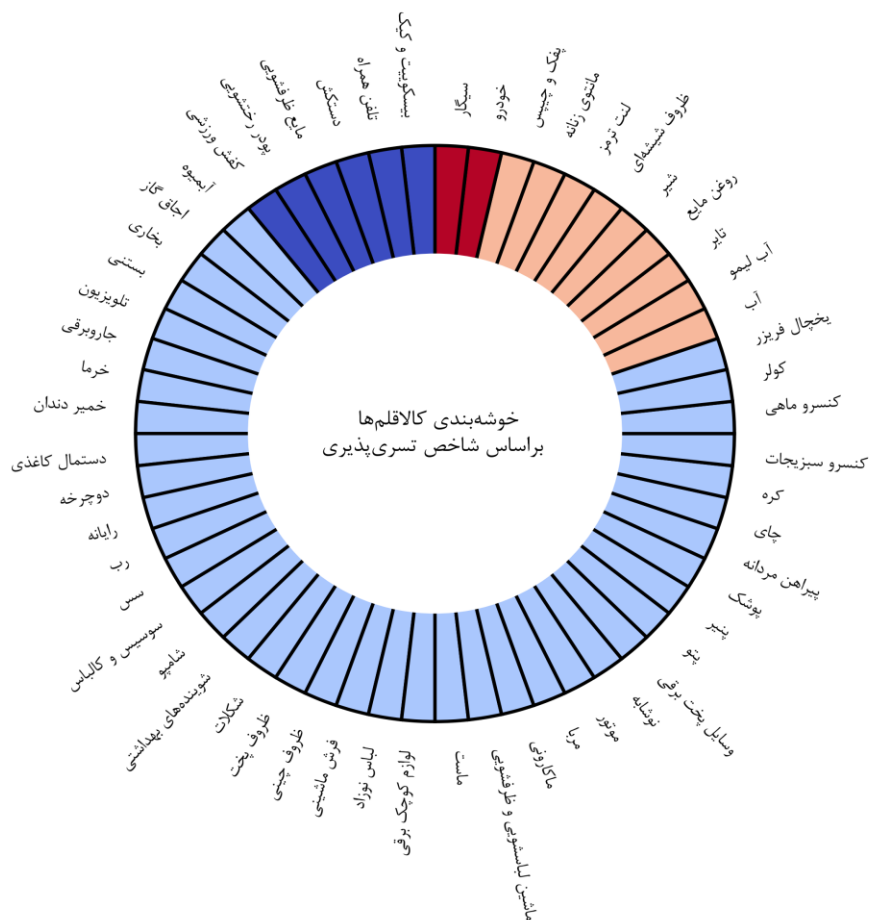
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۶۴.۳۷ ± ۴.۶۷	۶۳.۹۶ ± ۴.۹۴	۵۷.۸۷ ± ۶.۹	۶۵.۰۴ ± ۵.۲۹	۶۴.۱۸ ± ۳.۶۵	۶۲.۰۱ ± ۳.۳۴	۶۳.۸۷ ± ۳.۸۵
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۶۳.۹۹ ± ۴.۳۳	۶۲.۴۷ ± ۴.۳۸	۶۳.۸۷ ± ۴.۰۴	۶۳.۲۳ ± ۳.۶۱	۶۳.۰ ± ۳.۲۶	۶۵.۵۹ ± ۳.۲۸	۶۵.۹ ± ۳.۶
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۶۱.۰۷ ± ۴.۲۸	۵۳.۹۷ ± ۳.۷۸	۶۲.۹۶ ± ۳.۶۷	۶۶.۳۲ ± ۴.۶۵	۶۰.۸۳ ± ۳.۱۵	۵۸.۸۵ ± ۴.۶۲	۶۴.۸۶ ± ۳.۴۸
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۶۵.۶۸ ± ۳.۲۸	۶۹.۲۳ ± ۳.۳۱	۶۷.۶۲ ± ۳.۸	۶۷.۱۳ ± ۳.۱۶	۶۵.۱۸ ± ۳.۴۸	۶۴.۴۵ ± ۳.۵۷	۶۳.۸ ± ۴.۰۵
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۶۱.۷۴ ± ۳.۲۱	۶۱.۶۳ ± ۳.۷۲	۵۸.۹۵ ± ۴.۲۷	۶۶.۳۱ ± ۳.۴	۶۰.۲۴ ± ۳.۳۱	۶۳.۱۸ ± ۳.۱۷	۵۸.۸۱ ± ۳.۷۴
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۶۶.۲۶ ± ۳.۲۹	۶۶.۷۸ ± ۳.۵۹	۶۱.۷۹ ± ۳.۷۸	۶۵.۳۷ ± ۳.۶۳	۶۰.۷۱ ± ۳.۳۷	۶۴.۱۳ ± ۷.۴۶	۶۶.۰۱ ± ۳.۰۱
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۶۱.۷۲ ± ۳.۵۸	۶۱.۹۸ ± ۳.۵۳	۶۵.۵۶ ± ۲.۹۴	۶۶.۴۲ ± ۴.۵۷	۶۱.۵۶ ± ۳.۷	۶۰.۷۸ ± ۴.۰۳	۶۲.۱۹ ± ۳.۱۶
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۶۱.۷ ± ۳.۴۷	۵۲.۲۲ ± ۳.۹۲	۶۷.۴ ± ۳.۴۵	۶۸.۸۱ ± ۵.۰	۵۷.۲۳ ± ۷.۲۲	۶۵.۵۱ ± ۶.۳۵	۶۷.۴۵ ± ۷.۱۸



نمودار ۹-۱. شاخص تسری پذیری به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۹-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: بیسکویت و کیک - تلفن همراه - دستکش - مایع ظرفشویی - پودر رختشویی - کفش ورزشی
- خوشه ۲: آبمیوه - اجاق گاز - بخاری - بستنی - تلویزیون - جاروبرقی - خرما - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دوچرخه - رایانه - رب - سس - سوسیس و کالباس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - ماست - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - ماکارونی - مربا - موتور - نوشابه - وسایل پخت برقی - پتو - پنبه - پوشک - پیراهن مردانه - چای - کره - کنسرو سبزیجات - کنسرو ماهی - کولر - یخچال فریزر
- خوشه ۳: آب - آب لیمو - تایر - روغن مایع - ظروف استیل - لنت ترمز - مانیتوی زنانه - رنگ و چسب - خودرو - سیگار
- خوشه ۴: خودرو - سیگار



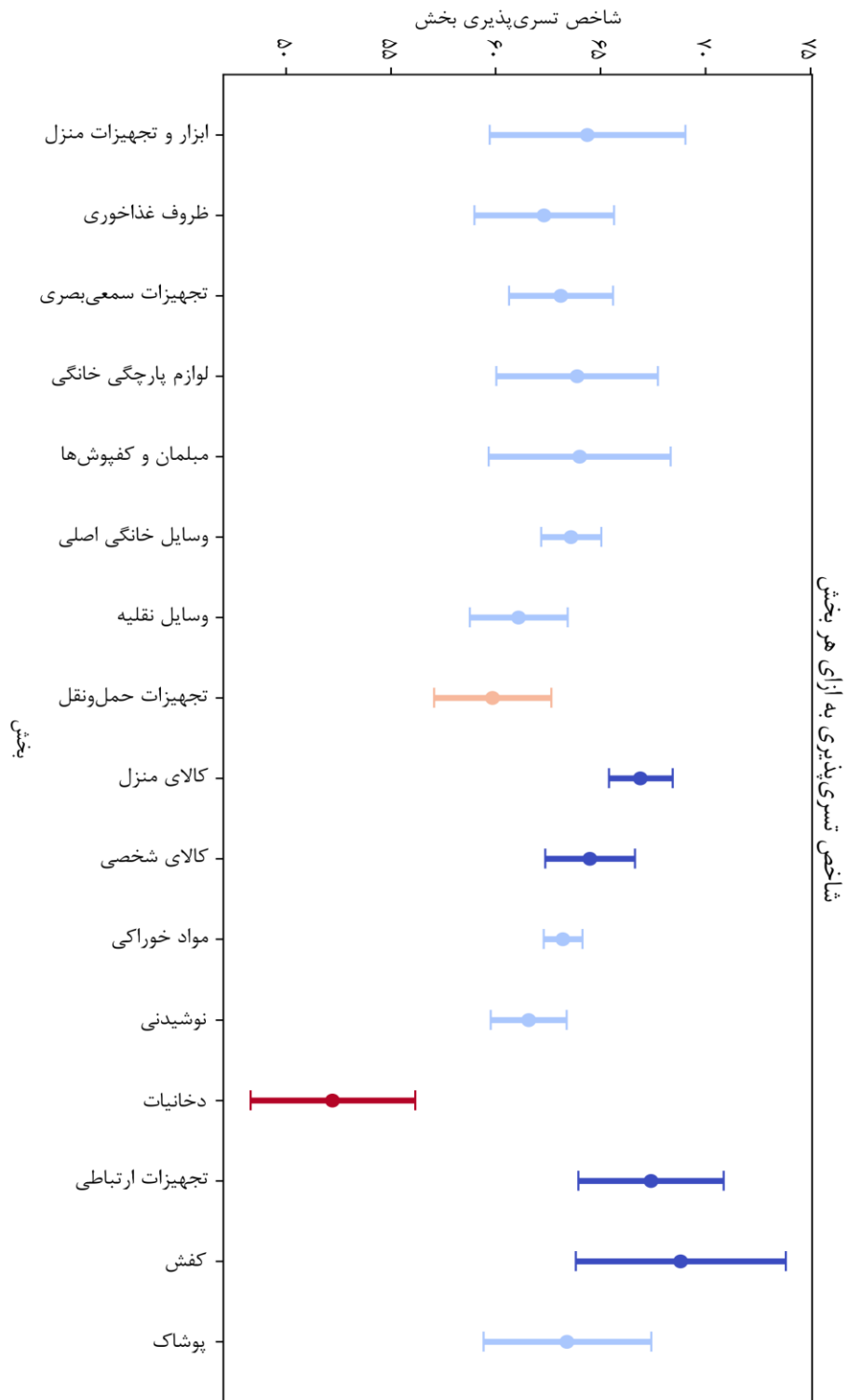
نمودار ۹-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص تسری پذیری

۲-۳-۴ شاخص تسری پذیری به ازای هر بخش

مقادیر شاخص تسری پذیری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۹ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۹. شاخص تسری پذیری به ازای هر بخش

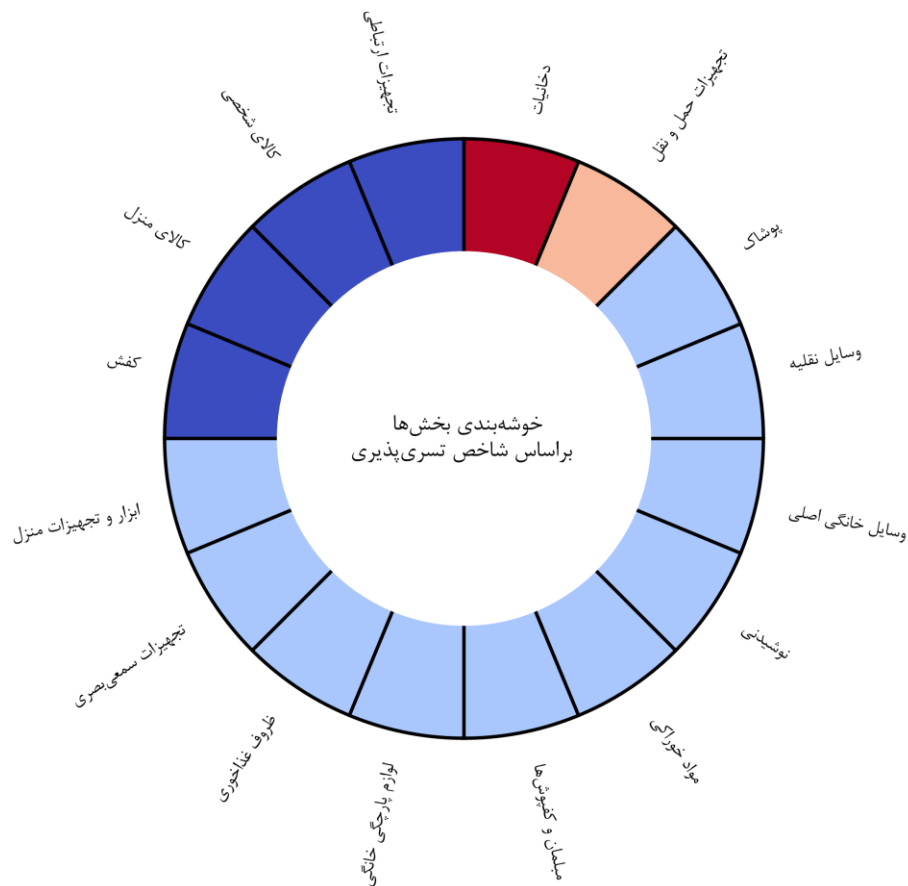
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۶۴.۳۷ ± ۴.۶۷	۶۲.۲۹ ± ۳.۳۳	۶۳.۱ ± ۲.۴۷	۶۳.۸۷ ± ۳.۸۵	۶۳.۹۹ ± ۴.۳۳	۶۳.۵۹ ± ۱.۴۴	۶۱.۰۸ ± ۲.۳۵
بخش	تجهیزات حمل‌ونقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۹.۸۴ ± ۲.۸	۶۶.۹ ± ۱.۵۳	۶۴.۴۸ ± ۲.۱۴	۶۳.۲ ± ۰.۹۱	۶۱.۵۶ ± ۱.۸	۵۲.۲۲ ± ۳.۹۳	۶۷.۴ ± ۳.۴۶
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۶۸.۸۱ ± ۵.۰	۶۳.۴ ± ۴.۰					



نمودار ۹-۳. شاخص تسری پذیری به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۹-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی - کالای شخصی - کالای منزل - کفش
- خوشه ۲: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات سمعی بصری - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - مواد خوراکی - نوشیدنی - وسایل خانگی اصلی - وسایل نقلیه - پوشاک
- خوشه ۳: تجهیزات حمل و نقل
- خوشه ۴: دخانیات



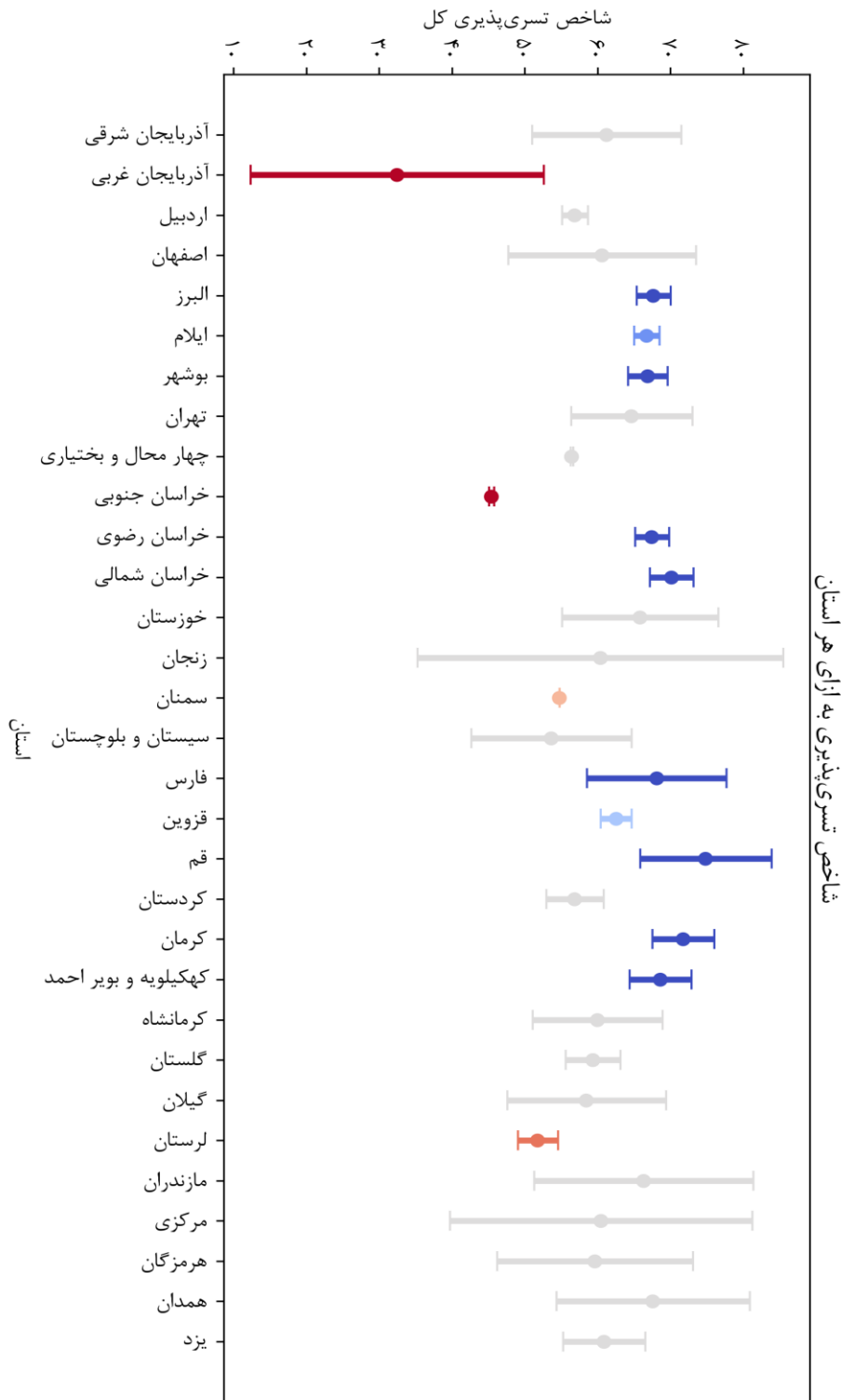
نمودار ۹-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص تسری پذیری

۳-۳-۴ شاخص تسری پذیری به ازای هر استان

مقادیر شاخص تسری پذیری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۵-۹ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۳-۹. شاخص تسری پذیری به ازای هر استان

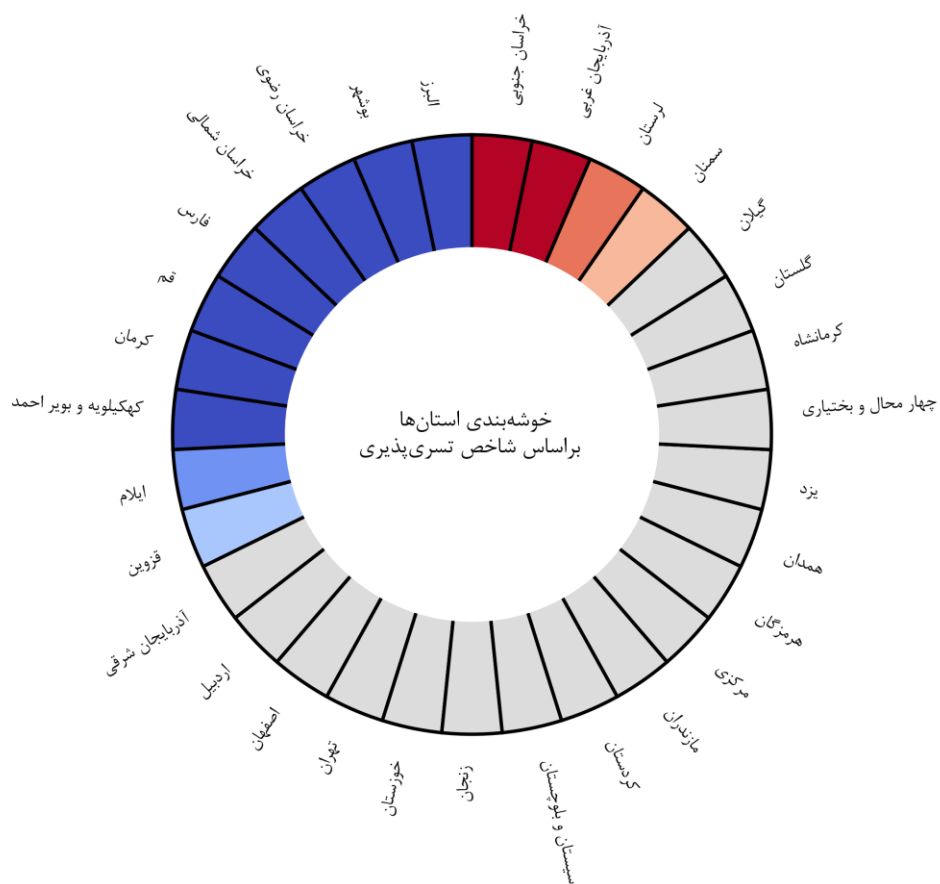
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۱.۲۱ ± ۱۰.۲۷	۳۲.۴۳ ± ۲۰.۱۳	۵۶.۸۲ ± ۱.۷۸	۶۰.۵۷ ± ۱۲.۹	۶۷.۶۴ ± ۲.۳۵	۶۶.۷۲ ± ۱.۷۴	۶۶.۸۶ ± ۲.۷
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۴.۶۵ ± ۸.۳۳	۵۶.۴۱ ± ۰.۱۸	۴۵.۳۷ ± ۰.۳۵	۶۷.۴۴ ± ۲.۳۱	۷۰.۱۲ ± ۲.۹۸	۶۵.۸ ± ۱۰.۷۴	۶۰.۳۴ ± ۲۵.۱۳
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۵۴.۷۶ ± ۰.۰	۵۳.۶۱ ± ۱۱.۰۱	۶۸.۱ ± ۹.۵۸	۶۲.۵ ± ۲.۱	۷۴.۸۲ ± ۹.۰۲	۵۶.۸۴ ± ۳.۹۲	۷۱.۷۳ ± ۴.۲۵
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۶۸.۵۹ ± ۴.۲۳	۵۹.۹۴ ± ۸.۹۴	۵۹.۳۲ ± ۳.۷۶	۵۸.۴۴ ± ۱۰.۹۲	۵۱.۷۶ ± ۲.۷۸	۶۶.۳۲ ± ۱۵.۰۵	۶۰.۴۵ ± ۲۰.۷۶
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۵۹.۶ ± ۱۳.۴۵	۶۷.۵۸ ± ۱۳.۲۵	۶۰.۸۵ ± ۵.۶۳				



نمودار ۹-۵. شاخص تسری پذیری به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۹-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: البرز - بوشهر - خراسان رضوی - خراسان شمالی - فارس - قم - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد
- خوشه ۲: ایلام
- خوشه ۳: قزوین
- خوشه ۴: آذربایجان شرقی - اردبیل - اصفهان - تهران - خوزستان - زنجان - سیستان و بلوچستان - کردستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۵: سمنان
- خوشه ۶: لرستان
- خوشه ۷: آذربایجان غربی - خراسان جنوبی



نمودار ۹-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص تسری پذیری

فصل ۵. شاخص‌های مرتبط با رفتار مصرف‌کننده

در این فصل، ده شاخص مرتبط با رفتار مصرف‌کننده مورد سنجش قرار می‌گیرند. این شاخص‌ها وابسته به کلاقلمی است که مصرف‌کننده در مورد آن نظر می‌دهد. برای جزییات بیشتر به جدول ۵-۰ مراجعه کنید.

۱-۵ شاخص کیفیت محوری

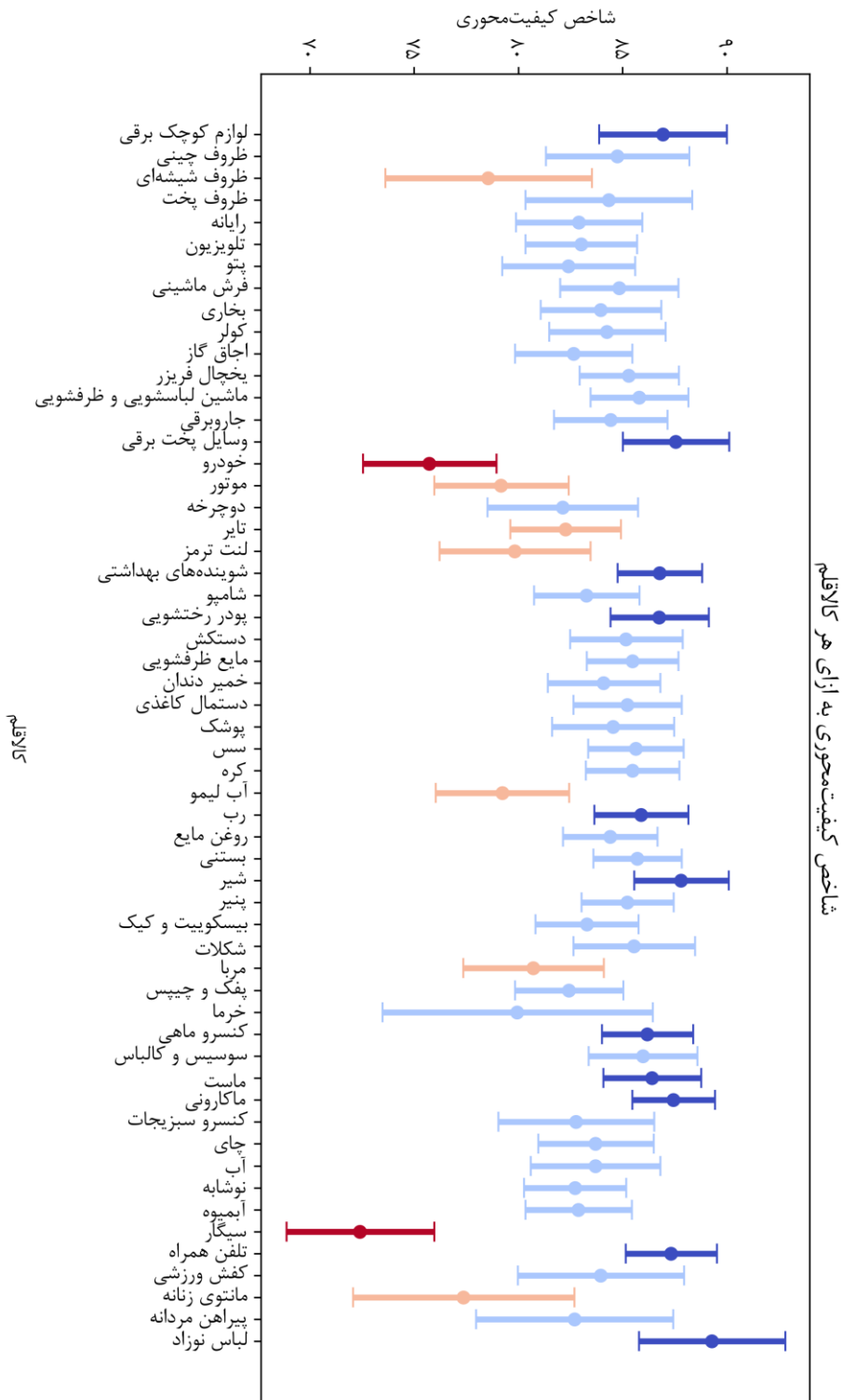
مقدار شاخص کیفیت محوری کل برابر ۱.۹۶ ± ۸۳.۸۹ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۱-۵ شاخص کیفیت محوری به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص کیفیت محوری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۰-۱۰ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۰-۱۰ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۰-۱. شاخص کیفیت محوری به ازای هر کالا قلم

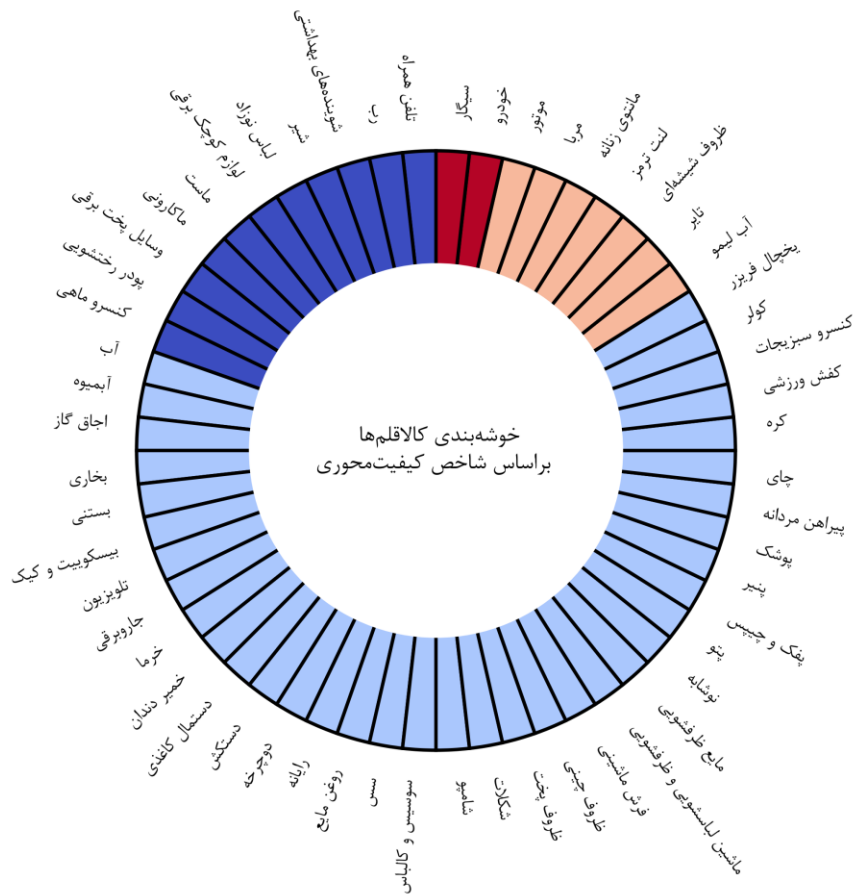
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۸۶.۹۲ ± ۳.۰۸	۸۴.۷۵ ± ۳.۴۳	۷۸.۵۵ ± ۴.۹۵	۸۴.۳۲ ± ۴.۰	۸۲.۹ ± ۳.۰۲	۸۳.۰ ± ۲.۶۸	۸۲.۴ ± ۳.۱۹
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۸۴.۸۲ ± ۲.۸۲	۸۳.۹۴ ± ۲.۹	۸۴.۲۵ ± ۲.۸	۸۲.۶۴ ± ۲.۸۲	۸۵.۲۹ ± ۲.۳۸	۸۵.۷۹ ± ۲.۳۵	۸۴.۴۱ ± ۲.۷۱
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۸۷.۵۴ ± ۲.۵۴	۷۵.۷۳ ± ۳.۲	۷۹.۱۷ ± ۳.۲۴	۸۲.۱۱ ± ۳.۶۲	۸۲.۲۵ ± ۲.۶۵	۷۹.۸۲ ± ۳.۶۳	۸۶.۷۷ ± ۲.۰۲
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۸۳.۲۶ ± ۲.۵۲	۸۶.۷۵ ± ۲.۳۶	۸۵.۱۶ ± ۲.۷	۸۵.۴۶ ± ۲.۲	۸۴.۰۹ ± ۲.۶۹	۸۵.۲۲ ± ۲.۶	۸۴.۵۳ ± ۲.۹۲
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۸۵.۶۲ ± ۲.۲۸	۸۵.۴۶ ± ۲.۲۴	۷۹.۲۲ ± ۳.۱۹	۸۵.۸۸ ± ۲.۲۵	۸۴.۳۹ ± ۲.۲۷	۸۵.۷ ± ۲.۱۲	۸۷.۸ ± ۲.۲۷
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۸۵.۲۲ ± ۲.۲۲	۸۳.۲۸ ± ۲.۴۷	۸۵.۵۴ ± ۲.۹۱	۸۰.۷۱ ± ۳.۳۸	۸۲.۴۲ ± ۲.۵۸	۷۹.۹۴ ± ۶.۴۸	۸۶.۱۸ ± ۲.۲
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۸۵.۹۶ ± ۲.۵۹	۸۶.۴۱ ± ۲.۳۶	۸۷.۴۳ ± ۱.۹۸	۸۲.۷۶ ± ۳.۷۳	۸۳.۷ ± ۲.۷۷	۸۳.۶۹ ± ۳.۱۱	۸۲.۷۱ ± ۲.۴۵
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۸۲.۸۸ ± ۲.۵۴	۷۲.۴ ± ۳.۵۴	۸۷.۳۲ ± ۲.۱۹	۸۳.۹۴ ± ۳.۹۹	۷۷.۳۶ ± ۵.۳۱	۸۲.۶۸ ± ۴.۷۴	۸۹.۲۷ ± ۳.۵۱



نمودار ۱۰-۱. شاخص کیفیت محوری به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۰-۲ نیز نمایش دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تلفن همراه - رب - شوینده‌های بهداشتی - شیر - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - ماست - ماکارونی - وسایل پخت برقی - پودر رختشویی - کنسرو ماهی
- خوشه ۲: آب - آبمیوه - اجاق گاز - بخاری - بستنی - بیسکویت و کیک - تلویزیون - جاروبرقی - خرما - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دستکش - دوچرخه - رایانه - روغن مایع - سس - سوسیس و کالباس - شامپو - شکلات - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - مایع ظرفشویی - نوشابه - پتو - پفک و چیپس - پنیر - پوشک - پیراهن مردانه - چای - کره - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات - کولر - یخچال فریزر
- خوشه ۳: آب لیمو - تاپر - ظروف شیشه‌ای - لنت ترمز - مانتوی زنانه - مربا - موتور
- خوشه ۴: خودرو - سیگار



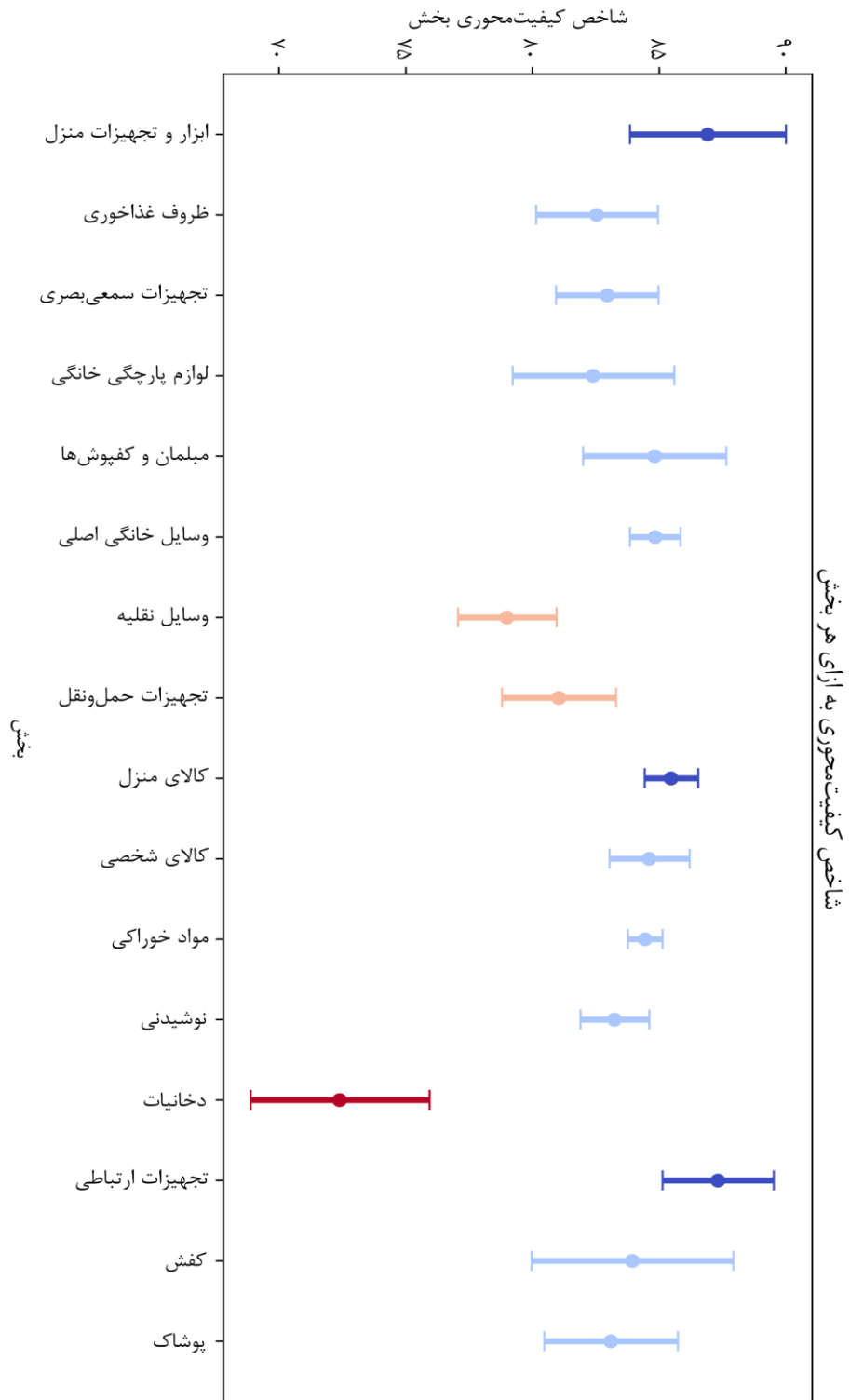
نمودار ۱۰-۲. خوشه‌بندی کالاها بر اساس شاخص کیفیت محوری

۲-۱-۵ شاخص کیفیت محوری به ازای هر بخش

مقادیر شاخص کیفیت محوری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۳-۱۰ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲-۱۰. شاخص کیفیت محوری به ازای هر بخش

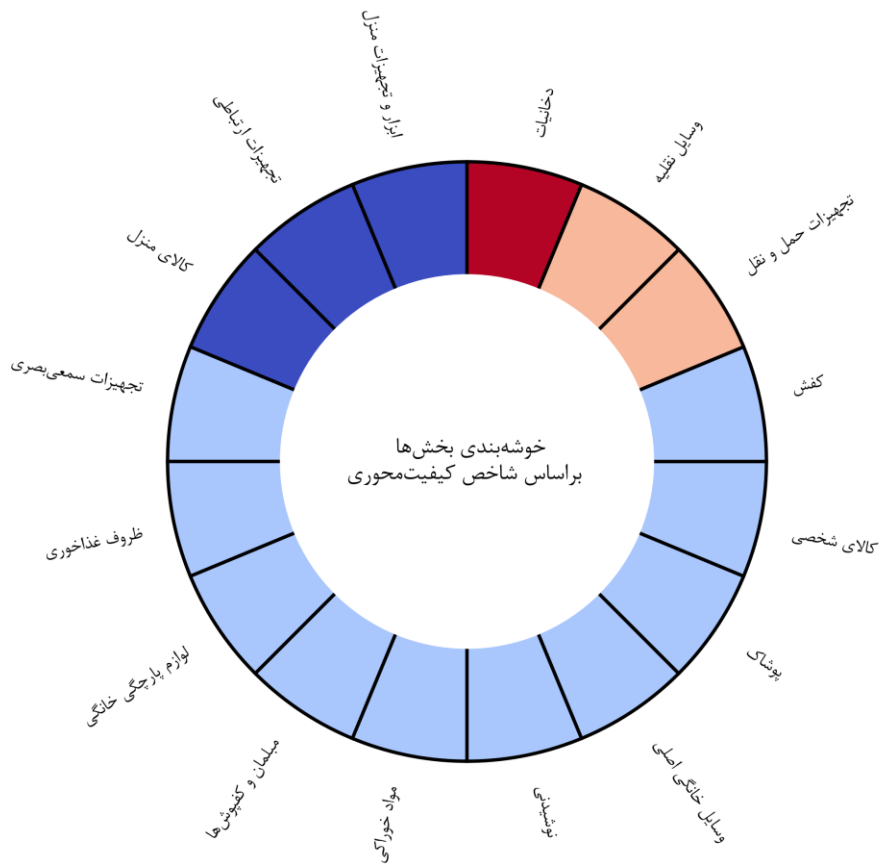
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۸۶.۹۲ ± ۳.۰۷	۸۲.۵۴ ± ۲.۴۱	۸۲.۹۵ ± ۲.۰۲	۸۲.۴ ± ۳.۱۹	۸۴.۸۲ ± ۲.۸۳	۸۴.۸۴ ± ۱.۰	۷۹.۰ ± ۱.۹۴
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۸۱.۰۴ ± ۲.۲۴	۸۵.۴۸ ± ۱.۰۶	۸۴.۶۱ ± ۱.۵۹	۸۴.۴۴ ± ۰.۶۹	۸۳.۲۴ ± ۱.۳۷	۷۲.۴ ± ۳.۵۴	۸۷.۳۲ ± ۲.۱۹
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۸۳.۹۴ ± ۳.۹۹	۸۳.۱ ± ۲.۶۵					



نمودار ۱۰-۳. شاخص کیفیت محوری به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۰-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات ارتباطی - کالای منزل
- خوشه ۲: تجهیزات سمعی‌بصری - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - مواد خوراکی - نوشیدنی - وسایل خانگی اصلی - پوشاک - کالای شخصی - کفش
- خوشه ۳: تجهیزات حمل‌ونقل - وسایل نقلیه
- خوشه ۴: دخانیات



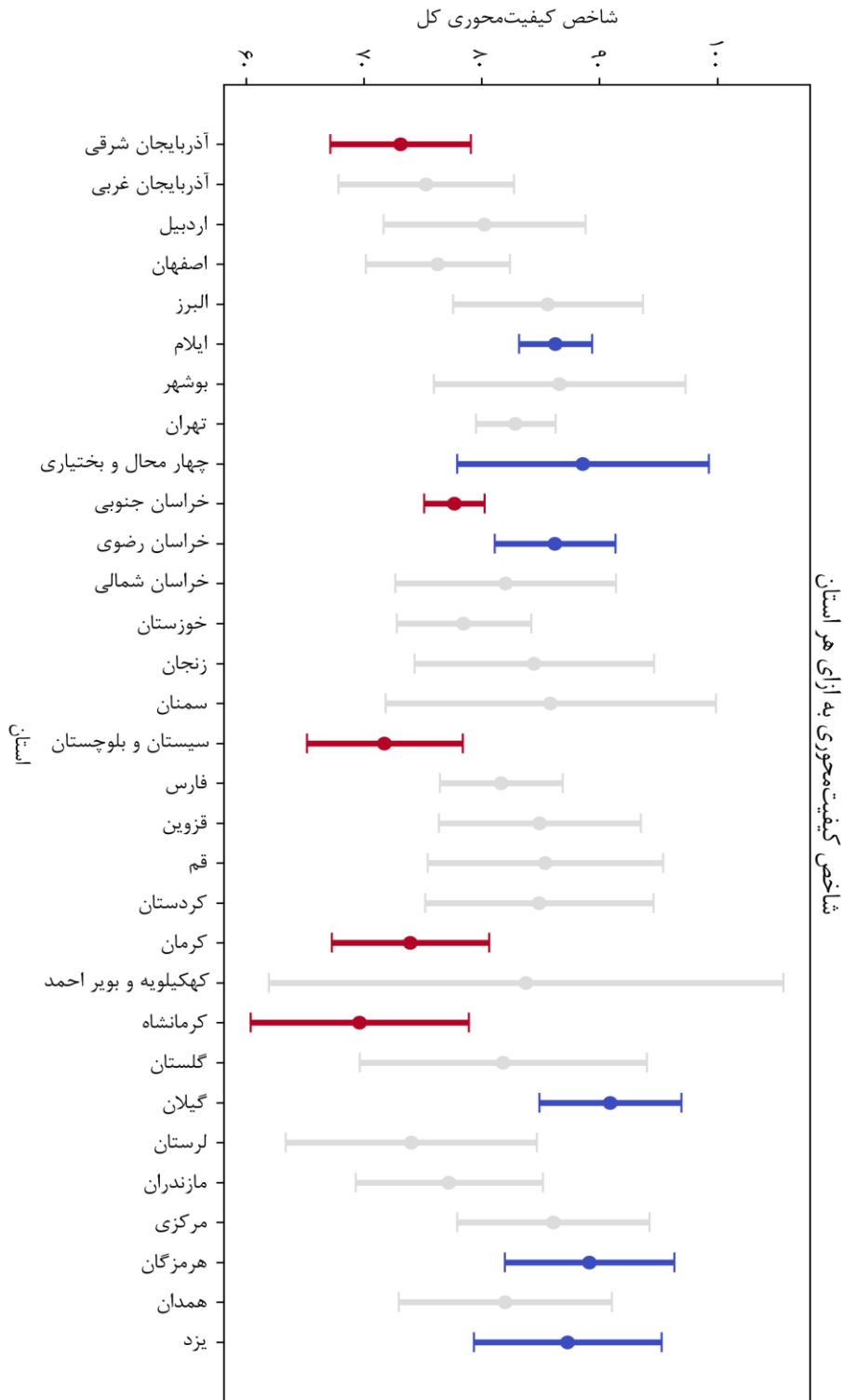
نمودار ۱۰-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص کیفیت محوری

۳-۱-۵ شاخص کیفیت محوری به ازای هر استان

مقادیر شاخص کیفیت محوری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۰-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۰-۳. شاخص کیفیت محوری به ازای هر استان

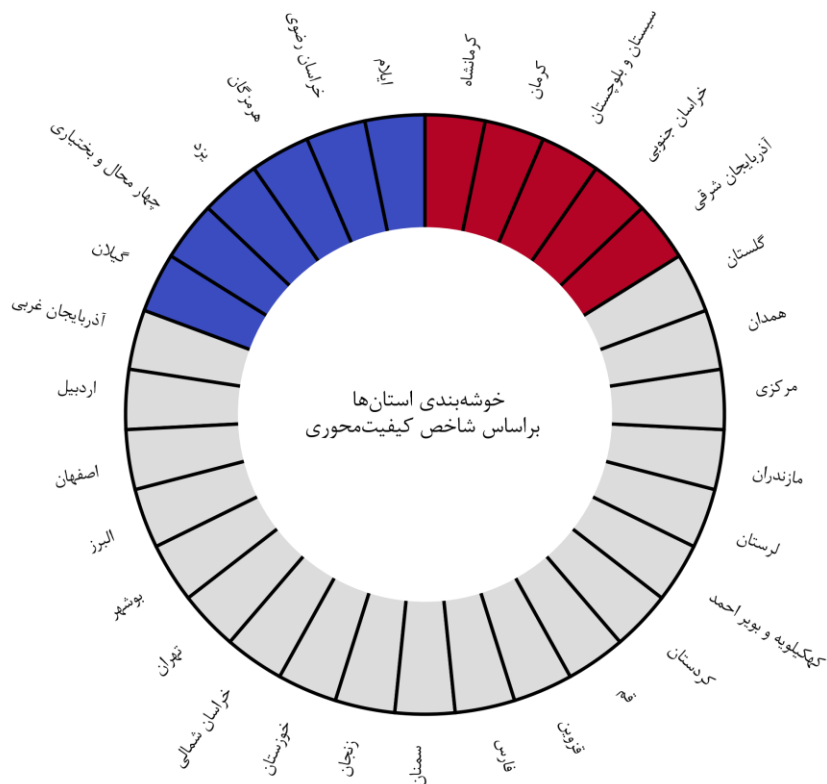
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۷۳.۱ ± ۵.۹۶	۷۵.۲۴ ± ۷.۴۵	۸۰.۲۲ ± ۸.۵۸	۷۶.۲۶ ± ۶.۱۲	۸۵.۵۸ ± ۸.۰۶	۸۶.۲۲ ± ۳.۱	۸۶.۵۹ ± ۱۰.۶۸
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۸۲.۸۵ ± ۳.۳۹	۸۸.۵۸ ± ۱۰.۶۸	۷۷.۶۶ ± ۲.۵۷	۸۶.۱۸ ± ۵.۱۲	۸۲.۰ ± ۹.۳۷	۷۸.۴۶ ± ۵.۷	۸۴.۴۳ ± ۱۰.۱۷
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۸۵.۸۲ ± ۱۴.۰۱	۷۱.۷۴ ± ۶.۶۲	۸۱.۶۴ ± ۵.۲۱	۸۴.۹ ± ۸.۵۸	۸۵.۳۹ ± ۹.۹۸	۸۴.۸۶ ± ۹.۷	۷۳.۹۲ ± ۶.۶۶
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۸۳.۷۵ ± ۱۶.۲۵	۶۹.۶۲ ± ۹.۲۵	۸۱.۸ ± ۱۲.۱۹	۹۰.۸۸ ± ۶.۰۴	۷۳.۹۹ ± ۱۰.۶۶	۷۷.۲۱ ± ۷.۹۴	۸۶.۰۵ ± ۸.۱۷
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۸۹.۱۴ ± ۷.۱۹	۸۱.۹۶ ± ۹.۰۴	۸۷.۲۶ ± ۷.۹۶				



نمودار ۱۰-۵. شاخص کیفیت محوری به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۰-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ایلام - خراسان رضوی - هرمزگان - یزد - چهارمحال و بختیاری - گیلان
- خوشه ۲: آذربایجان غربی - اردبیل - اصفهان - البرز - بوشهر - تهران - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قزوین - قم - کردستان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - همدان - گلستان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - خراسان جنوبی - سیستان و بلوچستان - کرمان - کرمانشاه



نمودار ۱۰-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص کیفیت محوری

۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات

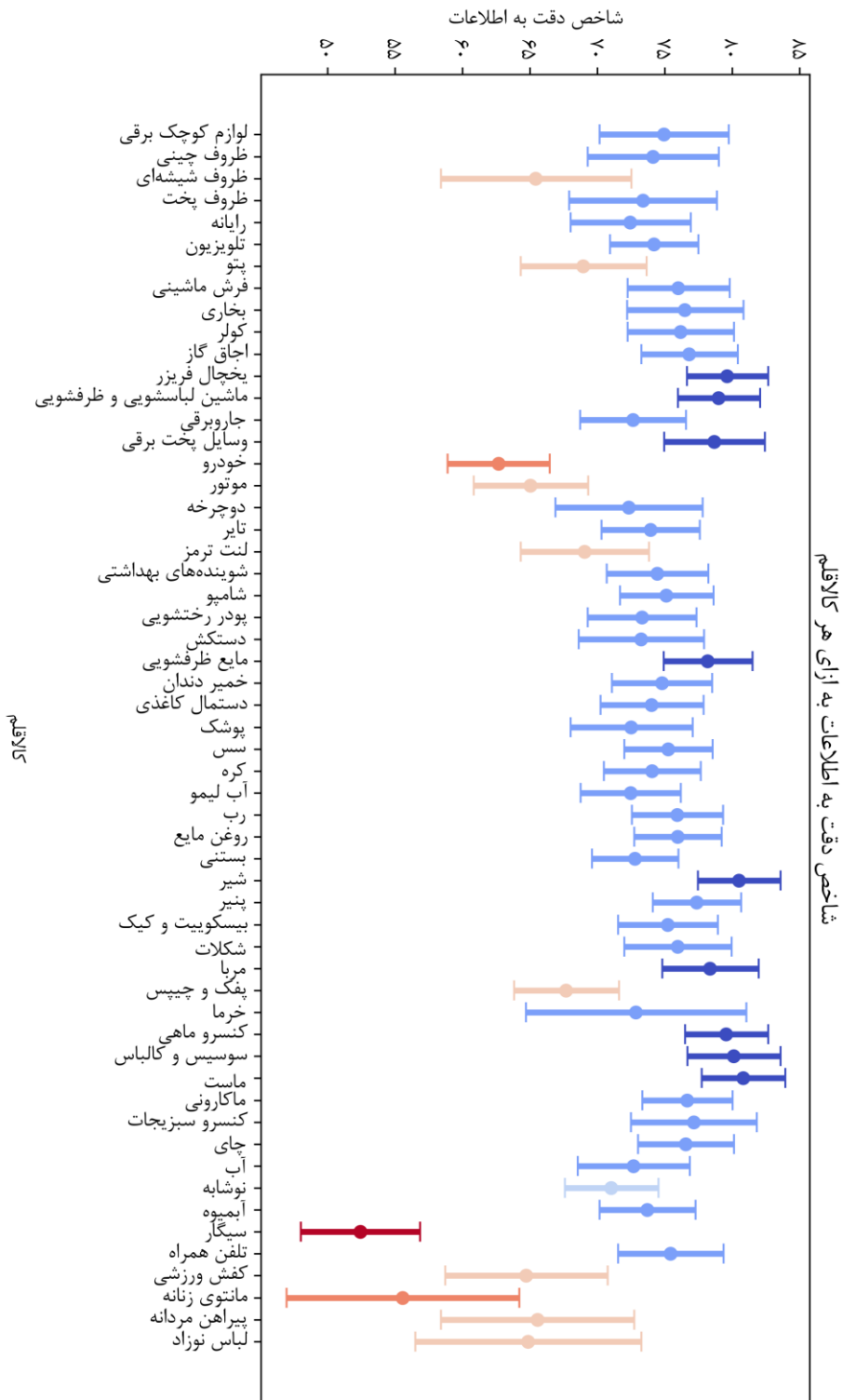
مقدار شاخص دقت به اطلاعات کل برابر ۷۴.۸۷ ± ۲.۶۵ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص دقت به اطلاعات و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۱-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱۱. شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر کالاقلم

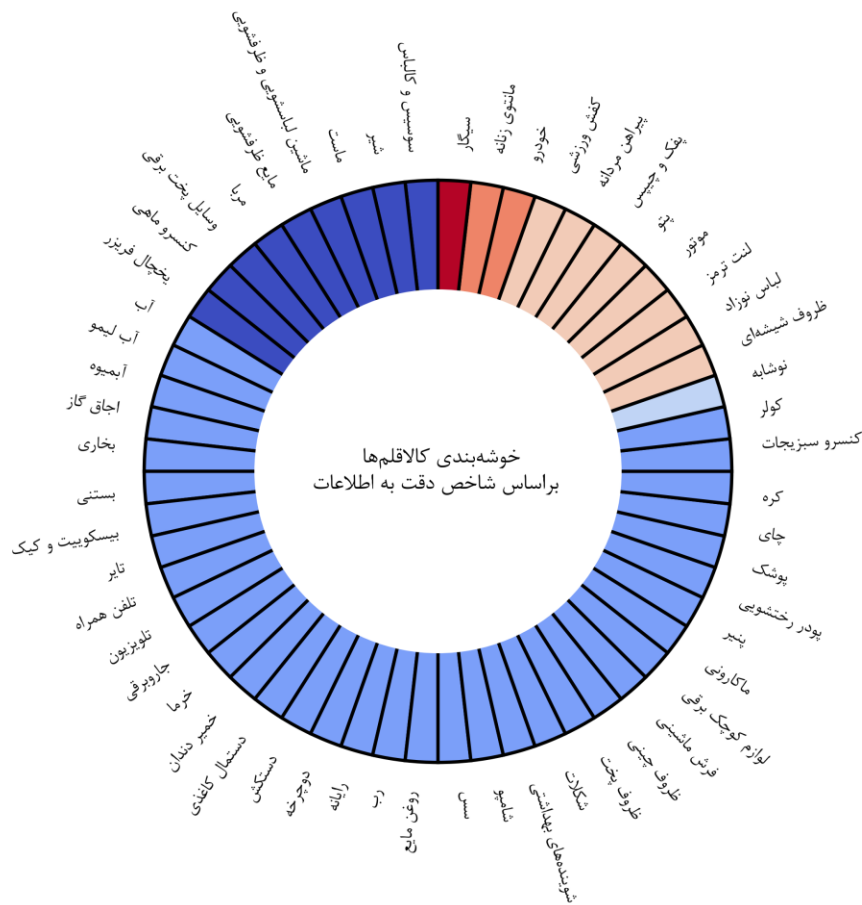
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۷۴.۹۱ ± ۴.۷۹	۷۴.۱۱ ± ۴.۸۴	۶۵.۴۲ ± ۷.۰۶	۷۳.۲۶ ± ۵.۴۹	۷۲.۴۳ ± ۴.۴۵	۷۴.۱۸ ± ۳.۲۶	۶۸.۹۴ ± ۴.۶۷
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۷۵.۹۸ ± ۳.۷۹	۷۶.۴۸ ± ۴.۳۱	۷۶.۱۵ ± ۳.۹۳	۷۶.۷۹ ± ۳.۵۸	۷۹.۶۱ ± ۳.۰۲	۷۸.۹۸ ± ۳.۰۴	۷۲.۶۲ ± ۳.۹۲
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۷۸.۶۶ ± ۳.۷۲	۶۲.۶۵ ± ۳.۷۸	۶۵.۰۴ ± ۴.۲۵	۷۲.۳۱ ± ۵.۴۷	۷۲.۹۲ ± ۳.۶۴	۶۹.۰۴ ± ۴.۷۴	۷۴.۴۲ ± ۳.۷۶
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۷۵.۱ ± ۳.۴۷	۷۳.۲۸ ± ۴.۰۳	۷۳.۲۲ ± ۴.۶۵	۷۸.۱۶ ± ۳.۲۹	۷۴.۷۶ ± ۳.۷۲	۷۴.۰۱ ± ۳.۸۱	۷۲.۵ ± ۴.۵۱
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۷۵.۲۴ ± ۳.۲۹	۷۴.۰۲ ± ۳.۵۹	۷۲.۴۴ ± ۳.۷۲	۷۵.۹ ± ۳.۳۹	۷۵.۹۳ ± ۳.۲۳	۷۲.۷۷ ± ۳.۲۱	۸۰.۴۹ ± ۳.۰۶
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۷۷.۳۴ ± ۳.۲۸	۷۵.۱۹ ± ۳.۷	۷۵.۹۴ ± ۳.۹۸	۷۸.۳۴ ± ۳.۵۶	۶۷.۶۸ ± ۳.۸۷	۷۲.۸۴ ± ۸.۱۶	۷۹.۵۴ ± ۳.۰۸
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۸۰.۰۹ ± ۳.۴۶	۸۰.۷۹ ± ۳.۱	۷۶.۶۴ ± ۳.۳۳	۷۷.۱۲ ± ۴.۶۸	۷۶.۵۳ ± ۳.۵۶	۷۲.۶۶ ± ۴.۱۴	۷۱.۰۲ ± ۳.۴۶
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۷۳.۶۹ ± ۳.۵۶	۵۲.۴۱ ± ۴.۴۱	۷۵.۴۱ ± ۳.۹۲	۶۴.۷۱ ± ۶.۰۳	۵۵.۵۶ ± ۸.۶۲	۶۵.۵۴ ± ۷.۱۵	۶۴.۸۵ ± ۸.۳۷



نمودار ۱۱-۱. شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۱-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: سوسیس و کالباس - شیر - ماست - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - مایع ظرفشویی - مریا - وسایل پخت برقی - کنسرو ماهی - یخچال فریزر
- خوشه ۲: آب - آب لیمو - آبمیوه - اجاق گاز - بخاری - بستنی - بیسکویت و کیک - تاپر - تلفن همراه - تلویزیون - جاروبرقی - خرما - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دستکش - دوچرخه - رایانه - رب - روغن مایع - سس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - لوازم کوچک برقی - ماکارونی - پنیر - پودر رختشویی - پوشک - چای - کره - کنسرو سبزیجات - کولر
- خوشه ۳: نوشابه
- خوشه ۴: ظروف شیشه‌ای - لباس نوزاد - لنت ترمز - موتور - پتو - پفک و چیپس - پیراهن مردانه - کفش ورزشی
- خوشه ۵: خودرو - مانتوی زنانه
- خوشه ۶: سیگار



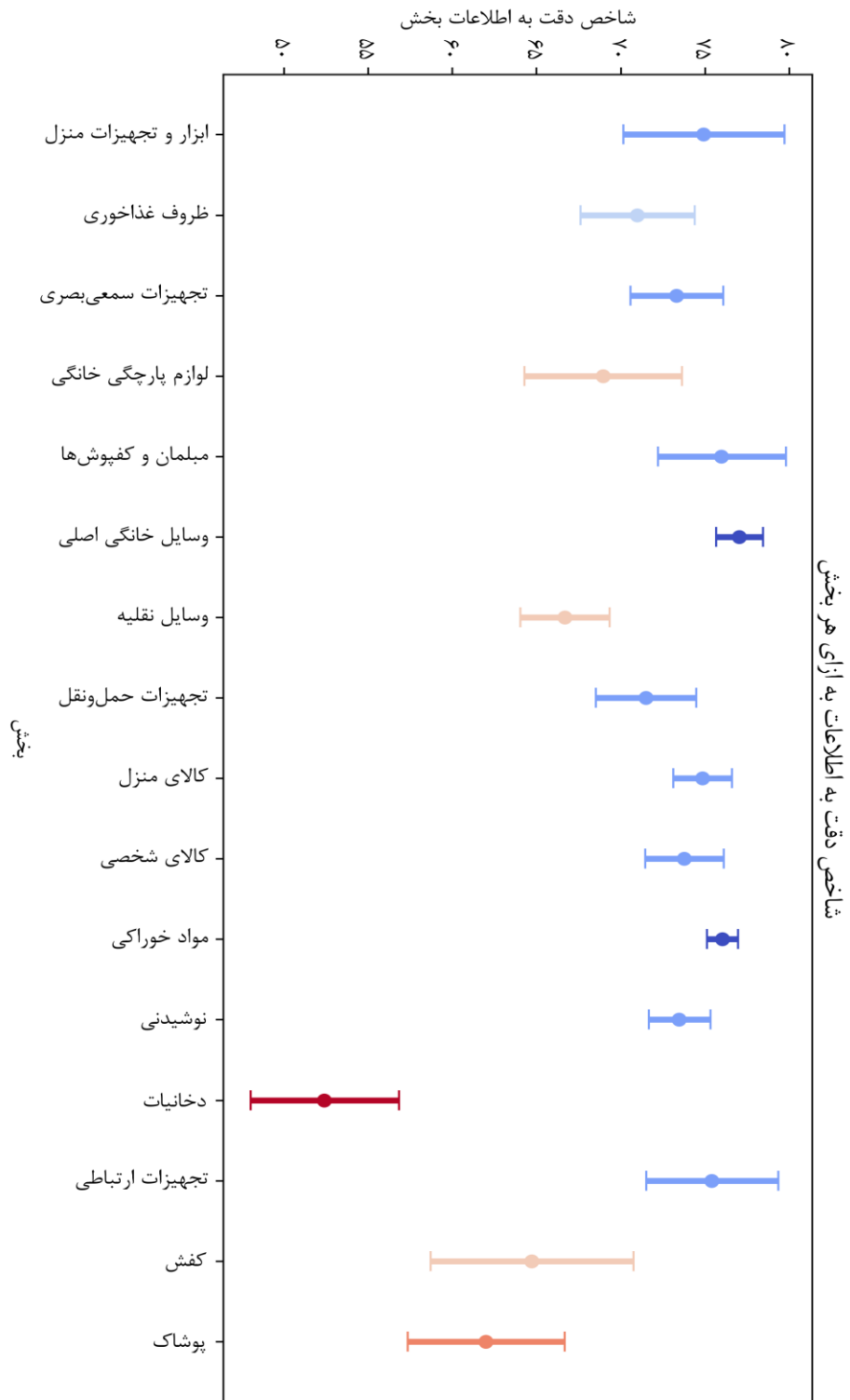
نمودار ۱۱-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص دقت به اطلاعات

۲-۲-۵ شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر بخش

مقادیر شاخص دقت به اطلاعات و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۱-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۱-۲. شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر بخش

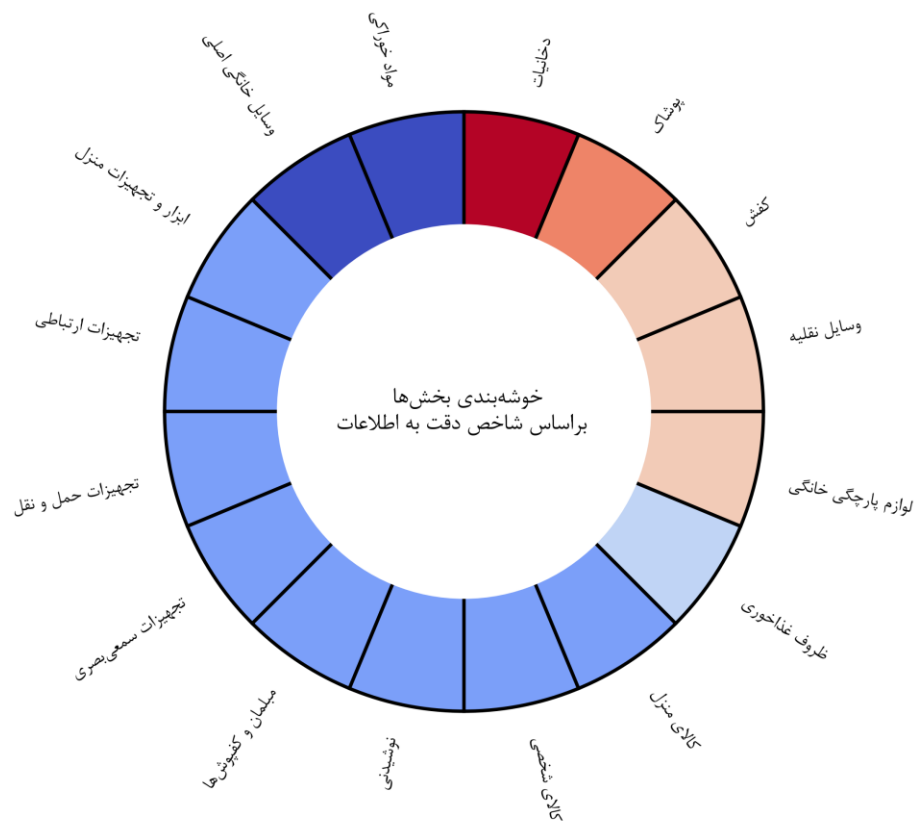
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۷۴.۹۱ ± ۴.۷۹	۷۰.۹۷ ± ۳.۳۹	۷۳.۳۱ ± ۲.۷۵	۶۸.۹۴ ± ۴.۶۷	۷۵.۹۸ ± ۳.۷۹	۷۷.۰۴ ± ۱.۳۹	۶۶.۶۷ ± ۲.۶۳
بخش	تجهیزات حمل‌ونقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۷۱.۴۸ ± ۲.۹۹	۷۴.۸۴ ± ۱.۷۳	۷۳.۷۶ ± ۲.۳۲	۷۶.۰۲ ± ۰.۹۲	۷۳.۴۷ ± ۱.۸۵	۵۲.۴۱ ± ۴.۴۱	۷۵.۴۱ ± ۳.۹۲
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۶۴.۷۱ ± ۶.۰۳	۶۱.۹۸ ± ۴.۶۷					



نمودار ۱۱-۳. شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۱-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: مواد خوراکی - وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۲: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات ارتباطی - تجهیزات حمل‌ونقل - تجهیزات سمعی‌بصری - مبلمان و کفپوش‌ها - نوشیدنی - کالای شخصی - کالای منزل
- خوشه ۳: ظروف غذاخوری
- خوشه ۴: لوازم پارچگی خانگی - وسایل نقلیه - کفش
- خوشه ۵: پوشاک
- خوشه ۶: دخانیات



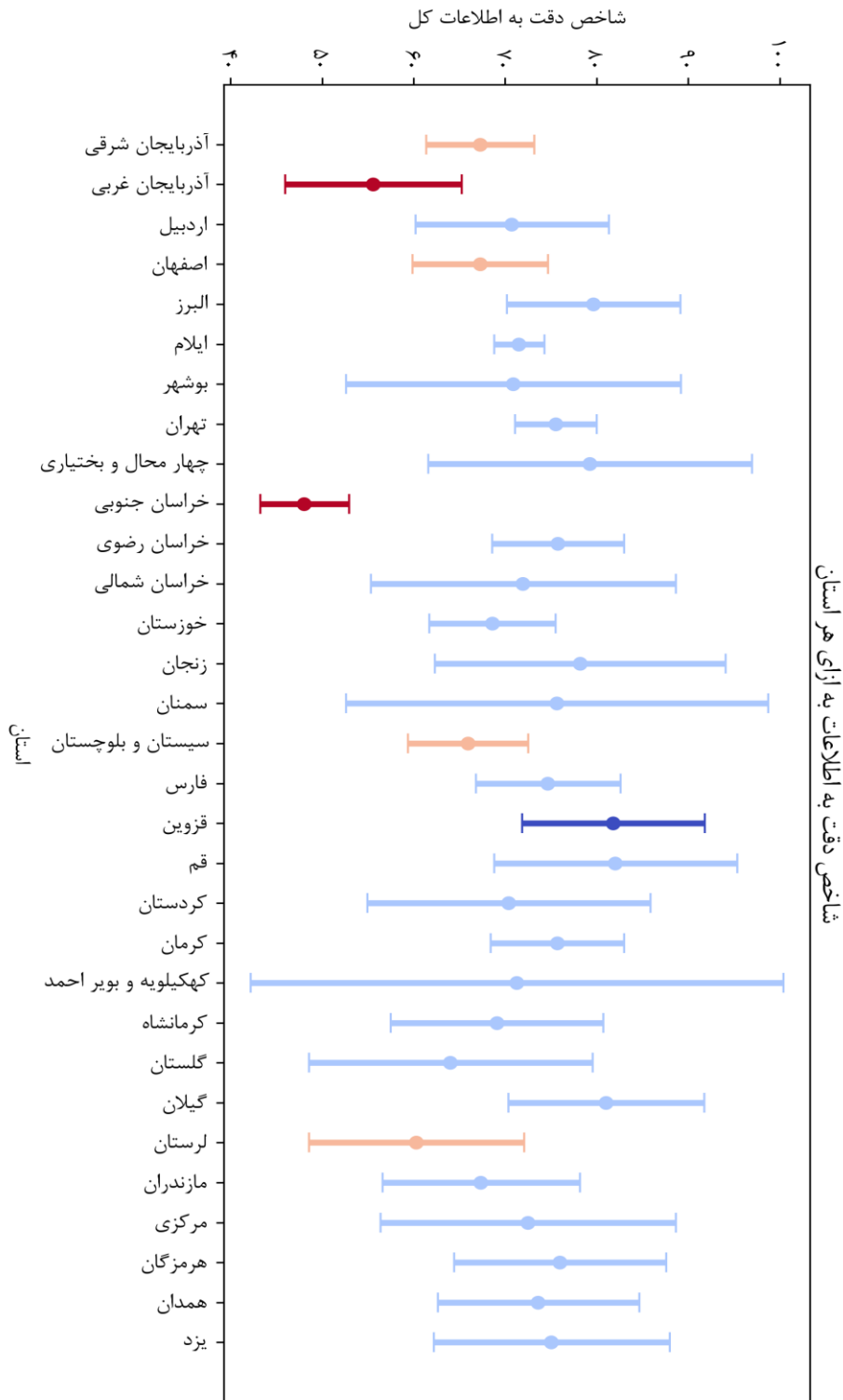
نمودار ۱۱-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص دقت به اطلاعات

۵-۲-۳ شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر استان

مقادیر شاخص دقت به اطلاعات و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۱-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۱-۳. شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر استان

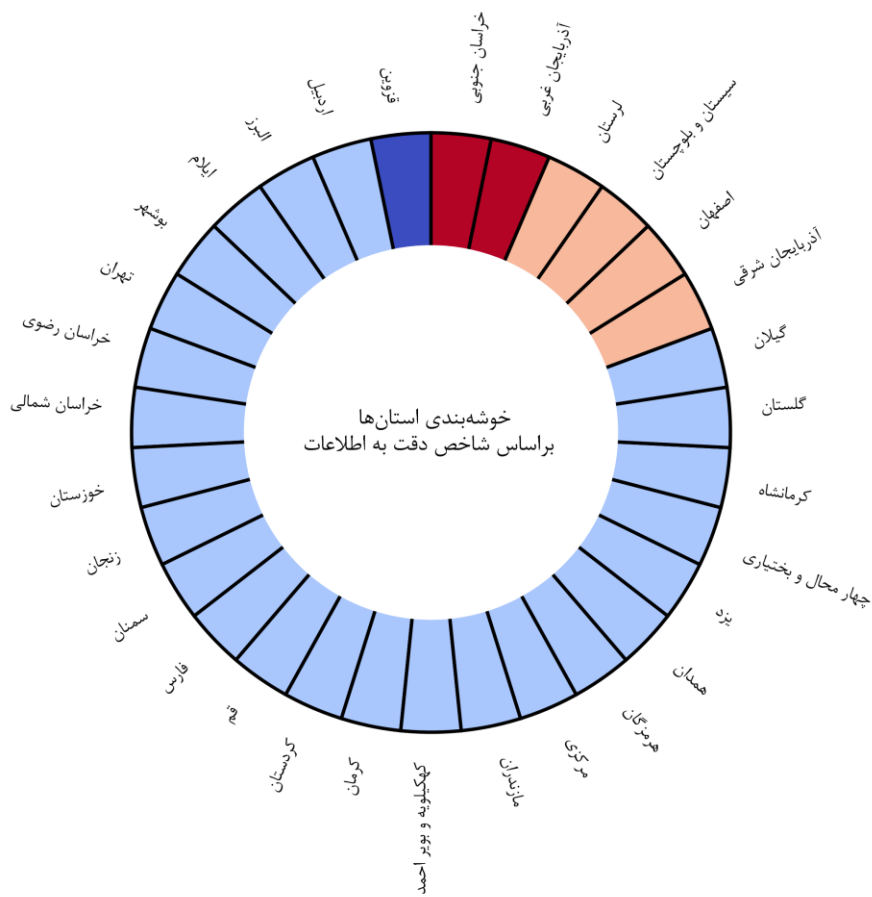
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۷.۲۴ ± ۵.۹	۵۵.۵۸ ± ۹.۶۴	۷۰.۷۲ ± ۱۰.۵۸	۶۷.۲۴ ± ۷.۴۱	۷۹.۶ ± ۹.۴۷	۷۱.۴۹ ± ۲.۷۶	۷۰.۸۶ ± ۱۸.۲۹
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۵.۴۹ ± ۴.۴۵	۷۹.۲۳ ± ۱۷.۶۸	۴۸.۰۵ ± ۴.۸۶	۷۵.۷۵ ± ۷.۲۱	۷۱.۹۴ ± ۱۶.۶۴	۶۸.۵۷ ± ۶.۹	۷۸.۱۶ ± ۱۵.۸۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۷۵.۶۳ ± ۲۳.۰۳	۶۵.۹۱ ± ۶.۵۵	۷۴.۶۴ ± ۷.۹	۸۱.۷۹ ± ۹.۹۶	۸۲.۰۲ ± ۱۳.۲۹	۷۰.۳۶ ± ۱۵.۴۸	۷۵.۶۶ ± ۷.۲۷
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۷۱.۲۶ ± ۲۸.۷۴	۶۹.۰۸ ± ۱۱.۶	۶۴.۰۱ ± ۱۵.۴۸	۸۱.۰۱ ± ۱۰.۶۸	۶۰.۲۷ ± ۱۱.۷۴	۶۷.۳۳ ± ۱۰.۷۸	۷۲.۴۶ ± ۱۶.۱۱
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۵.۹۷ ± ۱۱.۵۸	۷۳.۵۹ ± ۱۱.۰۱	۷۵.۰۴ ± ۱۲.۹				



نمودار ۱۱-۵. شاخص دقت به اطلاعات به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۱-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قزوین
- خوشه ۲: اردبیل - البرز - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قم - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - اصفهان - سیستان و بلوچستان - لرستان
- خوشه ۴: آذربایجان غربی - خراسان جنوبی



نمودار ۱۱-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص دقت به اطلاعات

۳-۵ شاخص برندمحوری

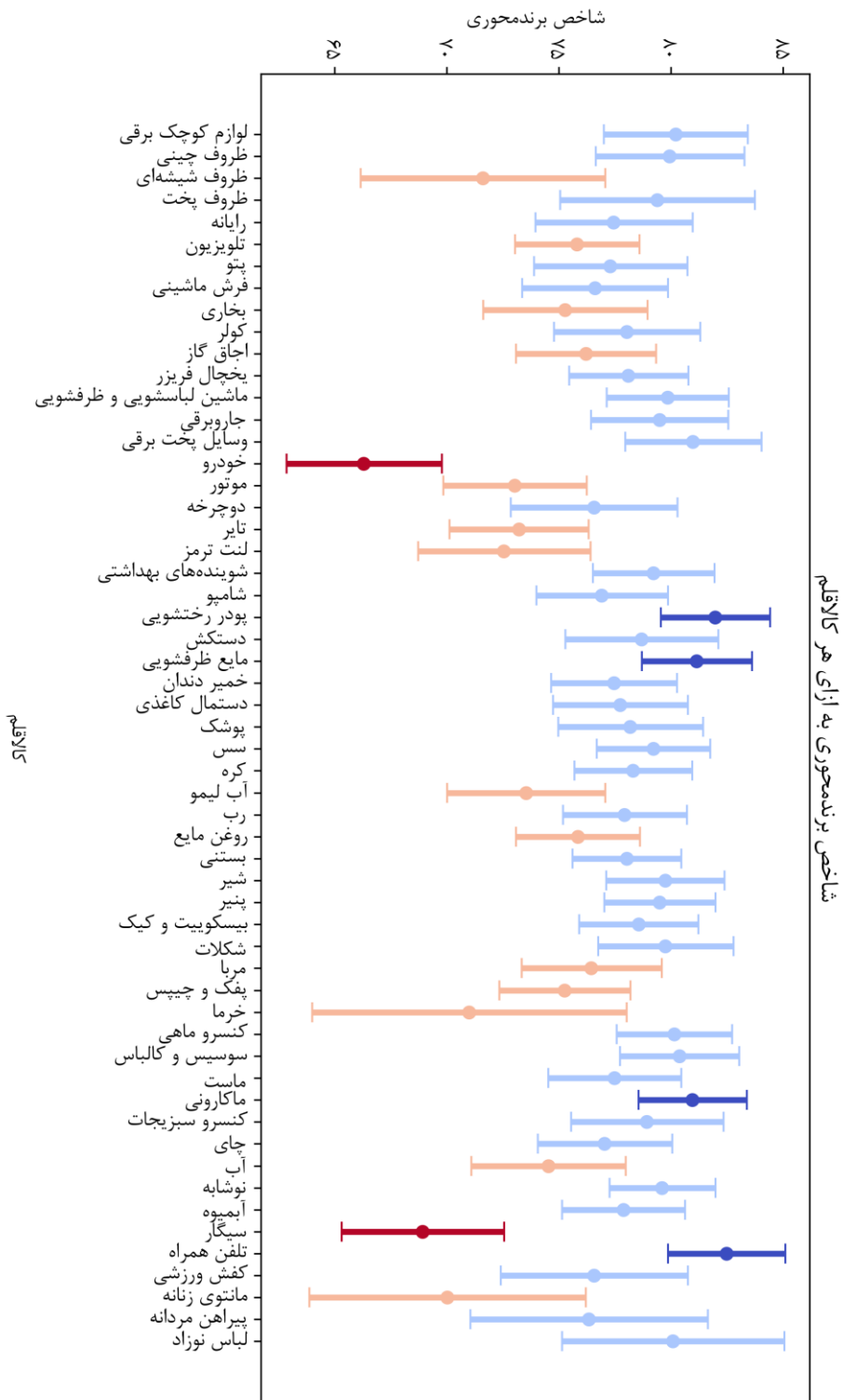
مقدار شاخص برندمحوری کل برابر ۷۷.۱۴ ± ۲.۱۴ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۳-۵ شاخص برندمحوری به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص برندمحوری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۲-۱۲ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۲-۱۲ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱۲-۱. شاخص برندمحوری به ازای هر کالاقلم

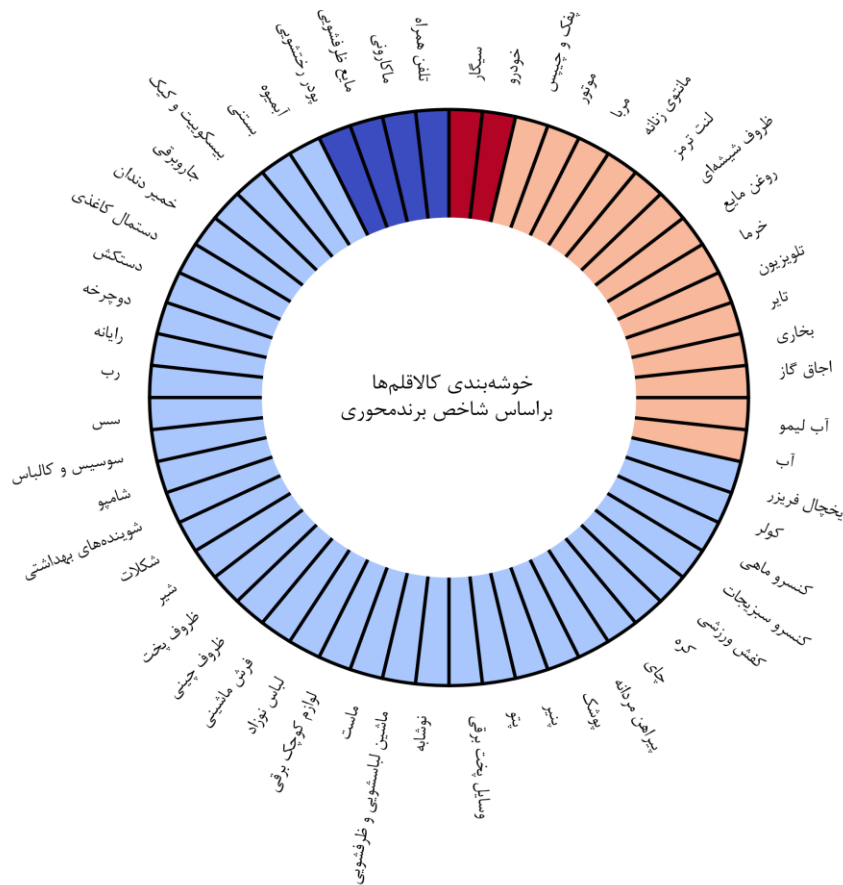
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۸۰.۲ ± ۳.۲	۷۹.۹۴ ± ۳.۳۲	۷۱.۶ ± ۵.۴۷	۷۹.۳۸ ± ۴.۳۵	۷۷.۴۴ ± ۳.۵۱	۷۵.۸ ± ۲.۷۷	۷۷.۲۹ ± ۳.۴۲
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۷۶.۶ ± ۳.۲۶	۷۵.۲۷ ± ۳.۶۶	۷۸.۰۳ ± ۳.۲۷	۷۶.۲ ± ۳.۱۲	۷۸.۱ ± ۲.۶۵	۷۹.۸۴ ± ۲.۷۳	۷۹.۴۸ ± ۳.۰۸
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۸۰.۹۸ ± ۳.۰۵	۶۶.۳ ± ۳.۴۵	۷۳.۰۳ ± ۳.۱۹	۷۶.۵۶ ± ۳.۷۱	۷۳.۲۱ ± ۳.۱۱	۷۲.۵۵ ± ۳.۸۴	۷۹.۲۱ ± ۲.۷۱
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۷۶.۹۱ ± ۲.۹۳	۸۱.۹۷ ± ۲.۴۴	۷۸.۶۹ ± ۳.۴۱	۸۱.۱۴ ± ۲.۴۶	۷۷.۴۵ ± ۲.۸۲	۷۷.۷۳ ± ۳.۰۱	۷۸.۱۸ ± ۳.۲۴
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۷۹.۲۱ ± ۲.۵۳	۷۸.۳ ± ۲.۶۳	۷۳.۵۳ ± ۳.۵۲	۷۷.۹۳ ± ۲.۷۶	۷۵.۸۴ ± ۲.۷۵	۷۸.۰۲ ± ۲.۴۳	۷۹.۷۴ ± ۲.۶۴
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۷۹.۴۹ ± ۲.۴۸	۷۸.۵۵ ± ۲.۶۶	۷۹.۷۵ ± ۳.۰۲	۷۶.۴۵ ± ۳.۱۳	۷۵.۲۵ ± ۲.۹۳	۷۰.۹۹ ± ۷.۰۱	۸۰.۱۴ ± ۲.۵۶
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۸۰.۳۷ ± ۲.۶۶	۷۷.۴۸ ± ۲.۹۷	۸۰.۹۵ ± ۲.۴۲	۷۸.۹۲ ± ۳.۴۱	۷۷.۰۴ ± ۲.۹۸	۷۴.۵۳ ± ۳.۴۴	۷۹.۶ ± ۲.۳۶
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۷۷.۸۷ ± ۲.۷۵	۶۸.۹۲ ± ۳.۶۲	۸۲.۴۷ ± ۲.۶۲	۷۶.۵۷ ± ۴.۱۷	۷۰.۰۲ ± ۶.۱۷	۷۶.۳۳ ± ۵.۳۱	۸۰.۰۸ ± ۴.۹۶



نمودار ۱۲-۱. شاخص برندمحوری به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۲-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تلفن همراه - ماکارونی - مایع ظرفشویی - پودر رختشویی
- خوشه ۲: آبمیوه - بستنی - بیسکویت و کیک - جاروبرقی - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دستکش - دوچرخه - رایانه - رب - سس - سوسیس و کالباس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - شیر - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - ماست - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - نوشابه - وسایل پخت برقی - پتو - پنییر - پوشک - پیراهن مردانه - چای - کره - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات - کنسرو ماهی - کولر - یخچال فریزر
- خوشه ۳: آب - آب لیمو - اجاق گاز - بخاری - تایر - تلویزیون - خرما - روغن مایع - ظروف شیشه‌ای - لنت ترمز - مانتوی زنانه - مویز - سیگار - خودرو - موتور - موبایل و تبلت
- خوشه ۴: خودرو - سیگار و چپس



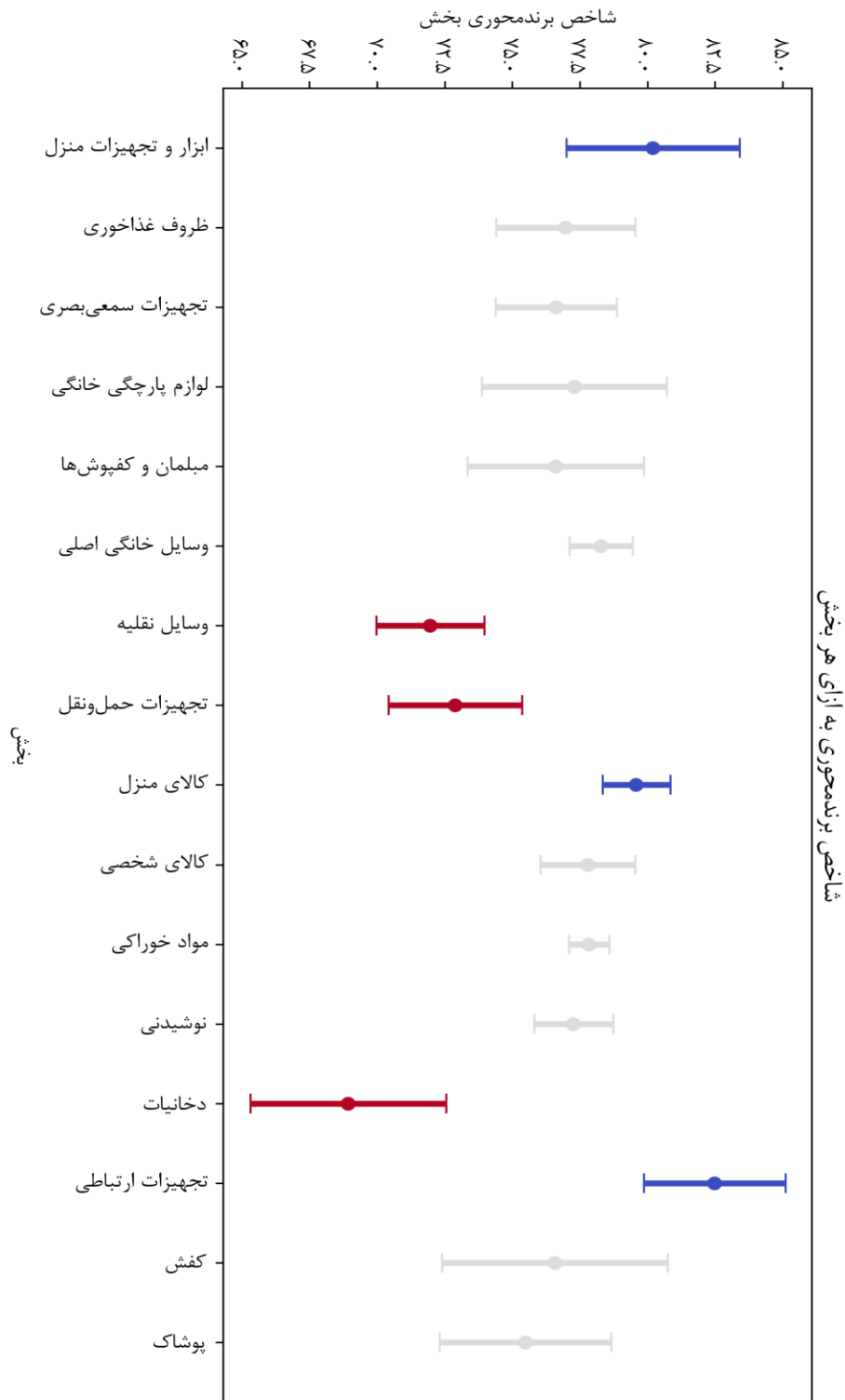
نمودار ۱۲-۲. خوشه‌بندی کالاها بر اساس شاخص برندمحوری

۲-۳-۵ شاخص برندمحوری به ازای هر بخش

مقادیر شاخص برندمحوری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۲-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۲-۲. شاخص برندمحوری به ازای هر بخش

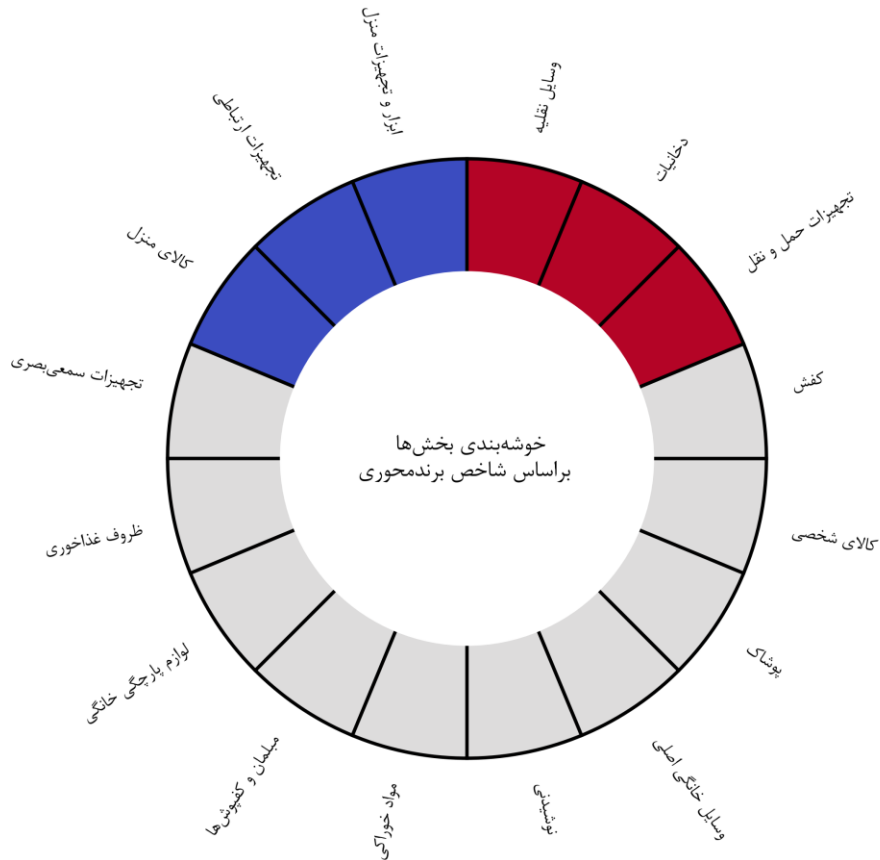
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۸۰.۲ ± ۳.۲۱	۷۶.۹۷ ± ۲.۵۸	۷۶.۶۲ ± ۲.۲۴	۷۷.۲۹ ± ۳.۴۲	۷۶.۶ ± ۳.۲۶	۷۸.۲۷ ± ۱.۱۷	۷۱.۹۶ ± ۲.۰
بخش	تجهیزات حمل‌ونقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۷۲.۸۸ ± ۲.۴۷	۷۹.۵۸ ± ۱.۲۶	۷۷.۷۹ ± ۱.۷۴	۷۷.۸۳ ± ۰.۷۵	۷۷.۲۶ ± ۱.۴۶	۶۸.۹۲ ± ۳.۶۲	۸۲.۴۷ ± ۲.۶۲
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۷۶.۵۷ ± ۴.۱۷	۷۵.۴۸ ± ۳.۱۷					



نمودار ۱۲-۳. شاخص برندمحوری به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۲-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات ارتباطی - کالای منزل
- خوشه ۲: تجهیزات سمعی بصری - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - مواد خوراکی - نوشیدنی - وسایل خانگی اصلی - پوشاک - کالای شخصی - کفش
- خوشه ۳: تجهیزات حمل و نقل - دخانیات - وسایل نقلیه



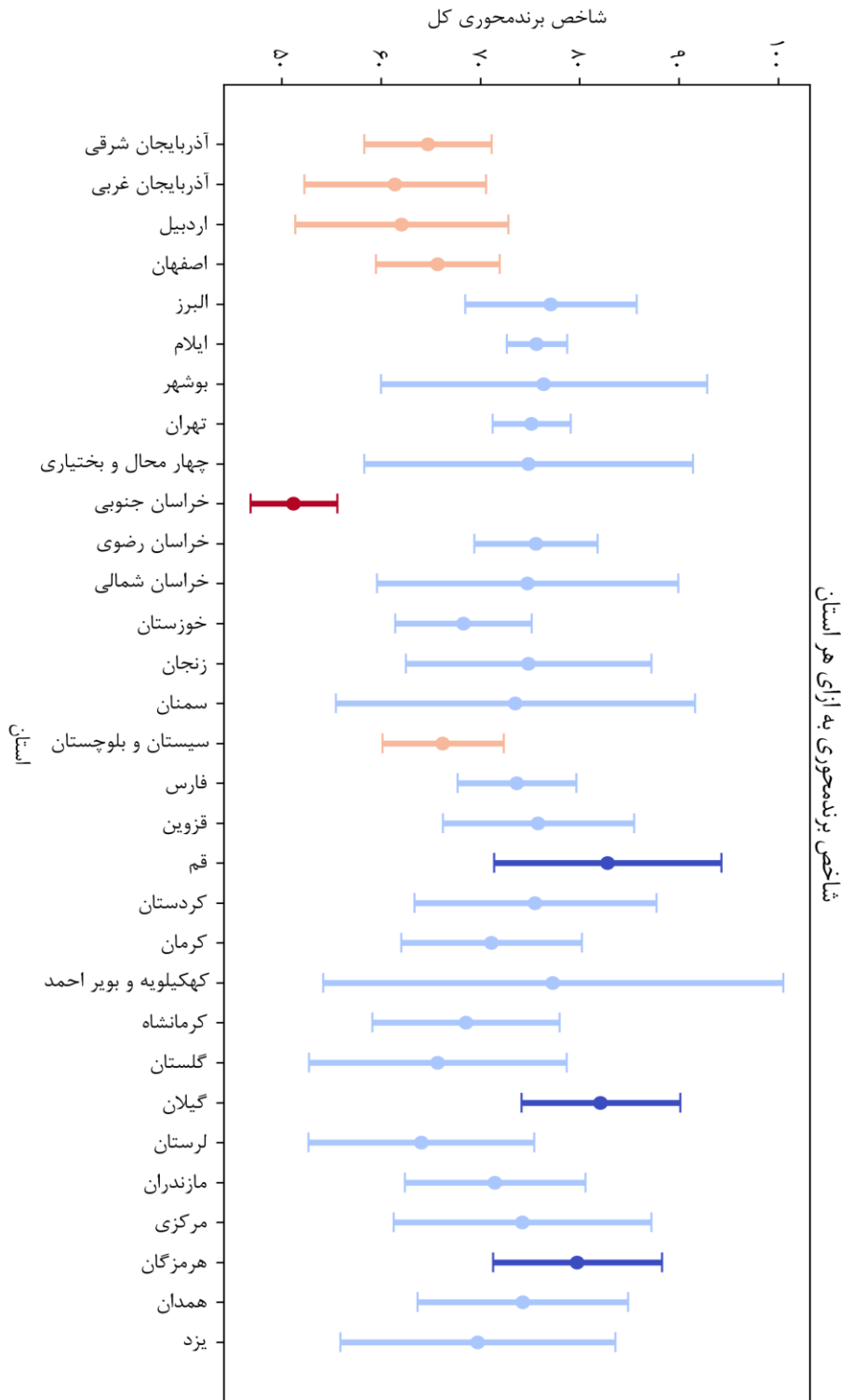
نمودار ۱۲-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص برندمحوری

۵-۳-۳ شاخص برندمحوری به ازای هر استان

مقادیر شاخص برندمحوری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۲-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۲-۳. شاخص برندمحوری به ازای هر استان

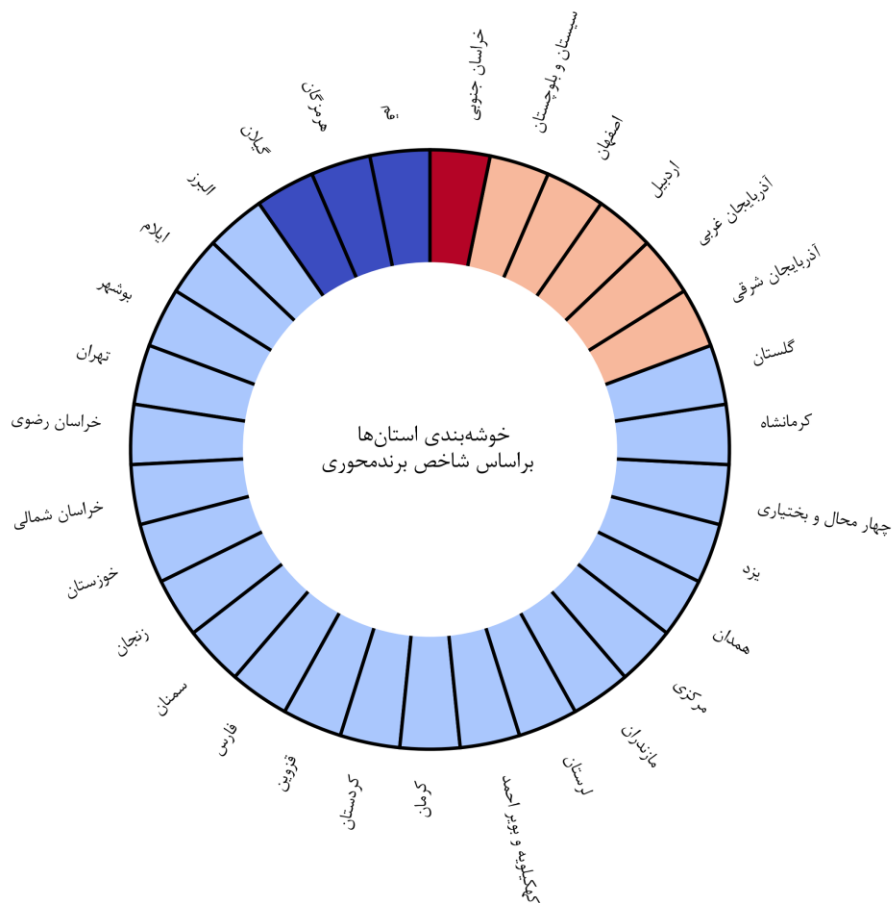
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۴.۶۹ ± ۶.۴۱	۶۱.۳۸ ± ۹.۱۳	۶۲.۰۶ ± ۱۰.۷۲	۶۵.۶۸ ± ۶.۲۵	۷۷.۰۸ ± ۸.۶۴	۷۵.۶۶ ± ۳.۰۴	۷۶.۳۸ ± ۱۶.۴۲
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۵.۱۴ ± ۳.۹۴	۷۴.۸۱ ± ۱۶.۵۴	۵۱.۲ ± ۴.۳۵	۷۵.۵۷ ± ۶.۲۱	۷۴.۷۲ ± ۱۵.۱۵	۶۸.۲۷ ± ۶.۸۸	۷۴.۸۴ ± ۱۲.۳۵
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۷۳.۵۱ ± ۱۸.۰۹	۶۶.۲ ± ۶.۱	۷۳.۶۶ ± ۵.۹۸	۷۵.۸۲ ± ۹.۶۲	۸۲.۷۸ ± ۱۱.۴۵	۷۵.۵ ± ۱۲.۱۹	۷۱.۱ ± ۹.۰۷
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۷۷.۳ ± ۲۲.۷	۶۸.۵۲ ± ۹.۴۱	۶۵.۶۷ ± ۱۲.۹۶	۸۲.۰۹ ± ۷.۹۸	۶۴.۰۴ ± ۱۱.۳۷	۷۱.۴۳ ± ۹.۰۹	۷۴.۲۳ ± ۱۲.۹۷
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۹.۷۵ ± ۸.۴۹	۷۴.۲۵ ± ۱۰.۶	۶۹.۷۲ ± ۱۳.۸۲				



نمودار ۱۲-۵. شاخص برندمحوری به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۲-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم - هرمزگان - گیلان
- خوشه ۲: البرز - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قزوین - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - آذربایجان غربی - اردبیل - اصفهان - سیستان و بلوچستان
- خوشه ۴: خراسان جنوبی



نمودار ۱۲-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص برندمحوری

۴-۵ شاخص توجه به بسته‌بندی

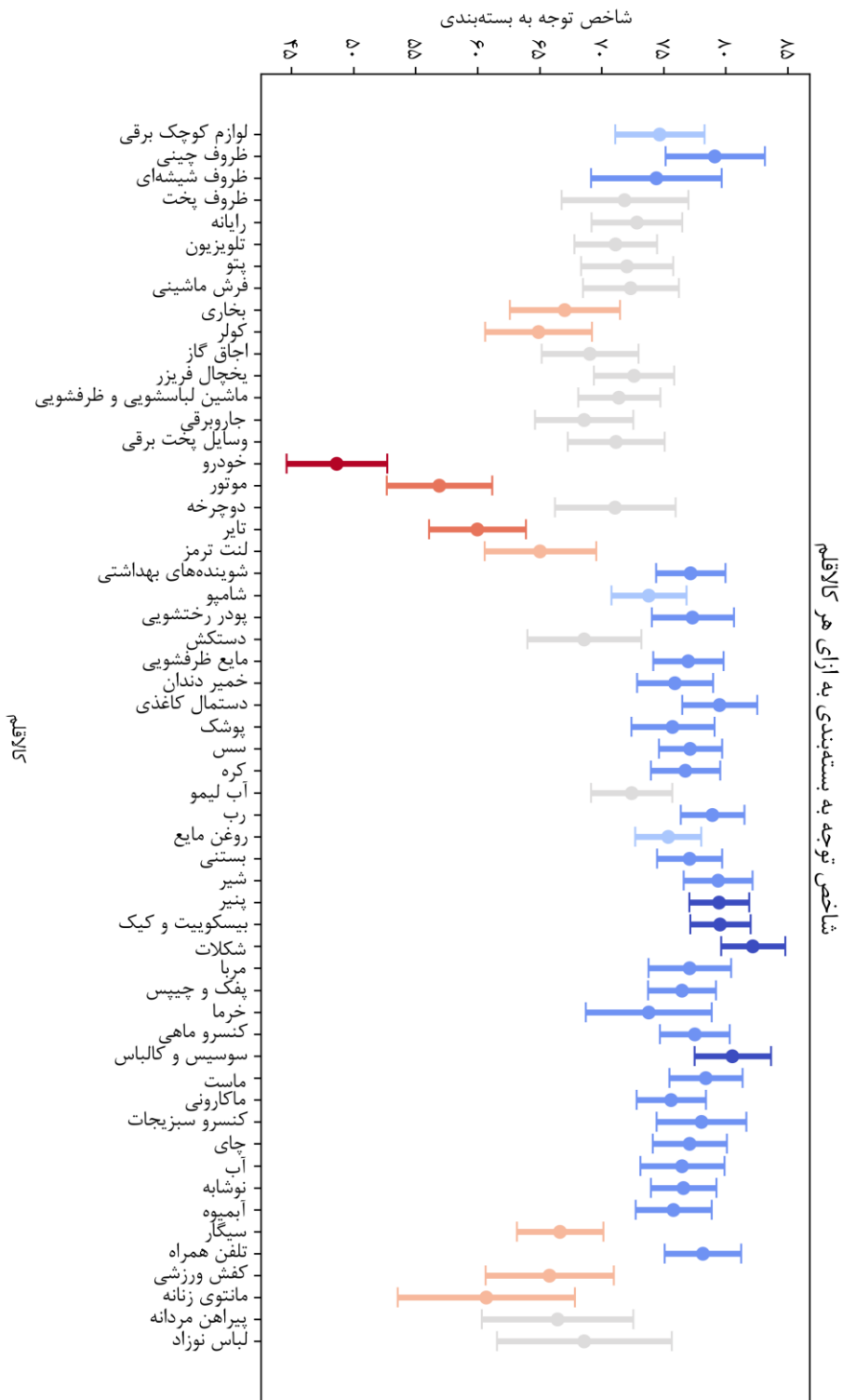
مقدار شاخص توجه به بسته‌بندی کل برابر ۲۰۰۴ ± ۷۴.۷۱ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۴-۵ شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص توجه به بسته‌بندی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۳-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۳-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱۳-۱. شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر کالاقلم

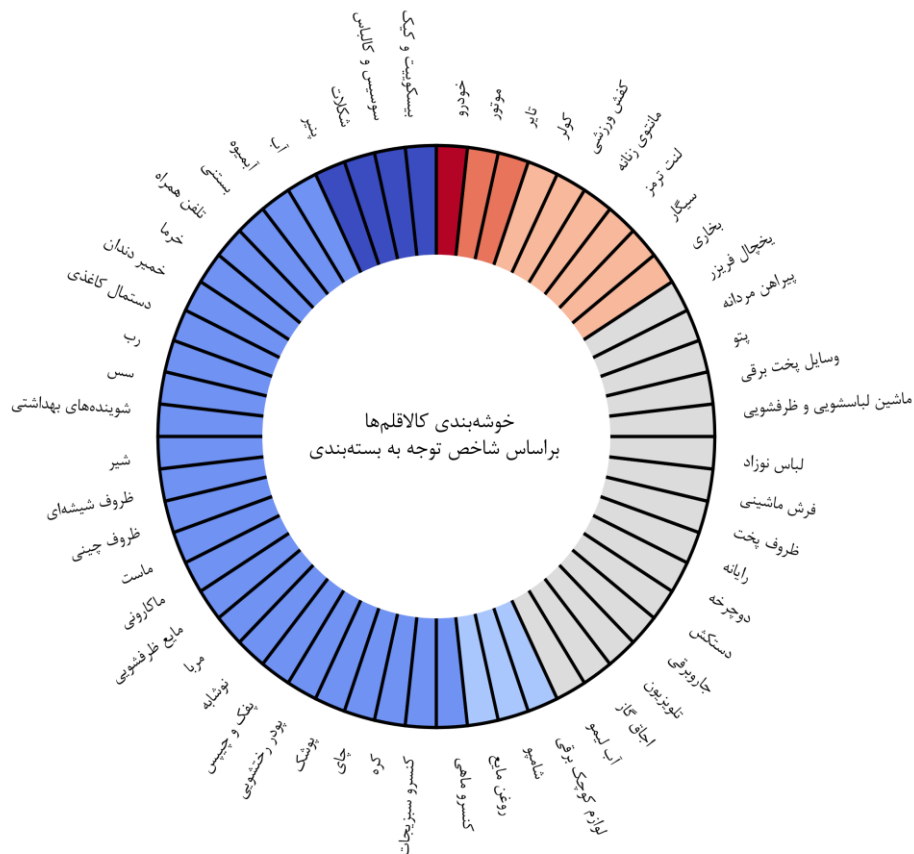
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۷۴.۶۸ ± ۳.۶	۷۹.۱۲ ± ۳.۹۹	۷۴.۳۸ ± ۵.۲۵	۷۱.۸۵ ± ۵.۱۲	۷۲.۸۲ ± ۳.۶۵	۷۱.۰۹ ± ۳.۳۴	۷۲.۰۲ ± ۳.۷۱
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۷۲.۳۲ ± ۳.۸۵	۶۷.۰۲ ± ۴.۴۴	۶۴.۸۹ ± ۴.۳	۶۹.۰۴ ± ۳.۸۹	۷۲.۵۸ ± ۳.۲۴	۷۱.۳۹ ± ۳.۳	۶۸.۵۶ ± ۳.۹۸
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۷۱.۱۳ ± ۳.۹	۴۸.۶۳ ± ۴.۰۷	۵۶.۹ ± ۴.۲۷	۷۱.۰۷ ± ۴.۸۶	۵۹.۹۶ ± ۳.۹۱	۶۵.۰۳ ± ۴.۵۲	۷۷.۱۴ ± ۲.۷۹
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۷۳.۷۹ ± ۳.۰۲	۷۷.۳۲ ± ۳.۳	۶۸.۵۷ ± ۴.۵۹	۷۶.۹۵ ± ۲.۸۲	۷۵.۸۹ ± ۳.۰۷	۷۹.۴۸ ± ۳.۰۲	۷۵.۷۱ ± ۳.۳۶
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۷۷.۱۳ ± ۲.۵۶	۷۶.۷۴ ± ۲.۸	۷۲.۳۹ ± ۳.۲۷	۷۸.۹۱ ± ۲.۵۷	۷۵.۳۵ ± ۲.۶۷	۷۷.۰۶ ± ۲.۶۳	۷۹.۳۷ ± ۲.۷۷
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۷۹.۴۵ ± ۲.۴۲	۷۹.۵۴ ± ۲.۴۲	۸۲.۱۸ ± ۲.۶	۷۷.۰۸ ± ۳.۳۳	۷۶.۴۵ ± ۲.۷۳	۷۳.۷۷ ± ۵.۰۷	۷۷.۴۸ ± ۲.۸۱
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۸۰.۵۴ ± ۳.۰۸	۷۸.۳۹ ± ۲.۹۴	۷۵.۵۸ ± ۲.۷۷	۷۸.۰۲ ± ۳.۶۴	۷۷.۰۹ ± ۳.۰	۷۶.۴۸ ± ۳.۴	۷۶.۵۸ ± ۲.۶۶
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۷۵.۷۶ ± ۳.۰۵	۶۶.۶۲ ± ۳.۴۷	۷۸.۱۴ ± ۳.۰۸	۶۵.۸ ± ۵.۱۶	۶۰.۶۸ ± ۷.۱۵	۶۶.۴۳ ± ۶.۱۱	۶۸.۵۸ ± ۷.۰۵



نمودار ۱۳-۱. شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر کالا قلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۳-۲ نیز نمایش دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: بیسکویت و کیک - سوسیس و کالباس - شکلات - پنیر
- خوشه ۲: آب - آبمیوه - بستنی - تلفن همراه - خرما - خمیر دندان - دستمال کاغذی - رب - سس - شوینده‌های بهداشتی - شیر - ظروف شیشه‌ای - ظروف چینی - ماست - ماکارونی - مایع ظرفشویی - مربا - نوشابه - پفک و چیپس - پودر رختشویی - پوشک - چای - کره - کنسرو سبزیجات - کنسرو ماهی
- خوشه ۳: روغن مایع - شامپو - لوازم کوچک برقی
- خوشه ۴: آب لیمو - اجاق گاز - تلویزیون - جاروبرقی - دستکش - دوچرخه - رایانه - ظروف پخت - فرش ماشینی - لباس نوزاد - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - وسایل پخت برقی - پتو - پیراهن مردانه - یخچال فریزر
- خوشه ۵: بخاری - سیگار - لنت ترمز - مانتوی زنانه - کفش ورزشی - کولر
- خوشه ۶: تایر - موتور
- خوشه ۷: خودرو



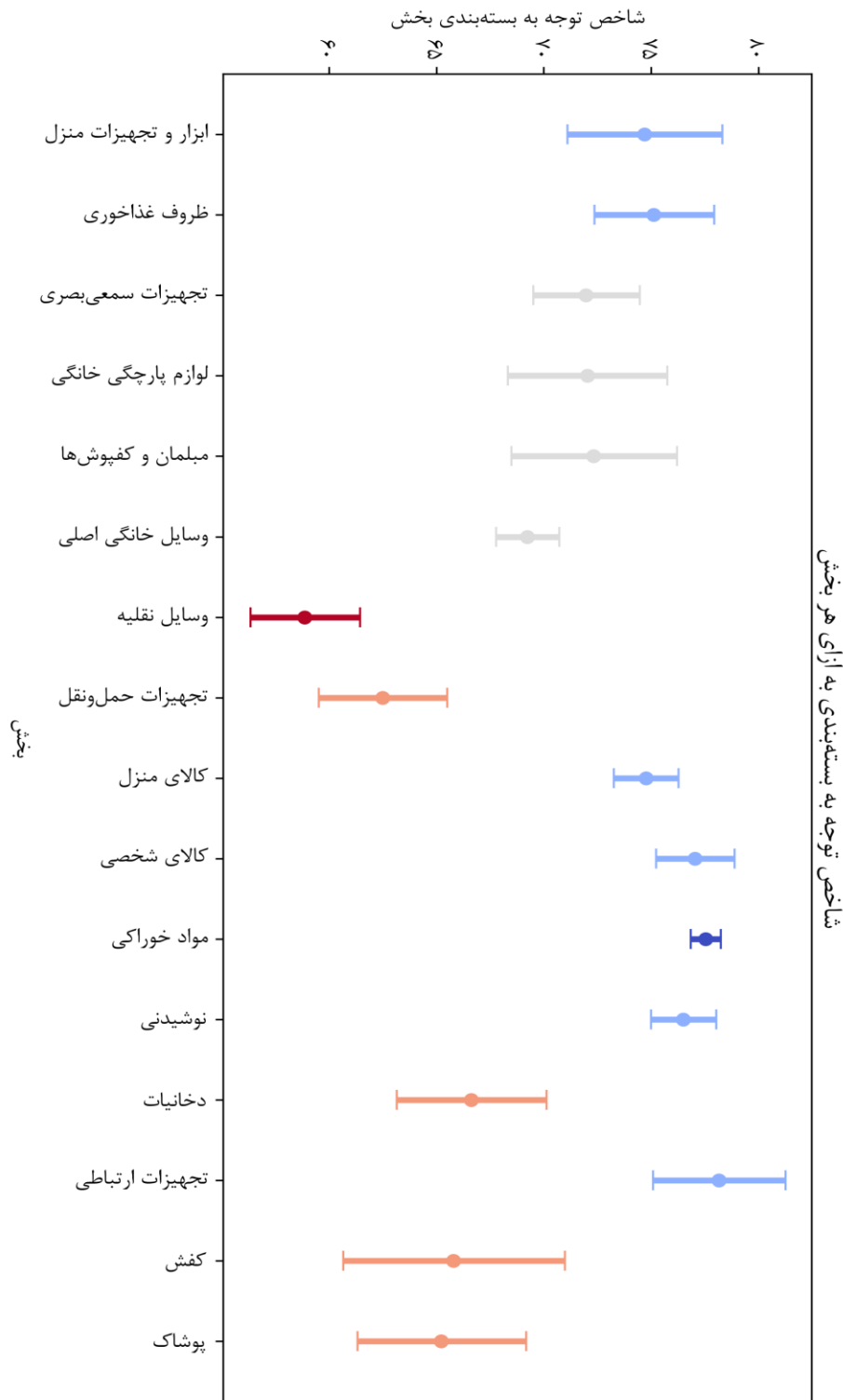
نمودار ۱۳-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص توجه به بسته‌بندی

۲-۴-۵ شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر بخش

مقادیر شاخص توجه به بسته‌بندی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۳-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

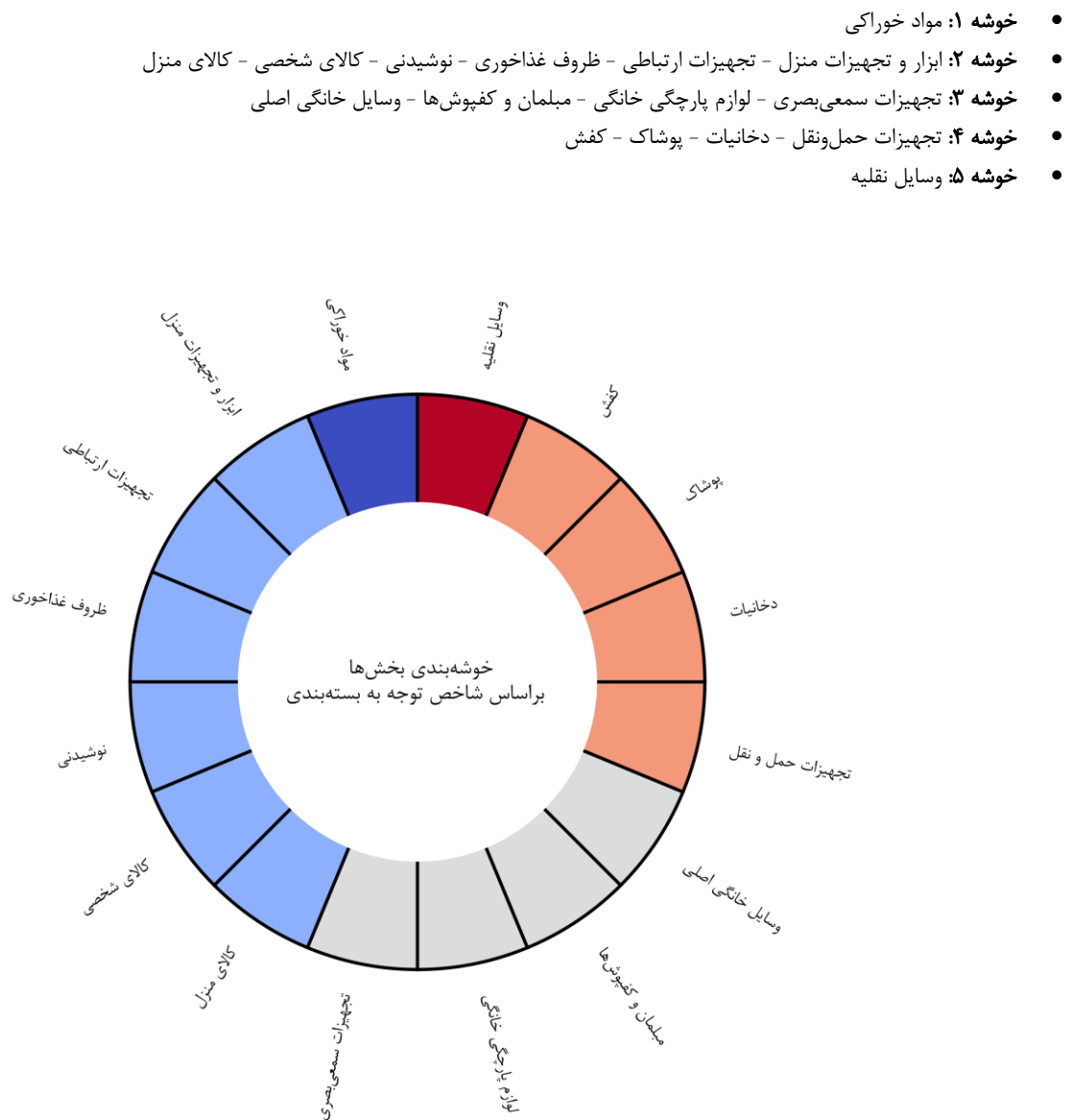
جدول ۱۳-۲. شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر بخش

بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۷۴.۶۸ ± ۳.۶	۷۵.۱۲ ± ۲.۷۸	۷۱.۹۶ ± ۲.۴۷	۷۲.۰۲ ± ۳.۷۱	۷۲.۳۲ ± ۳.۸۶	۶۹.۲۳ ± ۱.۴۷	۵۸.۸۷ ± ۲.۵۴
بخش	تجهیزات حمل‌ونقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۶۲.۵ ± ۲.۹۸	۷۴.۷۵ ± ۱.۵۱	۷۷.۰۳ ± ۱.۸۲	۷۷.۵۲ ± ۰.۷۱	۷۶.۴۸ ± ۱.۵۲	۶۶.۶۲ ± ۳.۴۸	۷۸.۱۴ ± ۳.۰۸
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۶۵.۸ ± ۵.۱۶	۶۵.۲۳ ± ۳.۹۲					



نمودار ۱۳-۳. شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۳-۴ نیز نمایش دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.



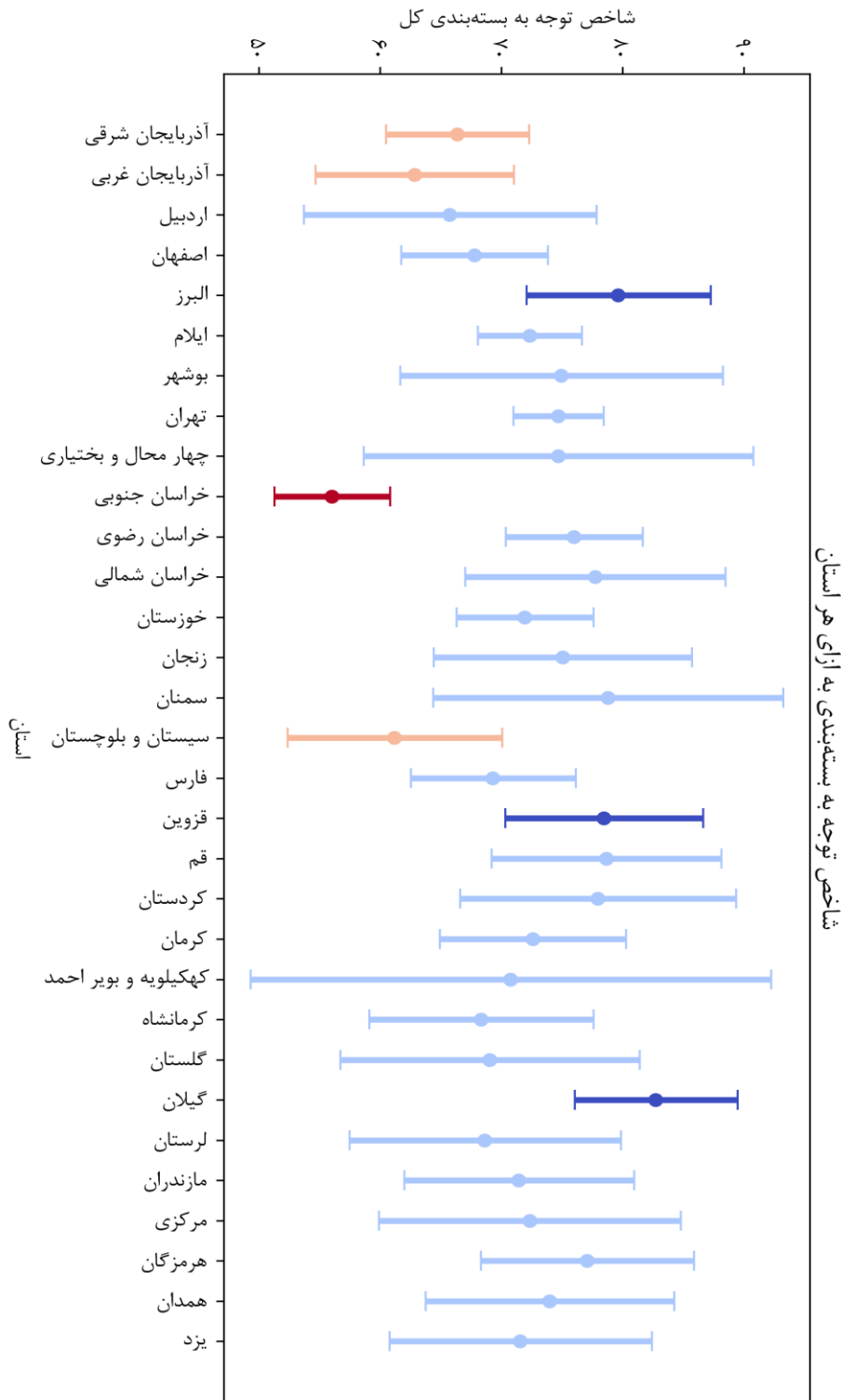
نمودار ۱۳-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص توجه به بسته‌بندی

۳-۴-۵ شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر استان

مقادیر شاخص توجه به بسته‌بندی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۳-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۳-۳. شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر استان

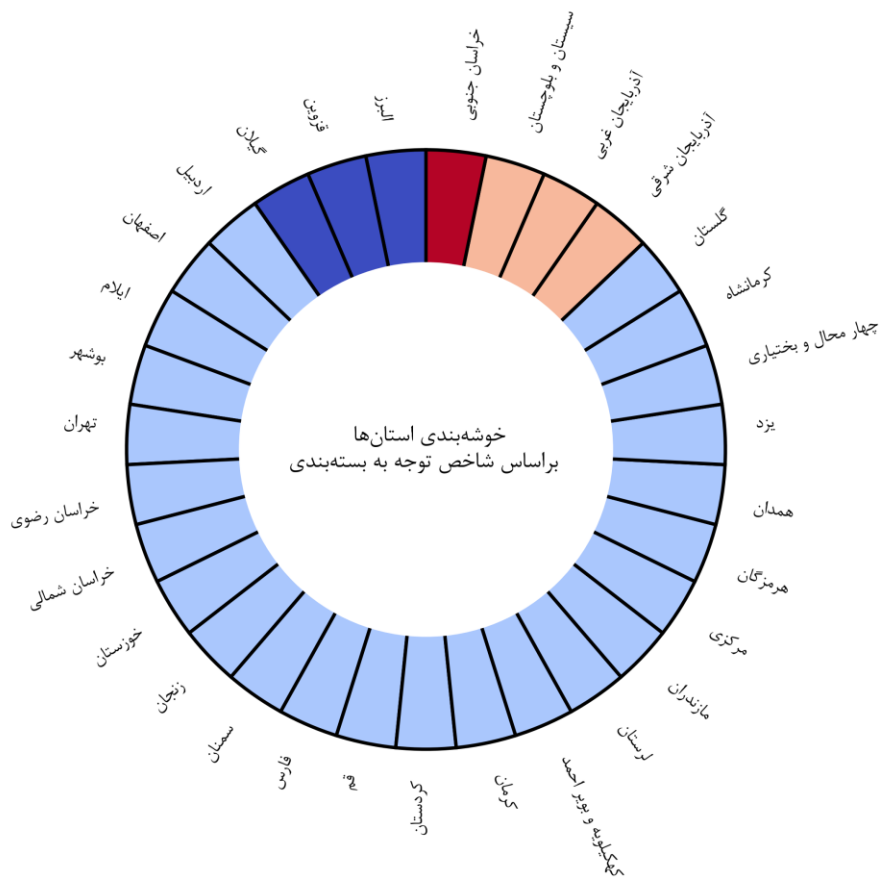
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۶.۳۴ ± ۵.۹	۶۲.۸۳ ± ۸.۱۹	۶۵.۷۴ ± ۱۲.۰۷	۶۷.۷۷ ± ۶.۰۴	۷۹.۶۳ ± ۷.۶	۷۲.۳۳ ± ۴.۲۹	۷۴.۹۳ ± ۱۳.۳۱
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۴.۶۸ ± ۳.۷۲	۷۴.۶۹ ± ۱۶.۰۵	۵۶.۰۳ ± ۴.۷۸	۷۵.۹۸ ± ۵.۶۶	۷۷.۷۲ ± ۱۰.۷۲	۷۱.۹۱ ± ۵.۶۴	۷۵.۰۴ ± ۱۰.۶۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۷۸.۷۸ ± ۱۴.۴۴	۶۱.۱۹ ± ۸.۸۴	۶۹.۲۹ ± ۶.۸	۷۸.۴۴ ± ۸.۱۷	۷۸.۶۵ ± ۹.۴۷	۷۷.۹۴ ± ۱۱.۳۷	۷۲.۵۷ ± ۷.۶۶
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۷۰.۷۶ ± ۲۱.۴۶	۶۸.۳۲ ± ۹.۲۵	۶۹.۰۳ ± ۱۲.۳۳	۸۲.۷۲ ± ۶.۷۲	۶۸.۶۳ ± ۱۱.۱۹	۷۱.۴۳ ± ۹.۴۷	۷۲.۳۲ ± ۱۲.۴۵
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۷.۰۵ ± ۸.۷۸	۷۳.۹۷ ± ۱۰.۲۵	۷۱.۵۶ ± ۱۰.۸۲				



نمودار ۱۳-۵. شاخص توجه به بسته‌بندی به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۳-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: البرز - قزوین - گیلان
- خوشه ۲: اردبیل - اصفهان - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قم - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - آذربایجان غربی - سیستان و بلوچستان
- خوشه ۴: خراسان جنوبی



نمودار ۱۳-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص توجه به بسته‌بندی

۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل

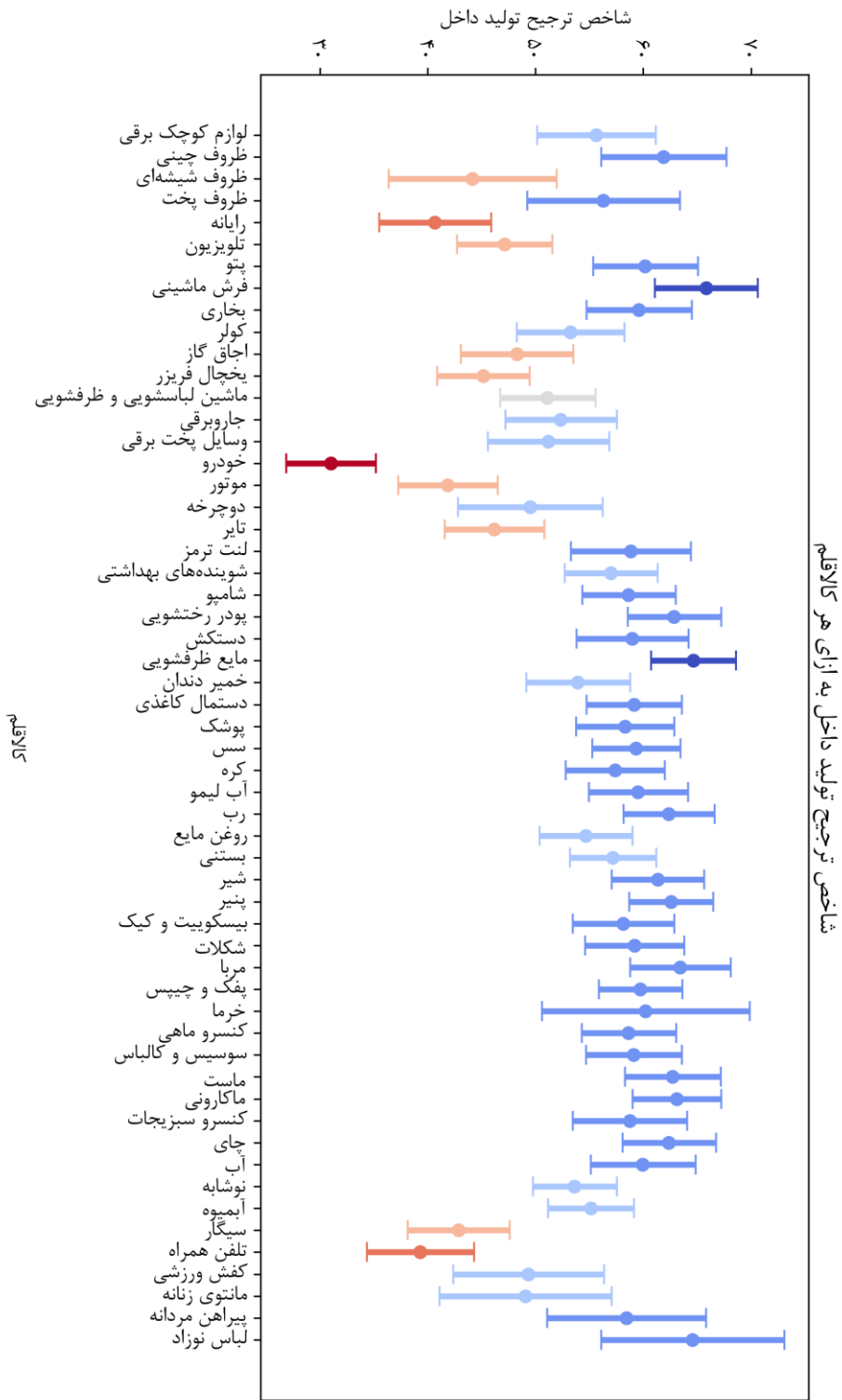
مقدار شاخص ترجیح تولید داخل کل برابر ۳.۲۵ ± ۵۷.۸۹ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۵-۵-۱ شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص ترجیح تولید داخل و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱۴-۱ ارایه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱۴-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۴-۱. شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر کالاقلم

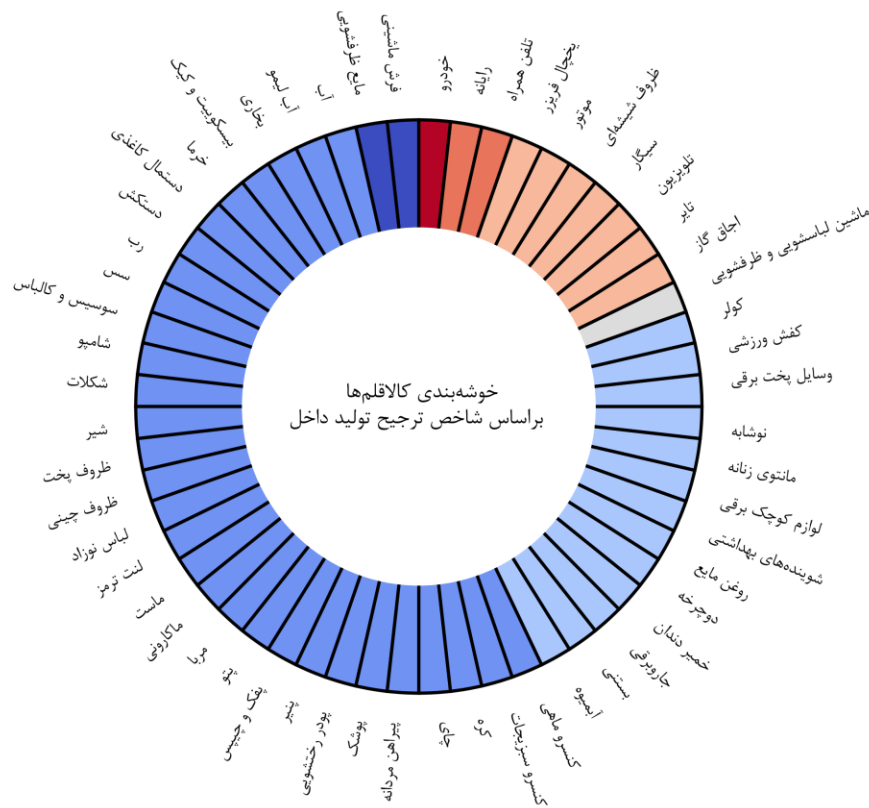
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۵۵.۶۳ ± ۵.۵۱	۶۱.۸۸ ± ۵.۸۱	۴۴.۱۴ ± ۷.۷۸	۵۶.۳ ± ۷.۰۷	۴۰.۶۷ ± ۵.۱۹	۴۷.۱۲ ± ۴.۴۲	۶۰.۱۸ ± ۴.۸۸
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۶۵.۸۲ ± ۴.۷۸	۵۹.۵۹ ± ۴.۸۹	۵۳.۲۳ ± ۴.۹۸	۴۸.۲۶ ± ۵.۲	۴۵.۱۳ ± ۴.۳	۵۱.۱ ± ۴.۴۴	۵۲.۳۴ ± ۵.۱۷
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۵۱.۱۹ ± ۵.۶۵	۳۱.۰۱ ± ۴.۱۸	۴۱.۸۴ ± ۴.۶۲	۴۹.۴۹ ± ۶.۷	۴۶.۱۷ ± ۴.۶۱	۵۸.۸۲ ± ۵.۵۶	۵۶.۹۹ ± ۴.۳۱
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۵۸.۶۴ ± ۴.۳۴	۶۲.۸۶ ± ۴.۳۵	۵۸.۹۷ ± ۵.۱۸	۶۴.۶۴ ± ۳.۹۴	۵۳.۹۳ ± ۴.۸۲	۵۹.۱۳ ± ۴.۴۲	۵۸.۲۹ ± ۴.۵۷
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۵۹.۳۲ ± ۴.۰۷	۵۷.۳۷ ± ۴.۵۹	۵۹.۵۲ ± ۴.۵۹	۶۲.۳۶ ± ۴.۲۴	۵۴.۶۷ ± ۴.۳۱	۵۷.۱۶ ± ۴.۰۱	۶۱.۳۳ ± ۴.۲۸
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۶۲.۵۷ ± ۳.۹	۵۸.۱۴ ± ۴.۷۱	۵۹.۱۸ ± ۴.۵۹	۶۳.۴۳ ± ۴.۶۶	۵۹.۷۲ ± ۳.۸۶	۶۰.۱۹ ± ۹.۶۳	۵۸.۶۴ ± ۴.۳۷
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۵۹.۱ ± ۴.۴۶	۶۲.۷۲ ± ۴.۴۴	۶۳.۰۹ ± ۴.۰۹	۵۸.۷۴ ± ۵.۳۱	۶۲.۳۸ ± ۴.۳۵	۵۹.۹۶ ± ۴.۸۹	۵۳.۶۲ ± ۳.۸۹
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۵۵.۱۲ ± ۳.۹۸	۴۲.۸۶ ± ۴.۷۳	۳۹.۲۹ ± ۴.۹۷	۴۹.۳۳ ± ۶.۹۸	۴۹.۰۶ ± ۷.۹۹	۵۸.۴۴ ± ۷.۳۷	۶۴.۵۶ ± ۸.۴۹



نمودار ۱۴-۱. شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۴-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: فرش ماشینی - مایع ظرفشویی
- خوشه ۲: آب - آب لیمو - بخاری - بیسکویت و کیک - خرما - دستمال کاغذی - دستکش - رب - سس - سوسیس و کالباس - شامپو - شکلات - شیر - ظروف پخت - ظروف چینی - لباس نوزاد - لنت ترمز - ماست - ماکارونی - مربا - پتو - پفک و چیپس - پنیر - پودر رختشویی - پوشک - پیراهن مردانه - جای - کره - کنسرو سبزیجات - کنسرو ماهی
- خوشه ۳: آبمیوه - بستنی - جاروبرقی - خمیر دندان - دوچرخه - روغن مایع - شوینده‌های بهداشتی - لوازم کوچک برقی - مانتوی زنانه - نوشابه - وسایل پخت برقی - کفش ورزشی - کولر
- خوشه ۴: ماشین لباسشویی و ظرفشویی
- خوشه ۵: اجاق گاز - تایر - تلویزیون - سیگار - ظروف شیشه‌ای - موتور - یخچال فریزر
- خوشه ۶: تلفن همراه - رایانه
- خوشه ۷: خودرو



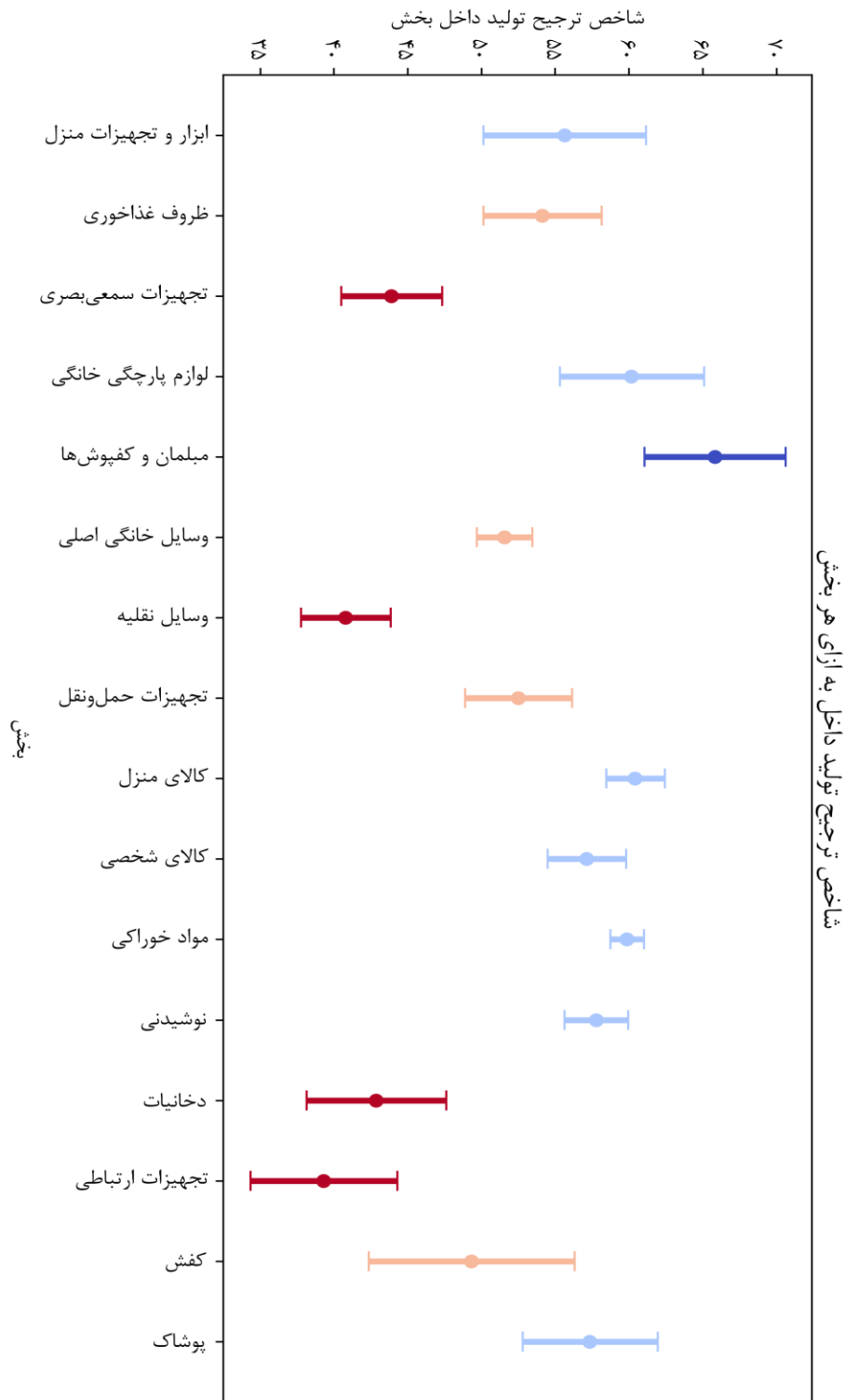
نمودار ۱۴-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص ترجیح تولید داخل

۲-۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر بخش

مقادیر شاخص ترجیح تولید داخل و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۴-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۴-۲. شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر بخش

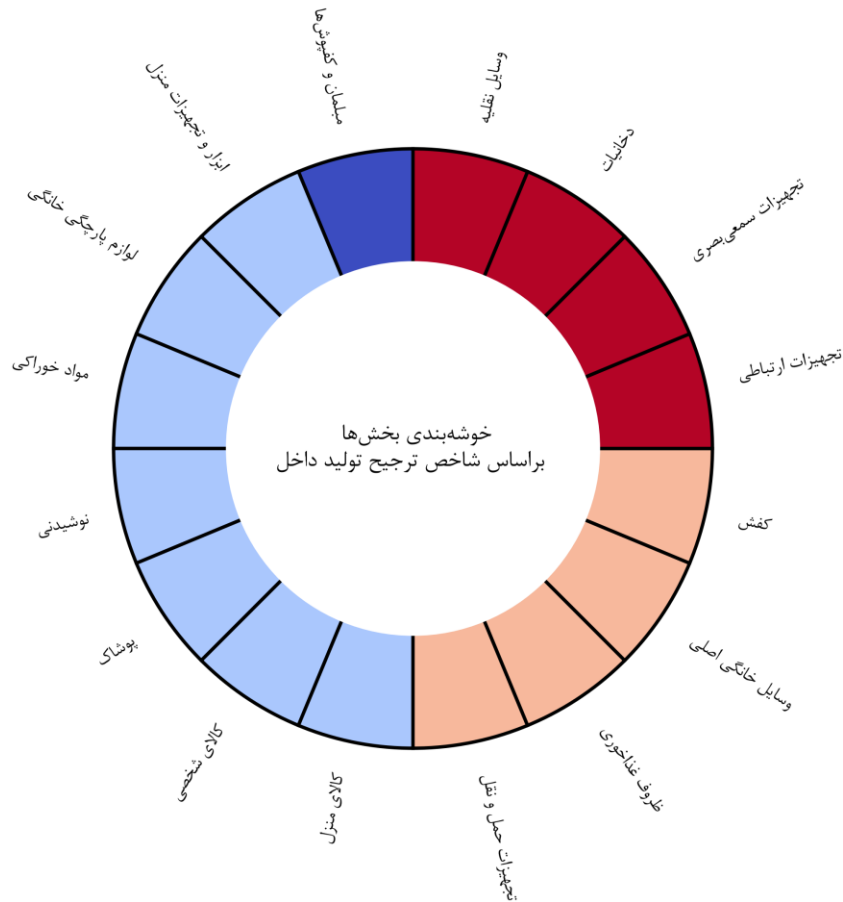
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۵۵.۶۳ ± ۵.۵	۵۴.۱۱ ± ۴.۰	۴۳.۹ ± ۳.۴۱	۶۰.۱۸ ± ۴.۸۸	۶۵.۸۲ ± ۴.۷۷	۵۱.۵۵ ± ۱.۸۷	۴۰.۷۸ ± ۳.۰۵
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۵۲.۵ ± ۳.۶۱	۶۰.۴۲ ± ۱.۹۹	۵۷.۱۲ ± ۲.۶۶	۵۹.۸۵ ± ۱.۱۴	۵۷.۷۷ ± ۲.۱۵	۴۲.۸۶ ± ۴.۷۳	۳۹.۲۹ ± ۴.۹۸
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۴۹.۳۳ ± ۶.۹۸	۵۷.۳۵ ± ۴.۶					



نمودار ۱۴-۳. شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۴-۴ نیز نمایش دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: مبلمان و کفپوش‌ها
- خوشه ۲: ابزار و تجهیزات منزل - لوازم پارچگی خانگی - مواد خوراکی - نوشیدنی - پوشاک - کالای شخصی - کالای منزل
- خوشه ۳: تجهیزات حمل‌ونقل - ظروف غذاخوری - وسایل خانگی اصلی - کفش
- خوشه ۴: تجهیزات ارتباطی - تجهیزات سمعی‌بصری - دخانیات - وسایل نقلیه



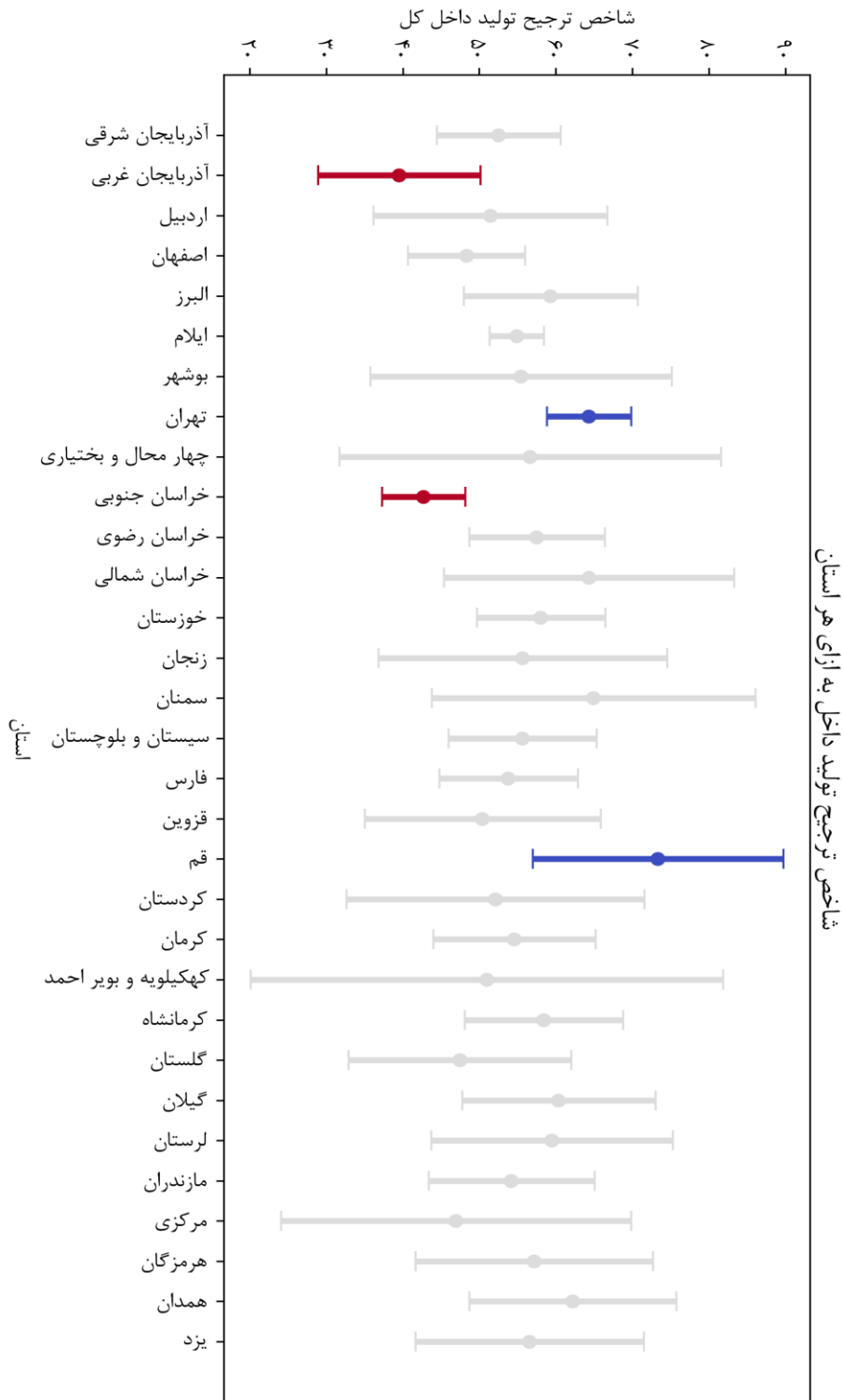
نمودار ۱۴-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص ترجیح تولید داخل

۳-۵-۵ شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر استان

مقادیر شاخص ترجیح تولید داخل و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۴-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۴-۳. شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر استان

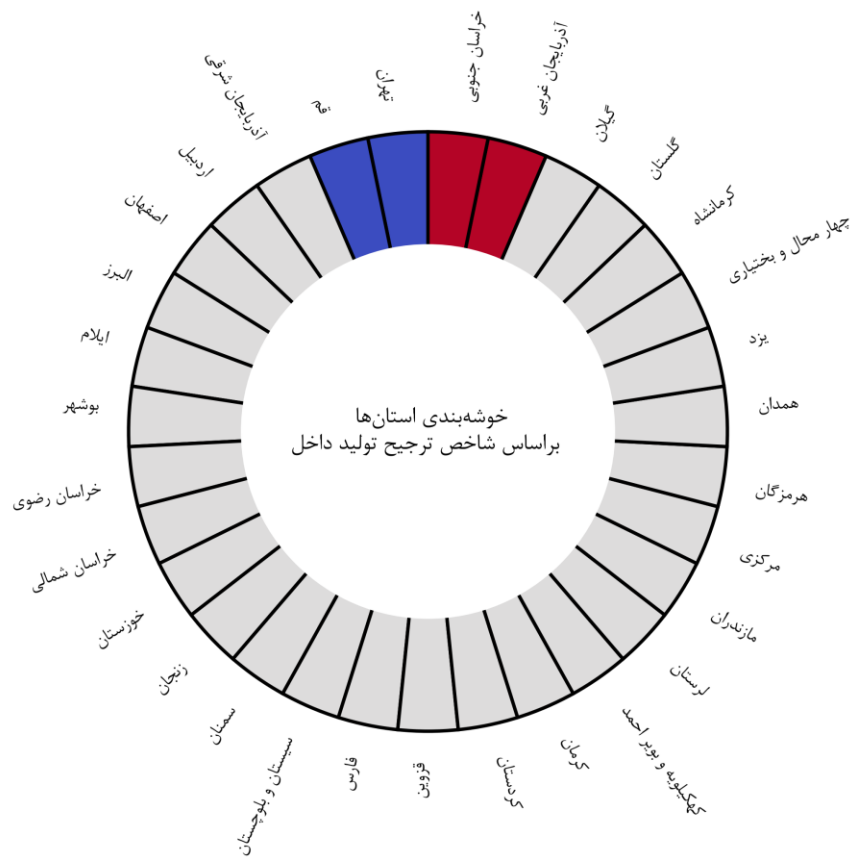
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۲.۵۱ ± ۸.۰۹	۳۹.۵ ± ۱۰.۵۸	۵۱.۴۱ ± ۱۵.۲۷	۴۸.۲۹ ± ۷.۶۸	۵۹.۲۸ ± ۱۱.۳۹	۵۴.۸۶ ± ۳.۵۳	۵۵.۴۱ ± ۱۹.۷۲
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۴.۳۱ ± ۵.۴۹	۵۶.۵۹ ± ۲۴.۹۵	۴۲.۶۸ ± ۵.۴۳	۵۷.۴۸ ± ۸.۸۶	۶۴.۲۹ ± ۱۸.۹۵	۵۸.۰۳ ± ۸.۴۱	۵۵.۶۳ ± ۱۸.۸۷
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۶۴.۹۱ ± ۲۱.۱۷	۵۵.۶۲ ± ۹.۶۸	۵۳.۷۷ ± ۹.۰۶	۵۰.۳۸ ± ۱۵.۴۲	۷۳.۳۱ ± ۱۶.۴	۵۲.۰۹ ± ۱۹.۴۶	۵۴.۵۵ ± ۱۰.۶۴
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۵۰.۹۵ ± ۳۰.۸۷	۵۸.۴۱ ± ۱۰.۳۳	۴۷.۴۳ ± ۱۴.۵۶	۶۰.۳۴ ± ۱۲.۶۲	۵۹.۴۶ ± ۱۵.۸	۵۴.۱۷ ± ۱۰.۸۴	۴۶.۹ ± ۲۲.۸۷
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۵۷.۱۵ ± ۱۵.۵	۶۲.۱۸ ± ۱۳.۵۲	۵۶.۵۶ ± ۱۴.۹۳				



نمودار ۱۴-۵. شاخص ترجیح تولید داخل به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۴-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تهران - قم
- خوشه ۲: آذربایجان شرقی - اردبیل - اصفهان - البرز - ایلام - بوشهر - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - سیستان و بلوچستان - فارس - قزوین - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - بختیاری - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان غربی - خراسان جنوبی



نمودار ۱۴-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص ترجیح تولید داخل

۵-۶ شاخص توجه به پایداری

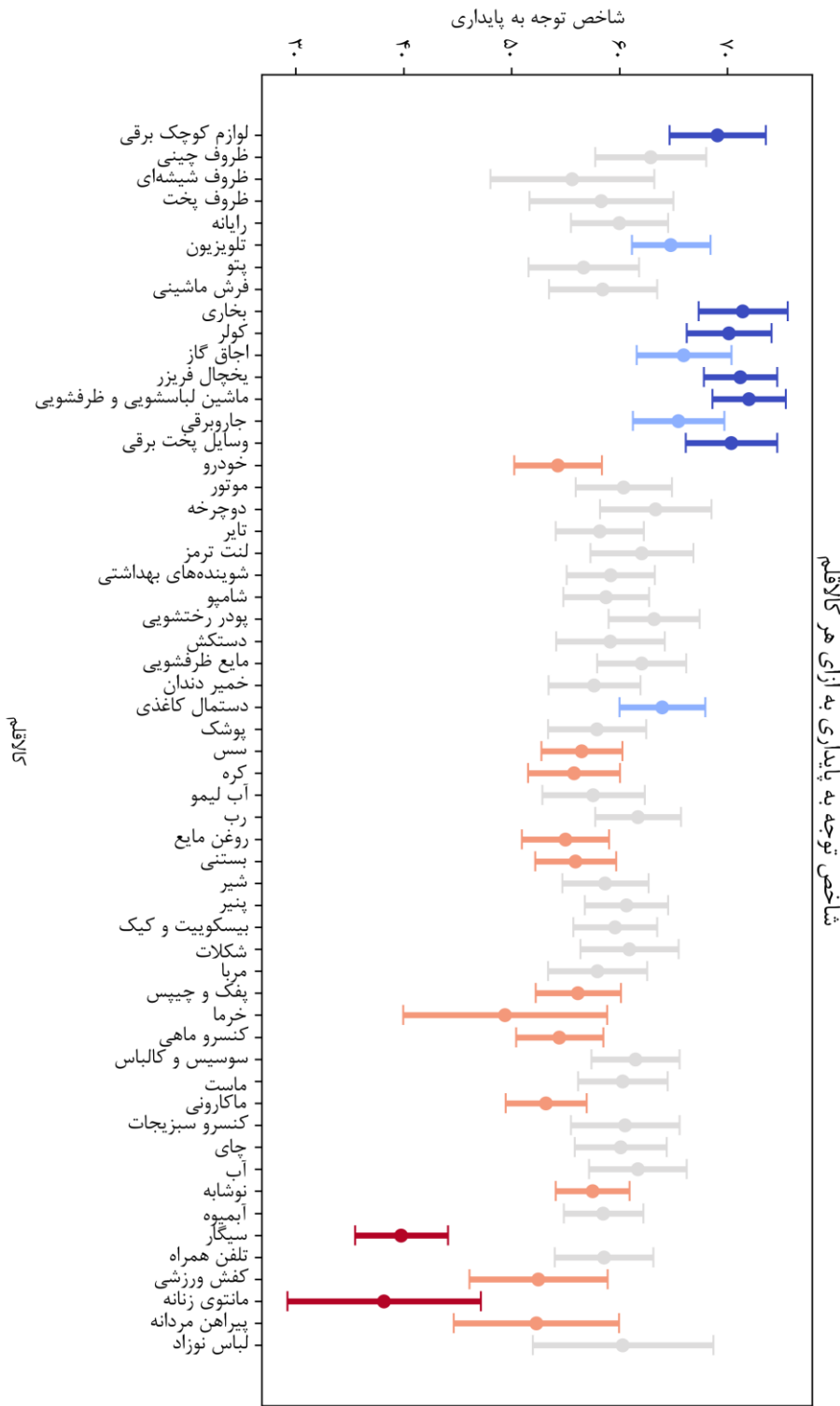
مقدار شاخص توجه به پایداری کل برابر 3.14 ± 58.59 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۵-۶-۱ شاخص توجه به پایداری به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص توجه به پایداری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۵-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۵-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱۵-۱. شاخص توجه به پایداری به ازای هر کالاقلم

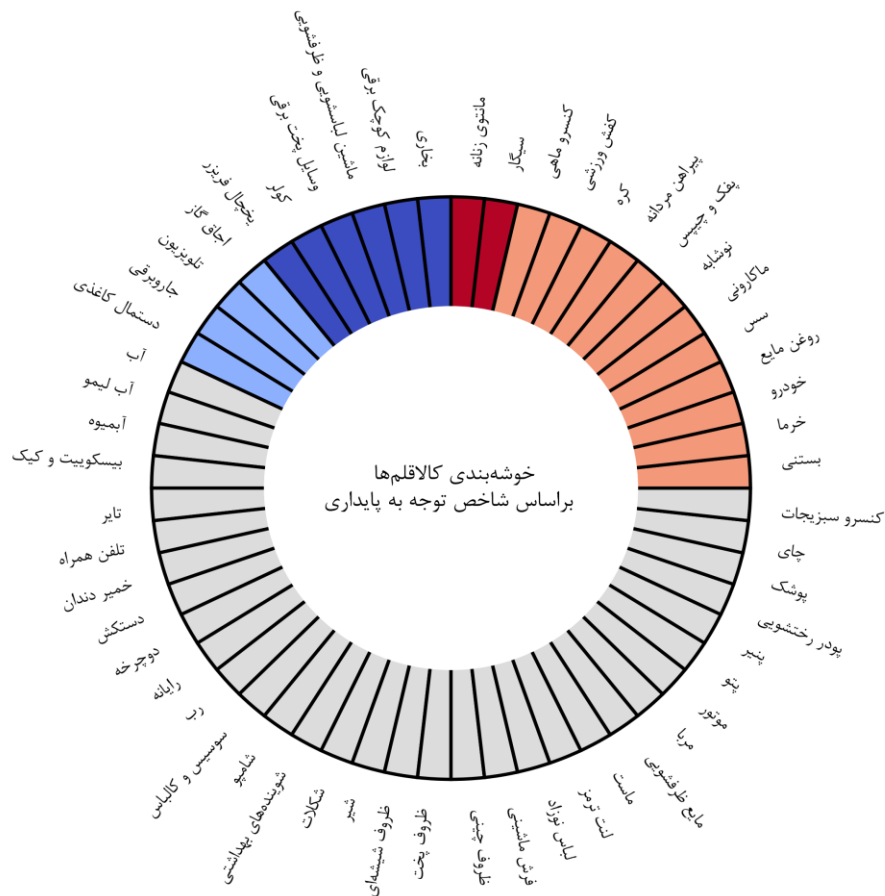
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	69.08 ± 4.46	62.88 ± 5.14	55.6 ± 7.61	58.3 ± 6.66	59.98 ± 4.48	64.76 ± 3.64	56.65 ± 5.12
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	58.45 ± 5.02	71.43 ± 4.13	70.13 ± 3.92	65.95 ± 4.39	71.21 ± 3.41	71.99 ± 3.41	65.45 ± 4.25
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	70.36 ± 4.25	54.27 ± 4.07	60.37 ± 4.45	63.23 ± 5.17	58.15 ± 4.07	62.06 ± 4.77	59.16 ± 4.07
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	58.74 ± 3.97	63.18 ± 4.22	59.15 ± 5.04	62.03 ± 4.11	57.64 ± 4.26	63.96 ± 3.99	57.91 ± 4.55
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	56.48 ± 3.77	55.76 ± 4.27	57.56 ± 4.76	61.71 ± 3.99	54.98 ± 4.03	55.9 ± 3.77	58.66 ± 4.0
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	60.62 ± 3.86	59.57 ± 3.91	60.89 ± 4.54	57.93 ± 4.6	56.15 ± 3.95	49.37 ± 9.44	54.42 ± 4.05
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	61.46 ± 4.07	60.29 ± 4.15	53.17 ± 3.78	60.5 ± 5.03	60.09 ± 4.26	61.68 ± 4.54	57.48 ± 3.41
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	58.49 ± 3.7	39.76 ± 4.31	58.55 ± 4.59	52.48 ± 6.42	38.16 ± 8.96	52.28 ± 7.67	60.29 ± 8.37



نمودار ۱۵-۱. شاخص توجه به پایداری به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۵-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: بخاری - لوازم کوچک برقی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - وسایل پخت برقی - کولر - یخچال فریزر
- خوشه ۲: اجاق گاز - تلویزیون - جاروبرقی - دستمال کاغذی
- خوشه ۳: آب - آب لیمو - آبمیوه - بیسکویت و کیک - تایر - تلفن همراه - خمیر دندان - دستکش - دوچرخه - رایانه - رب - سوسیس و کالباس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - شیر - ظروف شیشه‌ای - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - لباس نوزاد - لنت ترمز - ماست - مایع ظرفشویی - مربا - موتور - پتو - پنیر - پودر رختشویی - پوشک - چای - کنسرو سبزیجات
- خوشه ۴: بستنی - خرما - خودرو - روغن مایع - سس - ماکارونی - نوشابه - پفک و چیپس - پیراهن مردانه - کره - کفش ورزشی - کنسرو ماهی
- خوشه ۵: سیگار - مانتوی زنانه



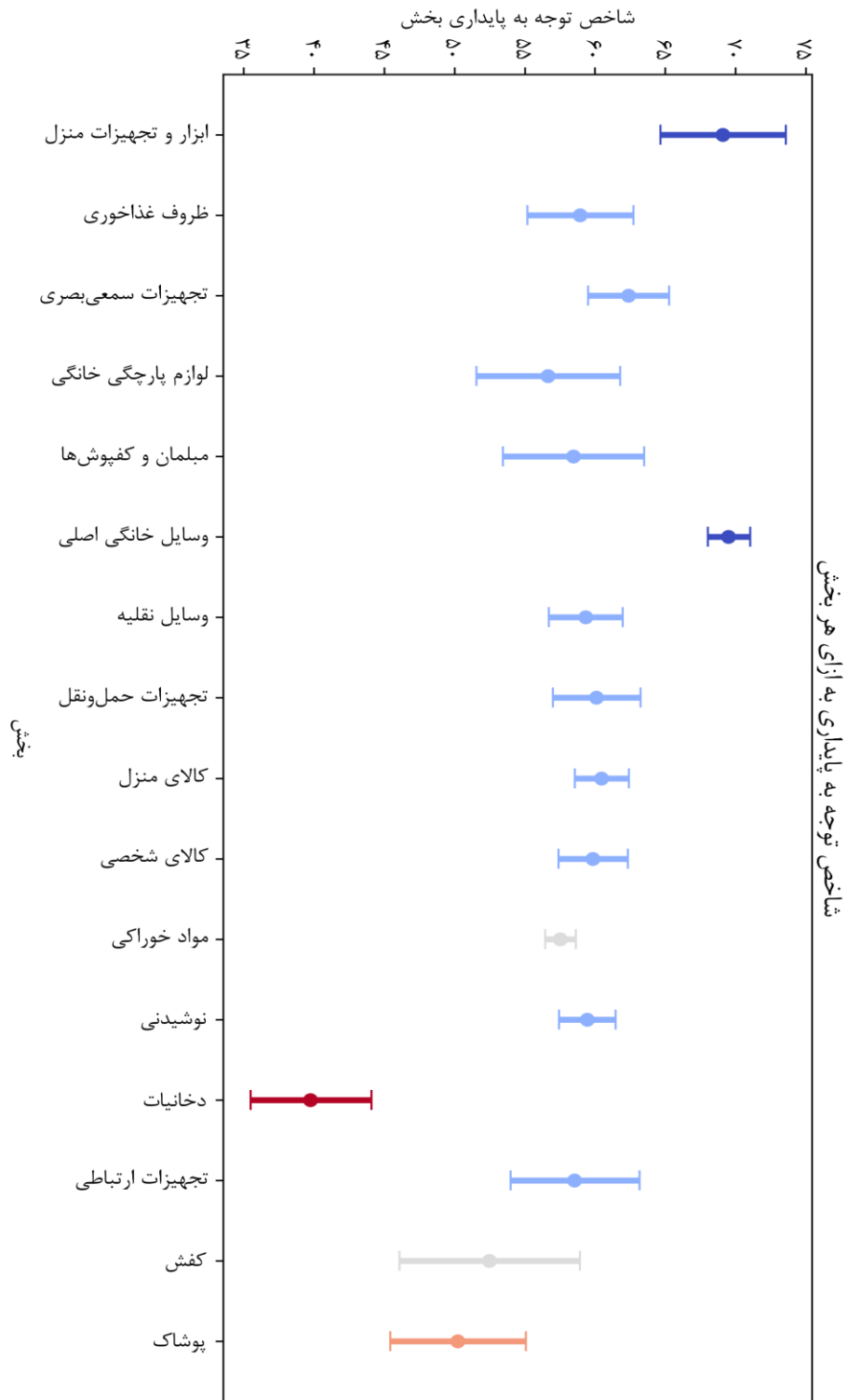
نمودار ۱۵-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص توجه به پایداری

۵-۶-۲ شاخص توجه به پایداری به ازای هر بخش

مقدار شاخص توجه به پایداری به ازای هر بخش به همراه بازه‌ی اطمینان آن به شرح زیر است. نمودار ۱۵-۳ نیز این مقادیر را نمایش می‌دهد.

جدول ۱۵-۲. شاخص توجه به پایداری به ازای هر بخش

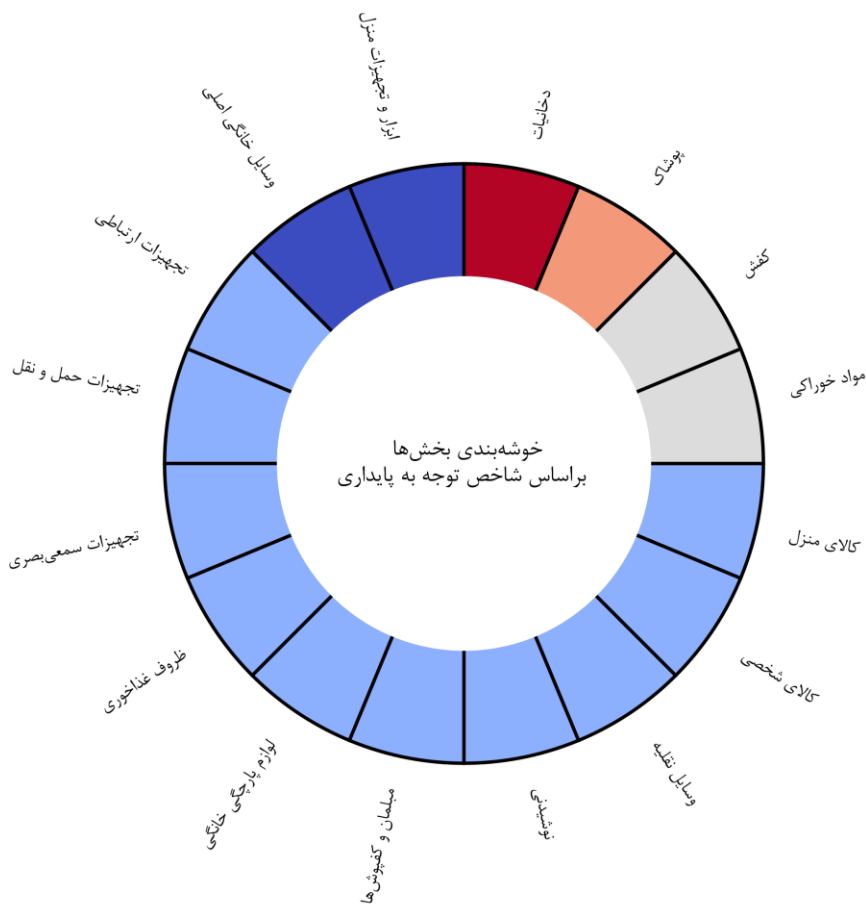
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۶۹.۰۸ ± ۴.۴۶	۵۸.۹۳ ± ۳.۷۸	۶۲.۳۷ ± ۲.۸۹	۵۶.۶۵ ± ۵.۱۳	۵۸.۴۵ ± ۵.۰۲	۶۹.۵ ± ۱.۵۱	۵۹.۳۲ ± ۲.۶۵
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۶۰.۱ ± ۳.۱۴	۶۰.۴۵ ± ۱.۹۲	۵۹.۸۴ ± ۲.۴۶	۵۷.۵۲ ± ۱.۰۹	۵۹.۴۴ ± ۲.۰	۳۹.۷۶ ± ۴.۳۱	۵۸.۵۵ ± ۴.۵۹
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۵۲.۴۸ ± ۶.۴۱	۵۰.۲۴ ± ۴.۸۳					



نمودار ۱۵-۳. شاخص توجه به پایداری به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۵-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ابزار و تجهیزات منزل - وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۲: تجهیزات ارتباطی - تجهیزات حمل‌ونقل - تجهیزات سمعی‌بصری - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - نوشیدنی - وسایل نقلیه - کالای شخصی - کالای منزل
- خوشه ۳: مواد خوراکی - کفش
- خوشه ۴: پوشاک
- خوشه ۵: دخانیات



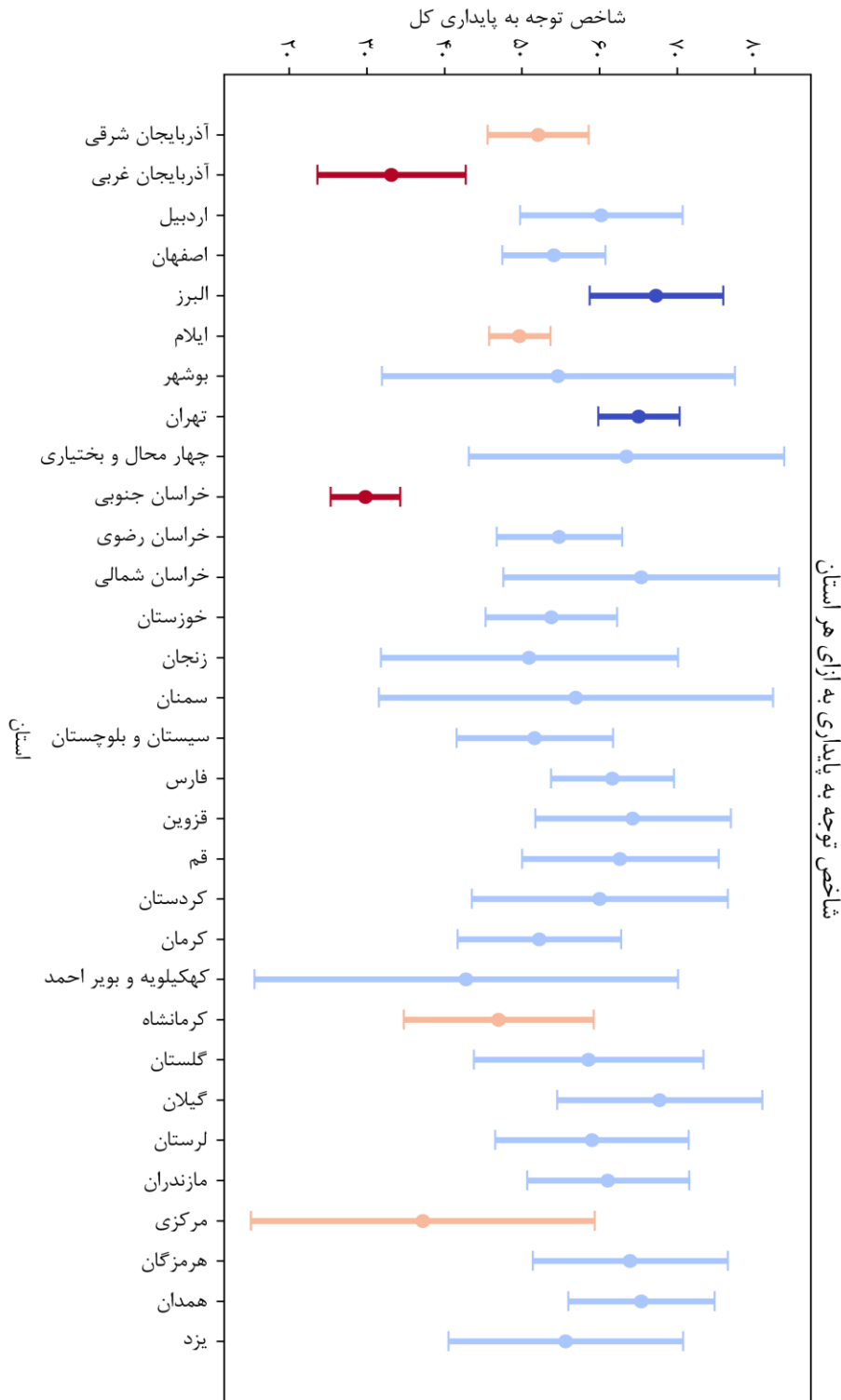
نمودار ۱۵-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص توجه به پایداری

۵-۶-۳ شاخص توجه به پایداری به ازای هر استان

مقادیر شاخص توجه به پایداری و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۵-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۵-۳. شاخص توجه به پایداری به ازای هر استان

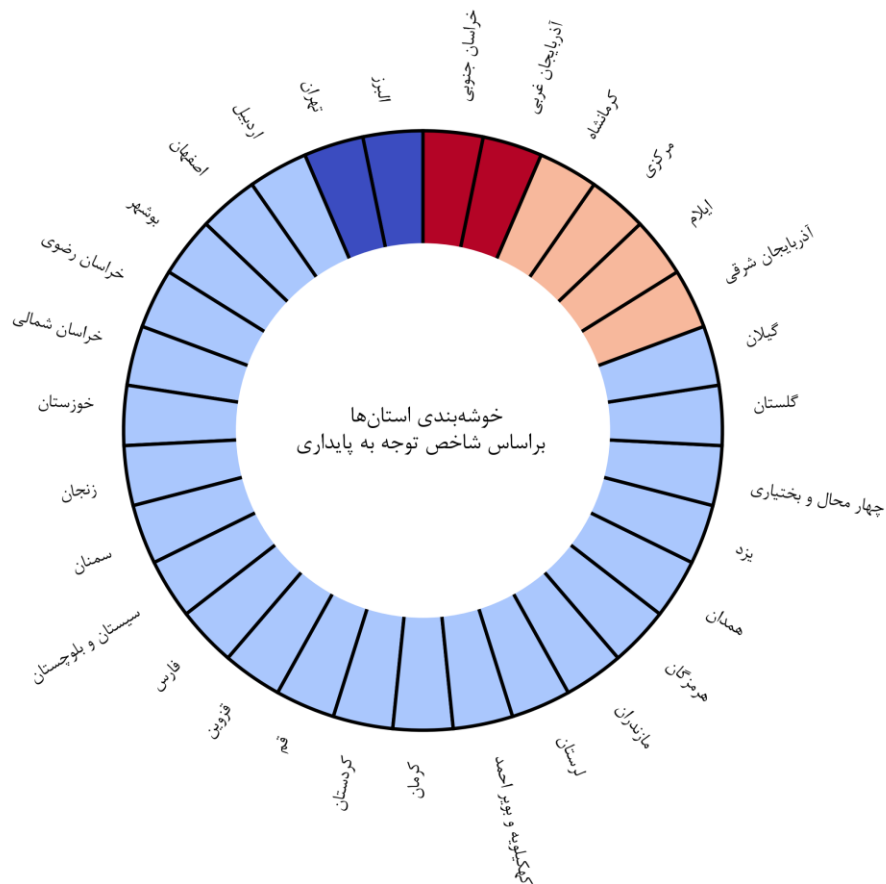
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۲.۰۵ ± ۶.۵۱	۳۳.۱۶ ± ۹.۵۳	۶۰.۲ ± ۱۰.۴۵	۵۴.۰۹ ± ۶.۶۴	۶۷.۲۹ ± ۸.۵۸	۴۹.۶۸ ± ۳.۹۴	۵۴.۶۶ ± ۲۲.۷۲
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۶۵.۰۲ ± ۵.۲۵	۶۳.۴۵ ± ۲۰.۳۲	۲۹.۷۹ ± ۴.۵۱	۵۴.۷۹ ± ۸.۰۸	۶۵.۳۴ ± ۱۷.۷۶	۵۳.۷۵ ± ۸.۴۵	۵۰.۹۳ ± ۱۹.۱۳
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۵۶.۹۴ ± ۲۵.۴	۵۱.۶۲ ± ۱۰.۱۱	۶۱.۶۴ ± ۷.۹۲	۶۴.۲۶ ± ۱۲.۶	۶۲.۶۳ ± ۱۲.۶۸	۶۰.۰۱ ± ۱۶.۴۸	۵۲.۲۱ ± ۱۰.۵۳
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۴۲.۷۶ ± ۲۷.۳	۴۶.۹۸ ± ۱۲.۲۵	۵۸.۵۴ ± ۱۴.۸	۶۷.۷۱ ± ۱۳.۲۳	۵۹.۰۰ ± ۱۲.۴۸	۶۱.۰۶ ± ۱۰.۴۳	۳۷.۱۹ ± ۲۲.۱۵
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۶۳.۹۱ ± ۱۲.۵۶	۶۵.۳۷ ± ۹.۴۱	۵۵.۶۱ ± ۱۵.۰۹				



نمودار ۱۵-۵. شاخص توجه به پایداری به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۵-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: البرز - تهران
- خوشه ۲: اردبیل - اصفهان - بوشهر - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - سیستان و بلوچستان - فارس - قزوین - قم - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - ایلام - مرکزی - کرمانشاه
- خوشه ۴: آذربایجان غربی - خراسان جنوبی



نمودار ۱۵-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص توجه به پایداری

۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت

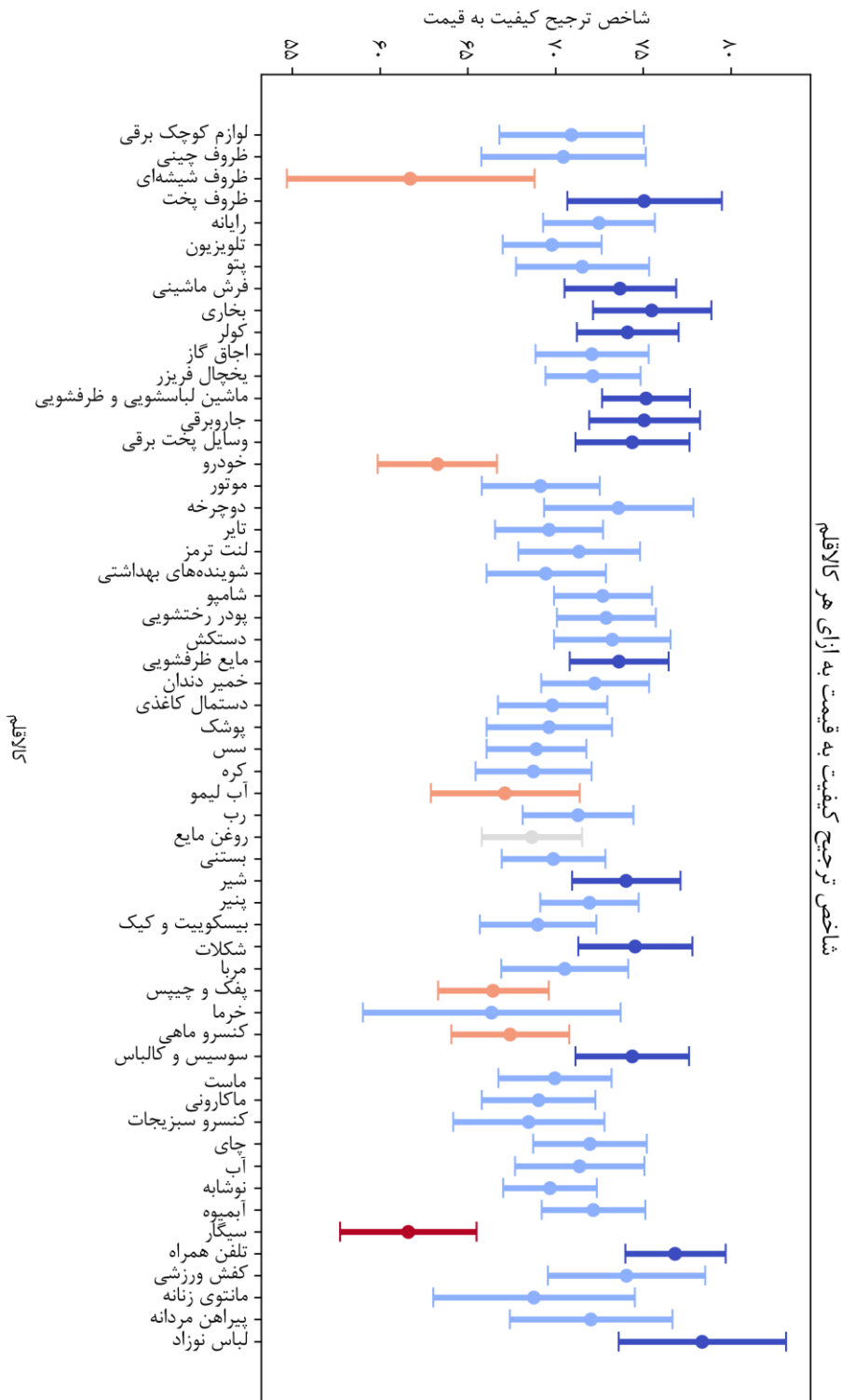
مقدار شاخص ترجیح کیفیت به قیمت کل برابر ۲.۴۵ ± ۷۰.۲۳ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص ترجیح کیفیت به قیمت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۶-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۶-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱۶-۱. شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر کالاقلم

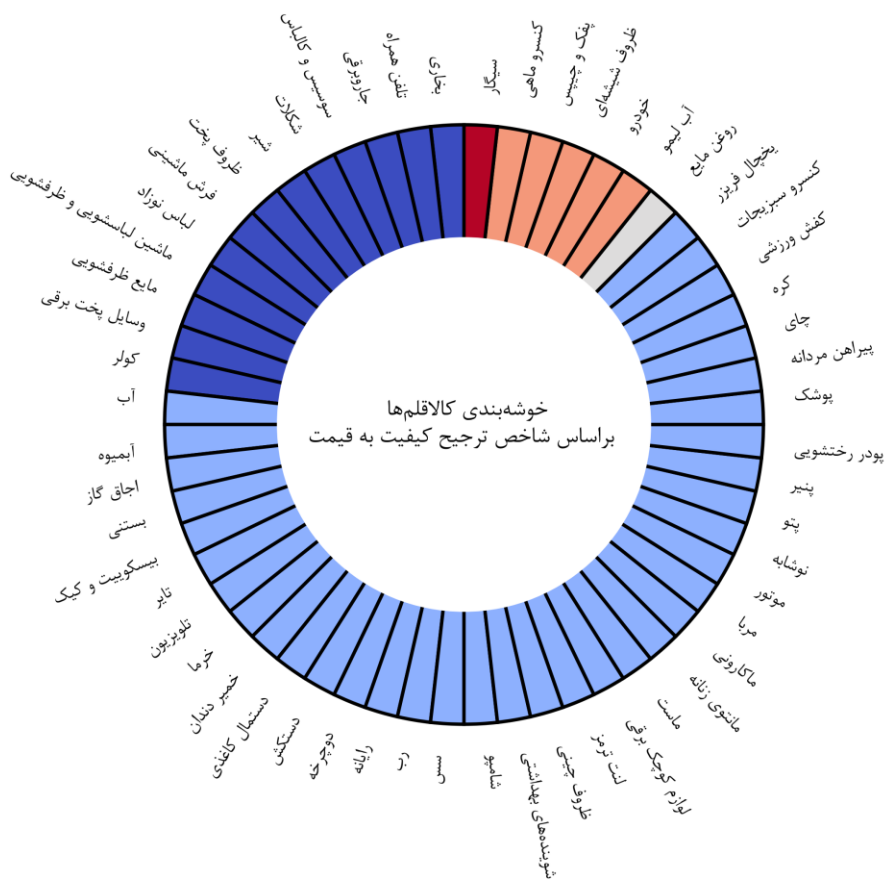
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۷۰.۹ ± ۴.۱۳	۷۰.۴۴ ± ۴.۶۹	۶۱.۷۳ ± ۷.۰۶	۷۵.۰۶ ± ۴.۴	۷۲.۴۶ ± ۳.۱۸	۶۹.۸ ± ۲.۸۳	۷۱.۵۳ ± ۳.۸
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۷۳.۶۷ ± ۳.۱۷	۷۵.۴۹ ± ۳.۳۹	۷۴.۱ ± ۲.۹	۷۲.۰۶ ± ۳.۲۲	۷۲.۱۲ ± ۲.۷	۷۵.۱۵ ± ۲.۵۲	۷۵.۰۶ ± ۳.۱۴
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۷۴.۳۶ ± ۳.۲۵	۶۳.۲۵ ± ۳.۴۱	۶۹.۱۴ ± ۳.۳۸	۷۳.۵۸ ± ۴.۲۵	۶۹.۶۲ ± ۳.۰۷	۷۱.۳۴ ± ۳.۴۶	۶۹.۴۵ ± ۳.۴
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۷۲.۶۹ ± ۲.۷۹	۷۲.۸۸ ± ۲.۸۳	۷۳.۲۲ ± ۳.۳۳	۷۳.۶۲ ± ۲.۸۱	۷۲.۲۴ ± ۳.۰۶	۶۹.۸۲ ± ۳.۱	۶۹.۶۳ ± ۳.۵۸
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۶۸.۸۹ ± ۲.۸۴	۶۸.۷۴ ± ۳.۳	۶۷.۱۲ ± ۴.۲۴	۷۱.۲۷ ± ۳.۱۶	۶۸.۶۵ ± ۲.۸۶	۶۹.۸۷ ± ۲.۹۶	۷۴.۰۲ ± ۳.۱
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کسرو ماهی
شاخص	۷۱.۹۲ ± ۲.۸	۶۸.۹۸ ± ۳.۳۲	۷۴.۵۳ ± ۳.۲۵	۷۰.۵۱ ± ۳.۶۱	۶۶.۴۴ ± ۳.۱۶	۶۶.۳۶ ± ۷.۳۳	۶۷.۴۱ ± ۳.۳۵
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۷۴.۳۶ ± ۳.۲۳	۶۹.۹۶ ± ۳.۲۴	۶۹.۰۳ ± ۳.۲۳	۶۸.۴۶ ± ۴.۳۱	۷۱.۹۵ ± ۳.۲۵	۷۱.۳۶ ± ۳.۶۸	۶۹.۶۷ ± ۲.۶۷
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۷۲.۱۵ ± ۲.۹۵	۶۱.۶ ± ۳.۸۷	۷۶.۸۲ ± ۲.۸۶	۷۴.۰۴ ± ۴.۴۸	۶۸.۷۶ ± ۵.۷۵	۷۲.۰۱ ± ۴.۶۳	۷۸.۳۵ ± ۴.۷۸



نمودار ۱۶-۱. شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر کالا قلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۶-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: بخاری - تلفن همراه - جاروبرقی - سوسیس و کالباس - شکلات - شیر - ظروف پخت - فرش ماشینی - لباس نوزاد - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - مایع ظرفشویی - وسایل پخت برقی - کولر
- خوشه ۲: آب - آبمیوه - اجاق گاز - بستنی - بیسکویت و کیک - تایر - تلویزیون - خرما - خمیر دندان - دستمال کاغذی - دستکش - دوچرخه - رایانه - رب - سس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - ظروف چینی - لنت ترمز - لوازم کوچک برقی - ماست - مانتوی زنانه - ماکارونی - مربا - موتور - نوشابه - پتو - پنیر - پودر رختشویی - پوشک - پیراهن مردانه - چای - کره - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات - یخچال فریزر
- خوشه ۳: روغن مایع
- خوشه ۴: آب لیمو - خودرو - ظروف شیشه‌ای - پفک و چیپس - کنسرو ماهی
- خوشه ۵: سیگار



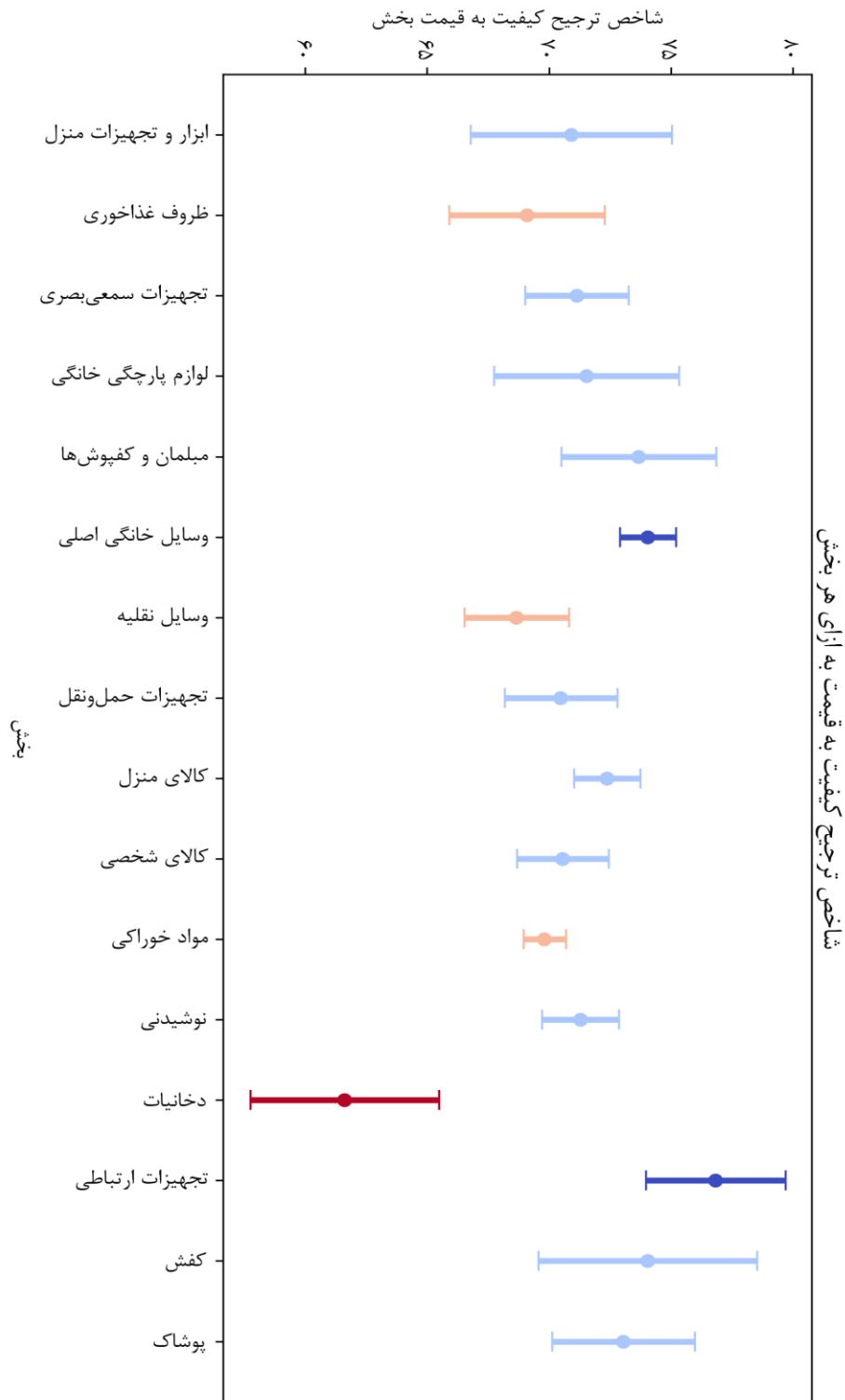
نمودار ۱۶-۲. خوشه‌بندی کالاها بر اساس شاخص ترجیح کیفیت به قیمت

۲-۷-۵ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر بخش

مقادیر شاخص ترجیح کیفیت به قیمت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۶-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۶-۲. شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر بخش

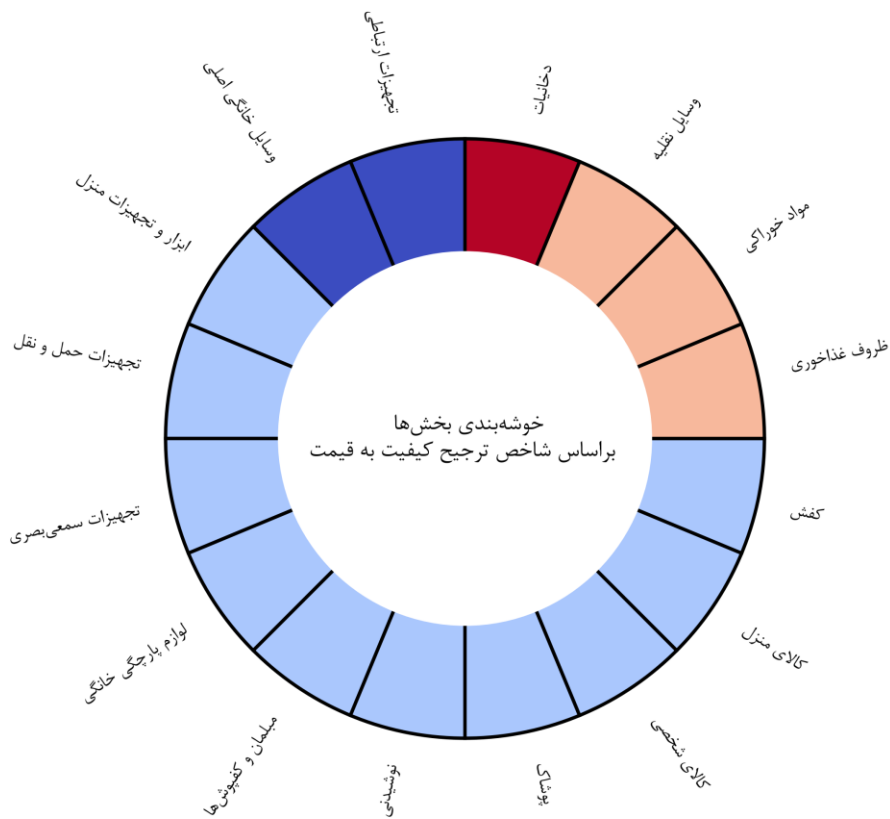
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۷۰.۹ ± ۴.۱۳	۶۹.۰۸ ± ۳.۱۸	۷۱.۱۳ ± ۲.۱۳	۷۱.۵۳ ± ۳.۷۹	۷۳.۶۷ ± ۳.۱۷	۷۴.۰۵ ± ۱.۱۴	۶۸.۶۶ ± ۲.۱۳
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۷۰.۴۸ ± ۲.۳۲	۷۲.۳۷ ± ۱.۳۶	۷۰.۵۶ ± ۱.۸۹	۶۹.۸۱ ± ۰.۸۶	۷۱.۲۸ ± ۱.۵۸	۶۱.۶ ± ۳.۸۷	۷۶.۸۲ ± ۲.۸۶
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۷۴.۰۴ ± ۴.۴۸	۷۳.۰۴ ± ۲.۹۳					



نمودار ۱۶-۳. شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۶-۴ نیز نمایش دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: تجهیزات ارتباطی - وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۲: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات حمل و نقل - تجهیزات سمعی بصری - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - نوشیدنی - پوشاک - کالای شخصی - کالای منزل - کفش
- خوشه ۳: ظروف غذاخوری - مواد خوراکی - وسایل نظفیه
- خوشه ۴: دخانیات



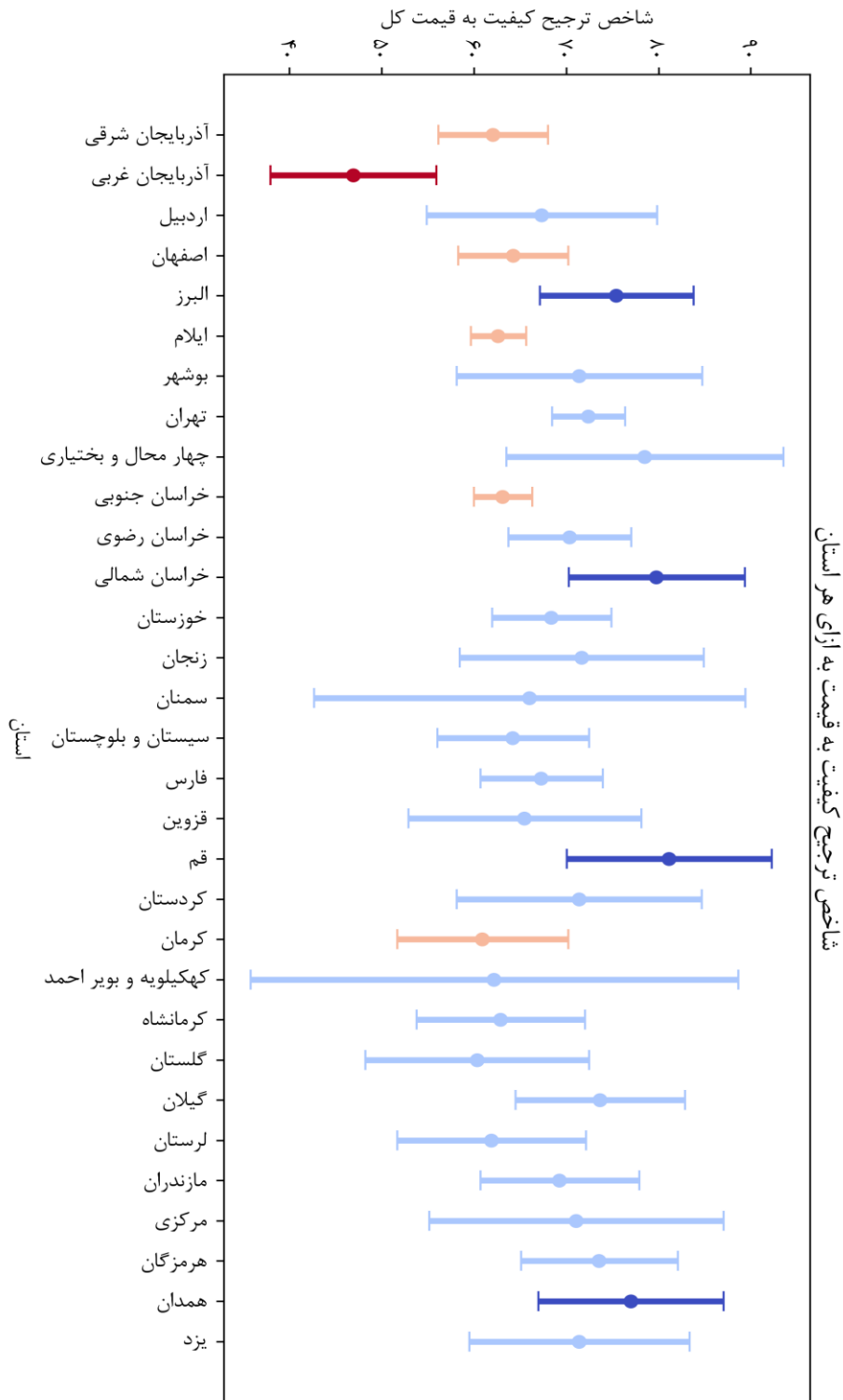
نمودار ۱۶-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص ترجیح کیفیت به قیمت

۵-۷-۳ شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر استان

مقادیر شاخص ترجیح کیفیت به قیمت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۶-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۶-۳. شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر استان

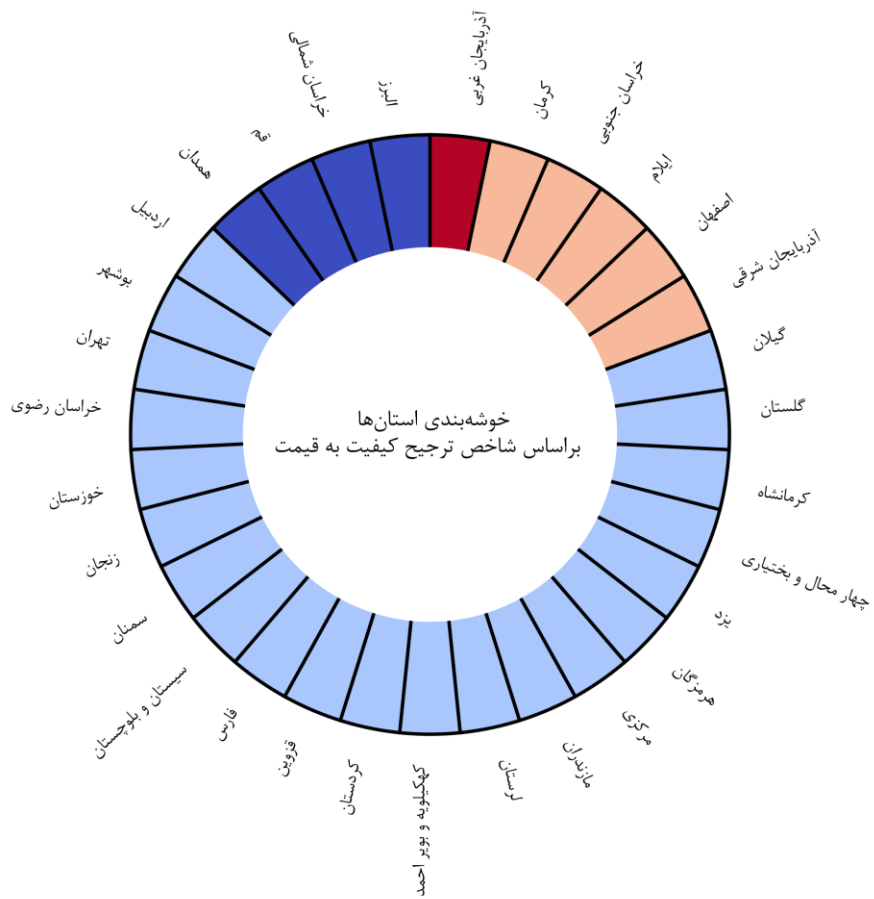
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۲.۰۳ ± ۵.۹۶	۴۶.۹ ± ۹.۰	۶۷.۳۲ ± ۱۲.۵	۶۴.۲۱ ± ۵.۹۸	۷۵.۴۲ ± ۸.۳۳	۶۲.۶۱ ± ۳.۰	۷۱.۳۹ ± ۱۳.۳۱
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۲.۳۸ ± ۳.۹۸	۷۸.۵ ± ۱۵.۰۱	۶۳.۱ ± ۳.۱۸	۷۰.۳۳ ± ۶.۶۶	۷۹.۷۷ ± ۹.۵۵	۶۸.۳۸ ± ۶.۴۵	۷۱.۶۵ ± ۱۳.۲۳
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۶۶.۰۲ ± ۲۳.۲۸	۶۴.۲ ± ۸.۲۳	۶۷.۲۸ ± ۶.۶۴	۶۵.۴۷ ± ۱۲.۶۲	۸۱.۱۱ ± ۱۱.۱۱	۷۱.۳۷ ± ۱۳.۲۷	۶۰.۹ ± ۹.۲۵
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۶۲.۱۷ ± ۲۶.۴۲	۶۲.۸۶ ± ۹.۱۵	۶۰.۳۲ ± ۱۲.۱۳	۷۳.۶۵ ± ۹.۱۷	۶۱.۸۵ ± ۱۰.۲۳	۶۹.۲۶ ± ۸.۶	۷۱.۰۴ ± ۱۵.۹۵
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۳.۵۵ ± ۸.۴۹	۷۶.۹۹ ± ۱۰.۰۴	۷۱.۳۸ ± ۱۱.۹۲				



نمودار ۱۶-۵. شاخص ترجیح کیفیت به قیمت به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۶-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: البرز - خراسان شمالی - قم - همدان
- خوشه ۲: اردبیل - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خوزستان - زنجان - سمنان - سیستان و بلوچستان - فارس - قزوین - کردستان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - اصفهان - ایلام - خراسان جنوبی - کرمان
- خوشه ۴: آذربایجان غربی



نمودار ۱۶-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص ترجیح کیفیت به قیمت

۸-۵ شاخص حسن مصرف

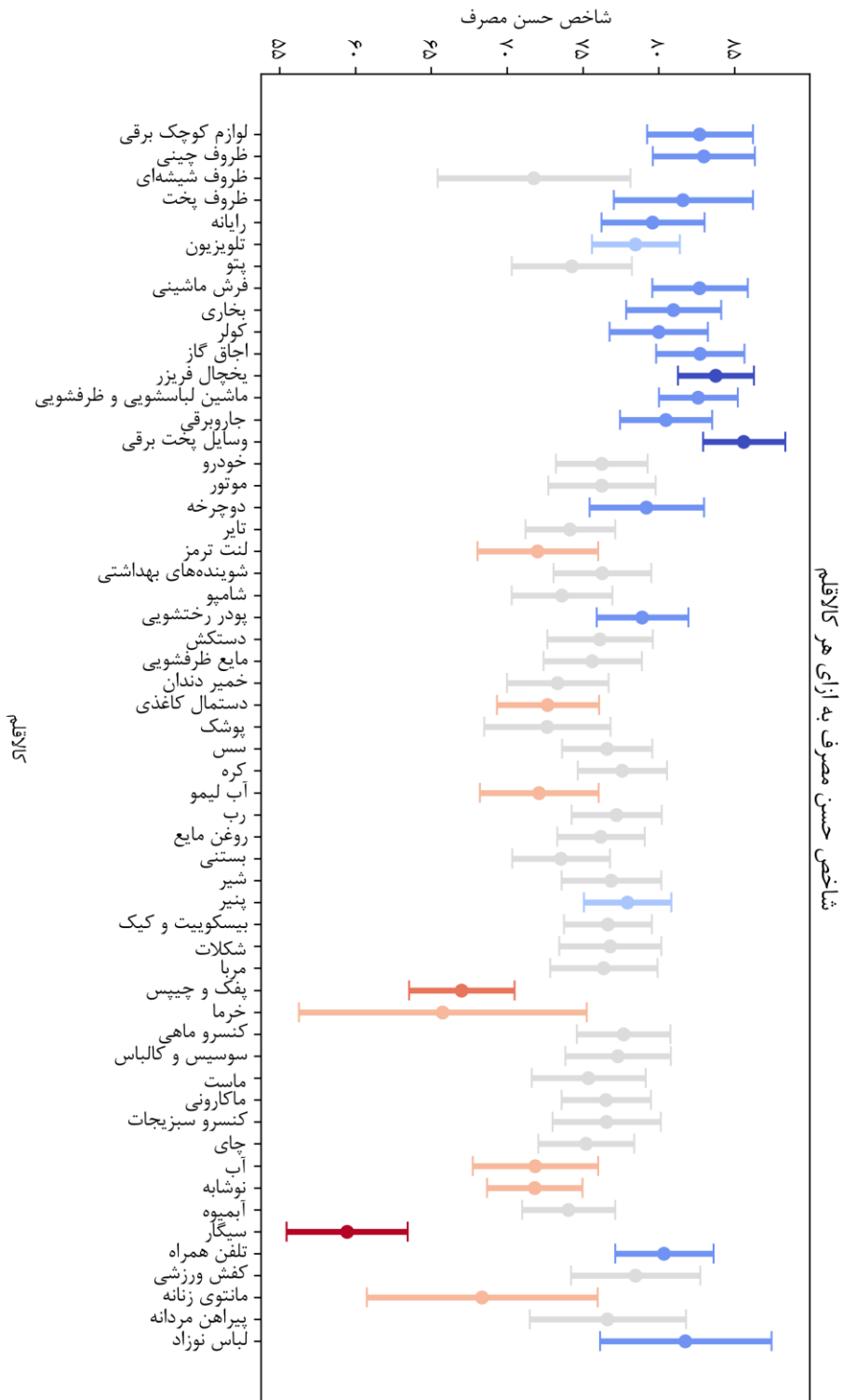
مقدار شاخص حسن مصرف کل برابر ۲.۶۳ ± ۷۵.۲۸ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۸-۵ شاخص حسن مصرف به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص حسن مصرف و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱-۱۷-۱۷ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱-۱۷-۱۷ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱-۱۷-۱. شاخص حسن مصرف به ازای هر کالاقلم

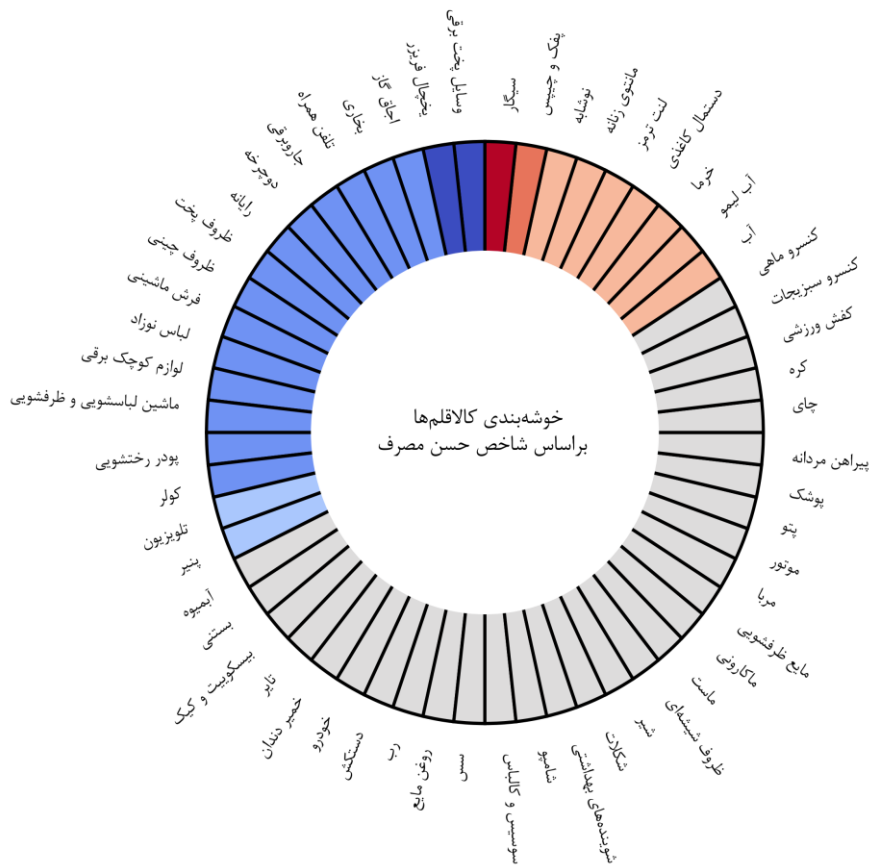
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۸۲.۶۹ ± ۳.۴۹	۸۲.۹۶ ± ۳.۳۵	۷۱.۷۶ ± ۶.۳۶	۸۱.۶ ± ۴.۵۹	۷۹.۶ ± ۳.۳۹	۷۸.۴۷ ± ۲.۹۱	۷۴.۲۵ ± ۳.۹۵
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۸۲.۷ ± ۳.۱۴	۸۰.۹۷ ± ۳.۱۴	۷۹.۹۸ ± ۳.۲۳	۸۲.۷۱ ± ۲.۹۲	۸۳.۷۵ ± ۲.۵۲	۸۲.۶ ± ۲.۶۱	۸۰.۴۷ ± ۳.۰۲
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	شوینده‌های بهداشتی
شاخص	۸۵.۶۱ ± ۲.۷۱	۷۶.۲۲ ± ۳.۰۲	۷۶.۲۳ ± ۳.۵۴	۷۹.۱۹ ± ۳.۷۹	۷۴.۱۵ ± ۲.۹۶	۷۲.۰ ± ۳.۹۸	۷۶.۲۶ ± ۳.۲۴
کالا قلم	شامپو	پودر رختشویی	دستکش	مایع ظرفشویی	خمیر دندان	دستمال کاغذی	پوشک
شاخص	۷۳.۶۱ ± ۳.۲	۷۸.۹۱ ± ۳.۰۱	۷۶.۱۲ ± ۳.۴۸	۷۵.۶۲ ± ۳.۲۳	۷۳.۳۲ ± ۳.۳۴	۷۲.۶۸ ± ۳.۳۷	۷۲.۶۳ ± ۴.۱۶
کالا قلم	سس	کره	آب لیمو	رب	روغن مایع	بستنی	شیر
شاخص	۷۶.۵۸ ± ۲.۹۸	۷۷.۵۷ ± ۲.۹۴	۷۲.۱۱ ± ۳.۹۱	۷۷.۲ ± ۲.۹۹	۷۶.۱۷ ± ۲.۸۸	۷۳.۵۵ ± ۳.۲۲	۷۶.۸۶ ± ۳.۲۹
کالا قلم	پنیر	بیسکویت و کیک	شکلات	مربا	پفک و چیپس	خرما	کنسرو ماهی
شاخص	۷۷.۹۲ ± ۲.۸۷	۷۶.۶۳ ± ۲.۹	۷۶.۷۹ ± ۳.۳۷	۷۶.۴۶ ± ۳.۵۳	۶۶.۹۹ ± ۳.۴۸	۶۵.۷۴ ± ۹.۴۸	۷۷.۶۷ ± ۳.۰۹
کالا قلم	سوسیس و کالباس	ماست	ماکارونی	کنسرو سبزیجات	چای	آب	نوشابه
شاخص	۷۷.۲۹ ± ۳.۴۷	۷۵.۳۶ ± ۳.۷۶	۷۶.۵۲ ± ۲.۹۴	۷۶.۵۵ ± ۳.۵۷	۷۵.۲۱ ± ۳.۱۶	۷۱.۸۵ ± ۴.۱۱	۷۱.۸۱ ± ۳.۱۳
کالا قلم	آبمیوه	سیگار	تلفن همراه	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد
شاخص	۷۴.۰۴ ± ۳.۰۵	۵۹.۴۴ ± ۴.۰۱	۸۰.۳۵ ± ۳.۲۶	۷۸.۴۶ ± ۴.۲۶	۶۸.۳۴ ± ۷.۶۲	۷۶.۶۲ ± ۵.۱۵	۸۱.۷۶ ± ۵.۶۶



نمودار ۱۷-۱. شاخص حسن مصرف به ازای هر کالاقلم

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: وسایل پخت برقی - یخچال فریزر
- خوشه ۲: اجاق گاز - بخاری - تلفن همراه - جاروبرقی - دوچرخه - رایانه - ظروف پخت - ظروف چینی - فرش ماشینی - لباس نوزاد - لوازم کوچک برقی - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - پودر رختشویی - کولر
- خوشه ۳: تلویزیون - پنیر
- خوشه ۴: آبیوه - بستنی - بیسکویت و کیک - تاپر - خمیر دندان - خودرو - دستکش - رب - روغن مایع - سس - سوسیس و کالباس - شامپو - شوینده‌های بهداشتی - شکلات - شیر - ظروف شیشه‌ای - ماست - ماکارونی - مایع ظرفشویی - مربا - موتور - پتو - پوشک - پیراهن مردانه - چای - کره - کفش ورزشی - کنسرو سبزیجات - کنسرو ماهی
- خوشه ۵: آب - آب لیمو - خرما - دستمال کاغذی - لنت ترمز - مانتوی زنانه - نوشابه
- خوشه ۶: پفک و چیپس
- خوشه ۷: سیگار



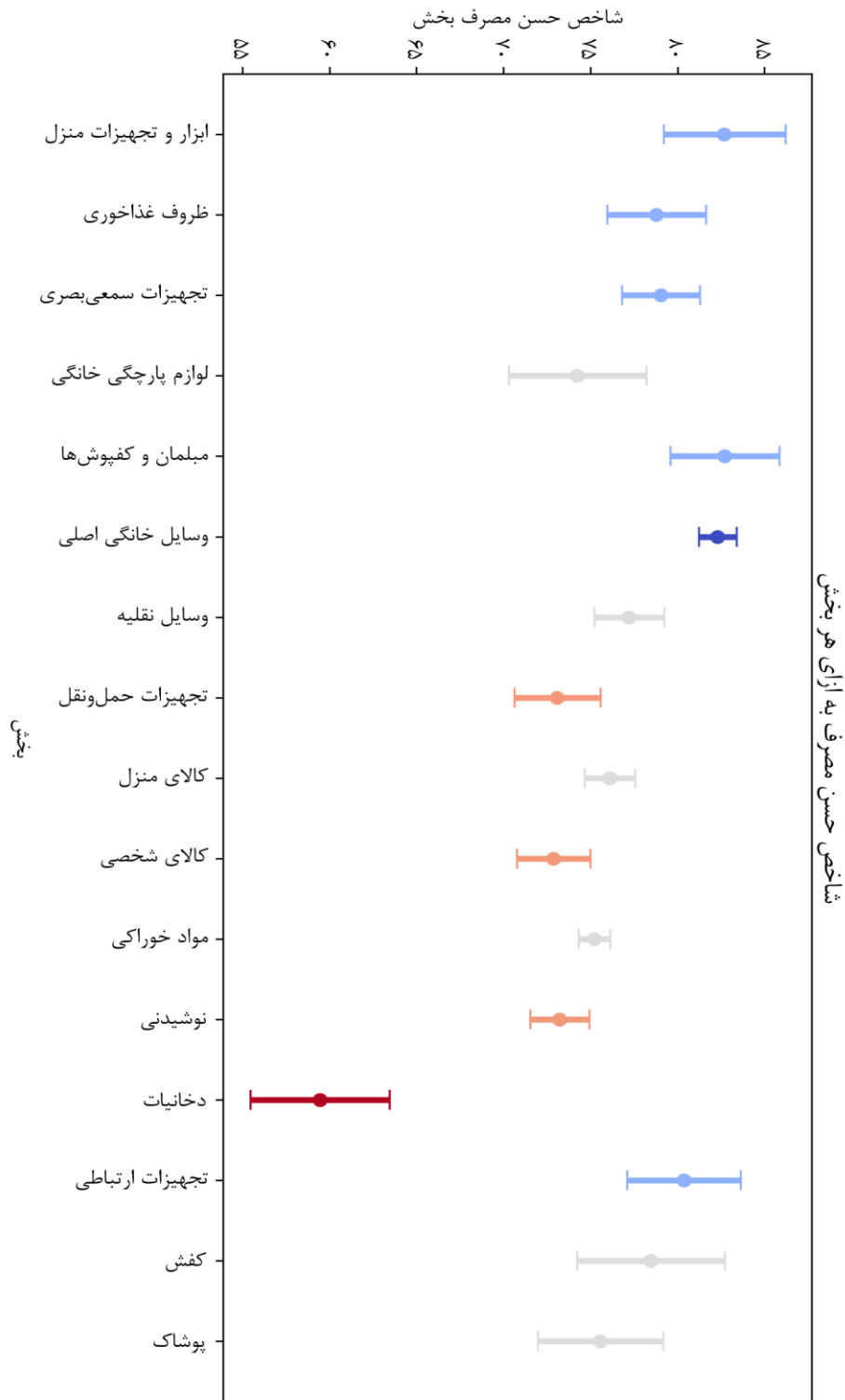
نمودار ۱۷-۲. خوشه‌بندی کالاها بر اساس شاخص حسن مصرف

۲-۸-۵ شاخص حسن مصرف به ازای هر بخش

مقدار شاخص حسن مصرف به ازای هر بخش به همراه بازه‌ی اطمینان آن به شرح زیر است. نمودار ۱۷-۳ نیز مقادیر این شاخص را نمایش می‌دهد.

جدول ۱۷-۲. شاخص حسن مصرف به ازای هر بخش

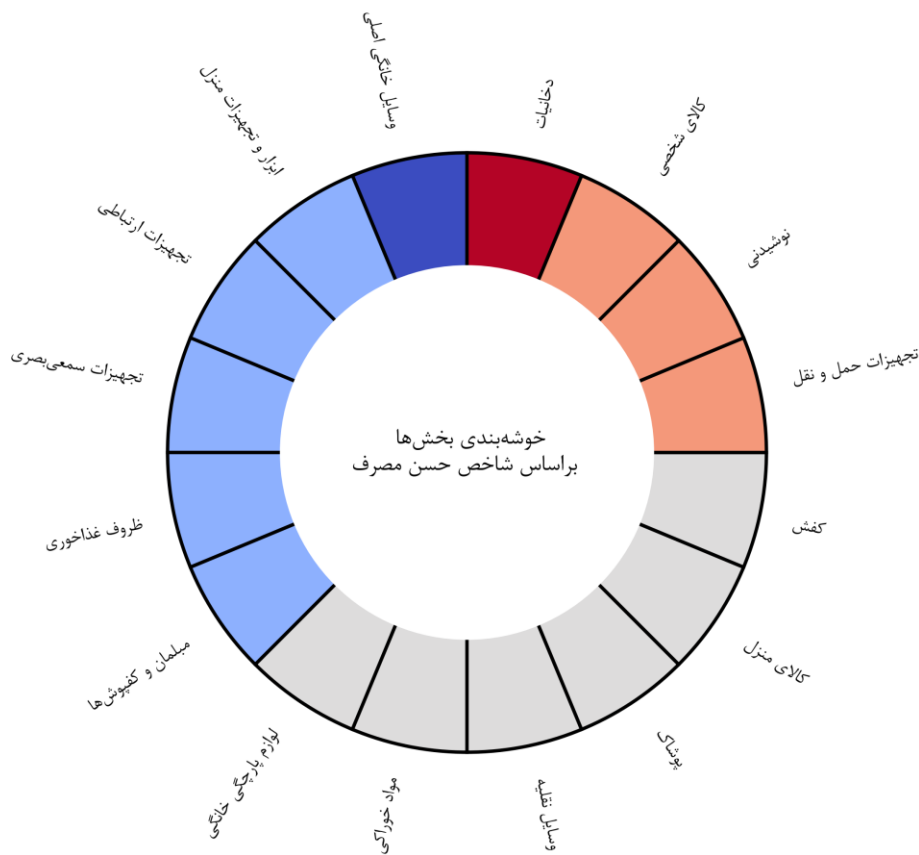
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۸۲.۶۹ ± ۳.۴۹	۷۸.۷۷ ± ۲.۸۴	۷۹.۰۴ ± ۲.۲۳	۷۴.۲۵ ± ۳.۹۵	۸۲.۷ ± ۳.۱۴	۸۲.۳ ± ۱.۰۹	۷۷.۲۱ ± ۲.۰
بخش	تجهیزات حمل و نقل	کالای منزل	کالای شخصی	مواد خوراکی	نوشیدنی	دخانیات	تجهیزات ارتباطی
شاخص	۷۳.۰۸ ± ۲.۴۷	۷۶.۱ ± ۱.۴۶	۷۲.۸۸ ± ۲.۱	۷۵.۲۱ ± ۰.۹۲	۷۳.۲۳ ± ۱.۶۹	۵۹.۴۴ ± ۴.۰۱	۸۰.۳۵ ± ۳.۲۶
بخش	کفش	پوشاک					
شاخص	۷۸.۴۶ ± ۴.۲۶	۷۵.۵۷ ± ۳.۶					



نمودار ۱۷-۳. شاخص حسن مصرف به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۴-۷ نیز نمایش دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۲: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات ارتباطی - تجهیزات سمعی بصری - ظروف غذاخوری - مبلمان و کفپوش‌ها
- خوشه ۳: لوازم پارچگی خانگی - مواد خوراکی - وسایل نقلیه - پوشاک - کالای منزل - کفش
- خوشه ۴: تجهیزات حمل و نقل - نوشیدنی - کالای شخصی
- خوشه ۵: دخانیات



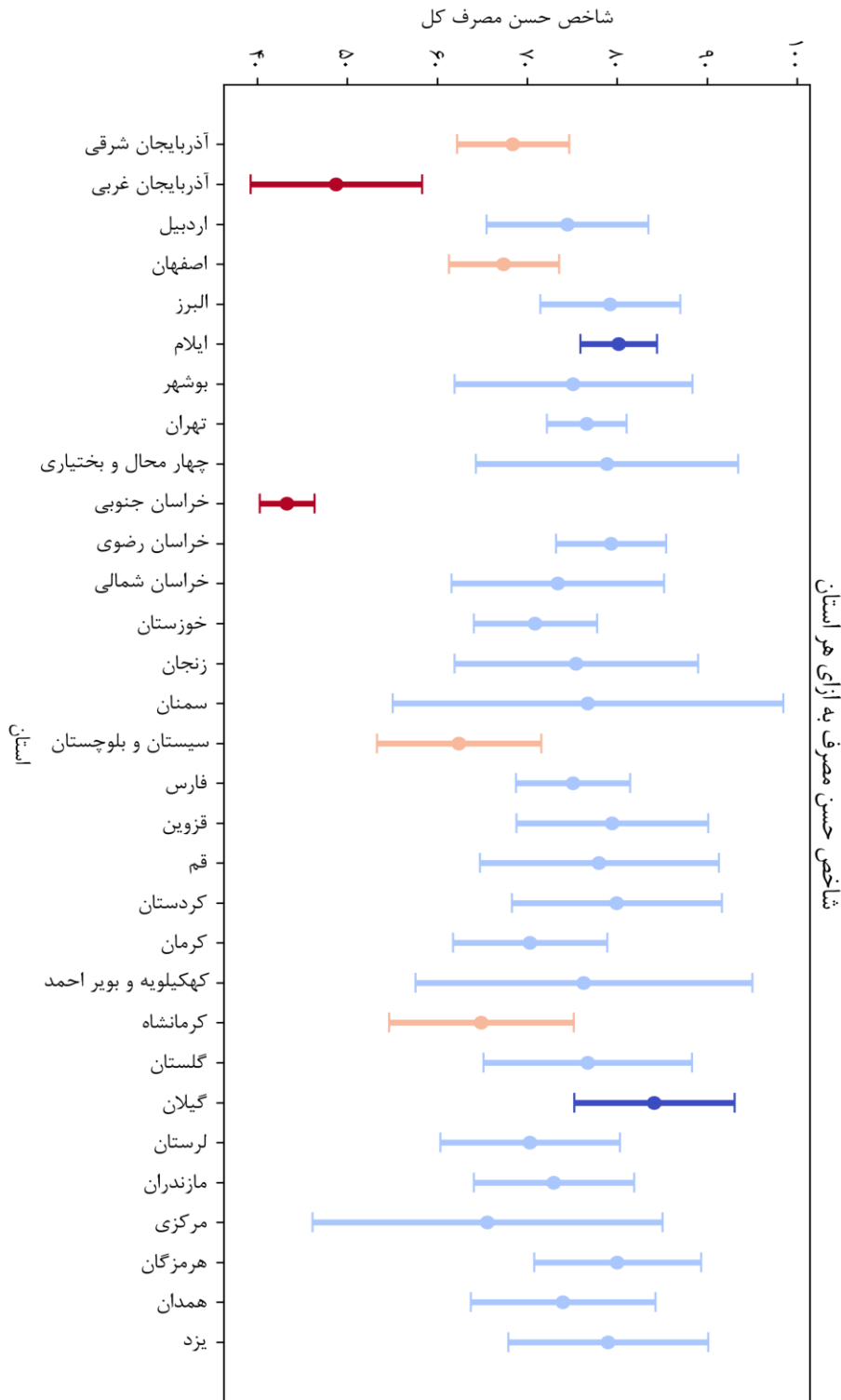
نمودار ۱۷-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص حسن مصرف

۵-۸-۳ شاخص حسن مصرف به ازای هر استان

مقدار شاخص حسن مصرف به ازای هر استان به همراه بازه‌ی اطمینان آن به شرح زیر است. نمودار ۱۷-۵ نیز این مقادیر را نمایش می‌دهد.

جدول ۱۷-۳. شاخص حسن مصرف به ازای هر استان

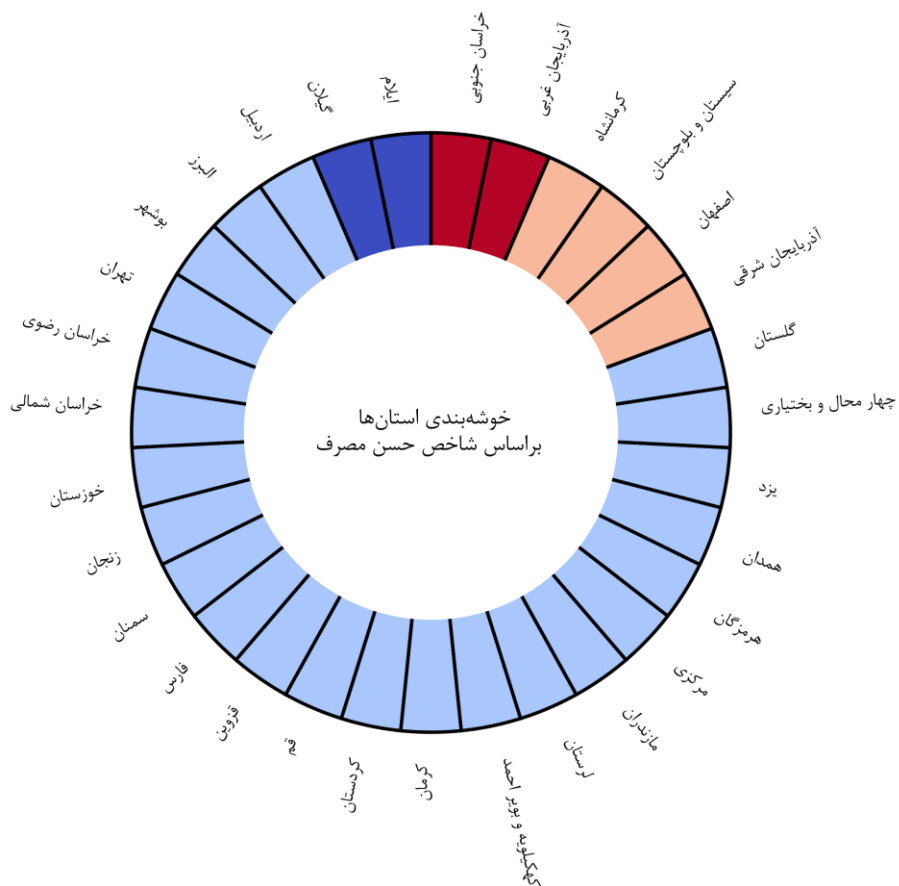
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۶۸.۳۷ ± ۶.۲۳	۴۸.۷۵ ± ۹.۵۳	۷۴.۴۳ ± ۸.۹۸	۶۷.۳۷ ± ۶.۱۲	۷۹.۱۸ ± ۷.۷۸	۸۰.۱۲ ± ۴.۲۷	۷۵.۰۸ ± ۱۳.۲۳
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۶.۵۸ ± ۴.۴۳	۷۸.۸۳ ± ۱۴.۵۸	۴۳.۲۷ ± ۳.۰۲	۷۹.۲۸ ± ۶.۱۲	۷۳.۳۵ ± ۱۱.۸	۷۰.۸۵ ± ۶.۸۴	۷۵.۴۲ ± ۱۳.۵۴
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۷۶.۷ ± ۲۱.۷۲	۶۲.۳۹ ± ۹.۱۵	۷۵.۰۴ ± ۶.۳۷	۷۹.۴۱ ± ۱۰.۶۶	۷۷.۹۶ ± ۱۳.۲۹	۷۹.۹۱ ± ۱۱.۶۶	۷۰.۲۸ ± ۸.۵۵
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۷۶.۲۳ ± ۱۸.۷۲	۶۴.۸۶ ± ۱۰.۲۵	۷۶.۶۸ ± ۱۱.۶	۸۴.۰۸ ± ۸.۹	۷۰.۲۸ ± ۱۰.۰	۷۲.۹۴ ± ۸.۹	۶۵.۵۵ ± ۱۹.۴۶
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۸۰.۰ ± ۹.۲۵	۷۳.۹۴ ± ۱۰.۲۷	۷۸.۹۴ ± ۱۱.۱۱				



نمودار ۱۷-۵. شاخص حسن مصرف به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۷-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ایلام - گیلان
- خوشه ۲: اردبیل - البرز - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - فارس - قزوین - قم - کردستان - کرمان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - گلستان
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی - اصفهان - سیستان و بلوچستان - کرمانشاه
- خوشه ۴: آذربایجان غربی - خراسان جنوبی



نمودار ۱۷-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص حسن مصرف

۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی

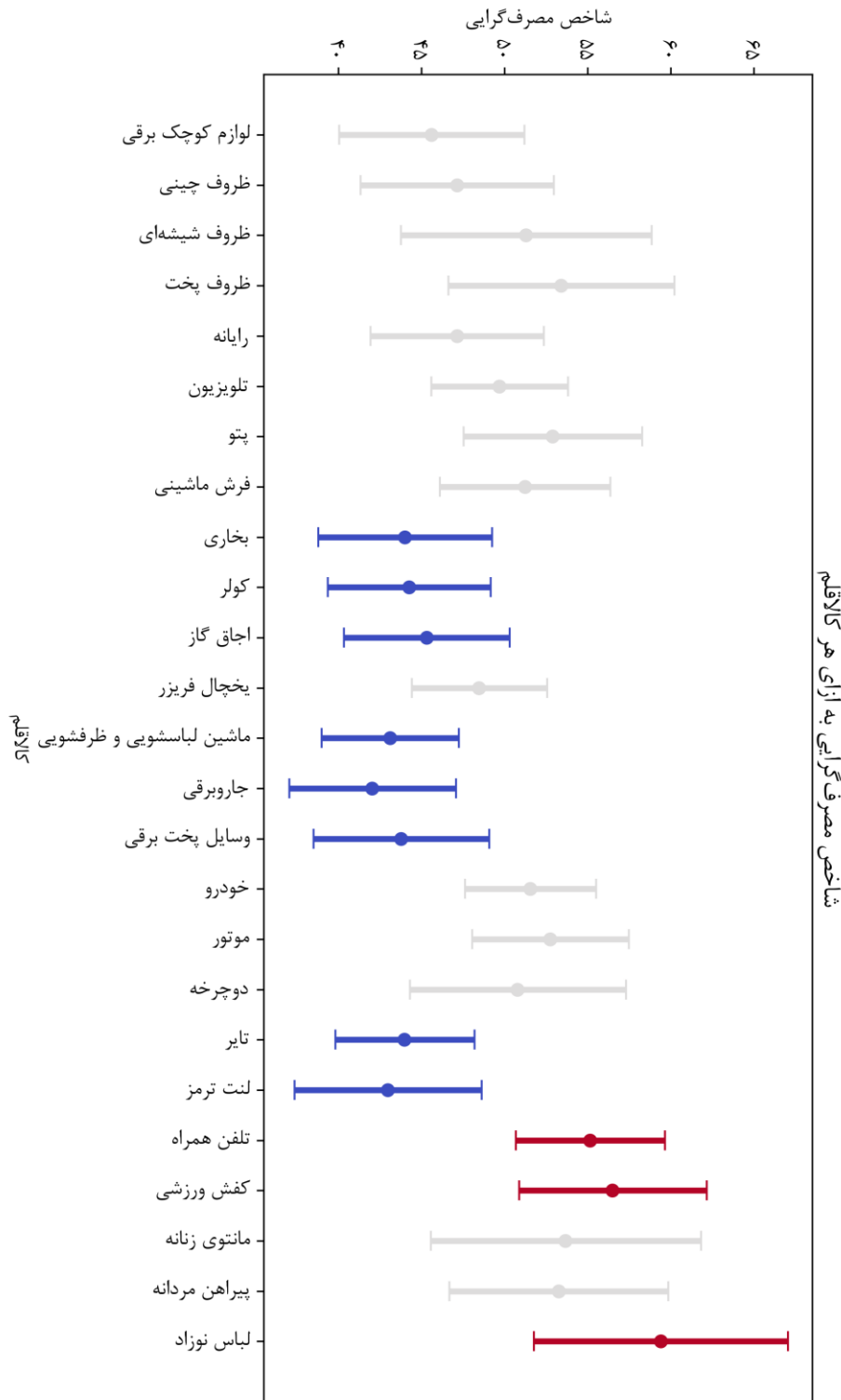
مقدار شاخص مصرف‌گرایی کل برابر 0.82 ± 13.64 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند. توجه کنید این شاخص برای بخش‌های کالای منزل، کالای شخصی، موادخوراکی، نوشیدنی و دخانیات و اقلام مرتبط محاسبه نمی‌شود.

۱-۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر کالاقلم

مقدار شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر کالاقلم به همراه بازه‌ی اطمینان آن به شرح زیر است. نمودار ۱-۱۸ نیز این مقادیر را نمایش می‌دهد.

جدول ۱-۱۸. شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر کالاقلم

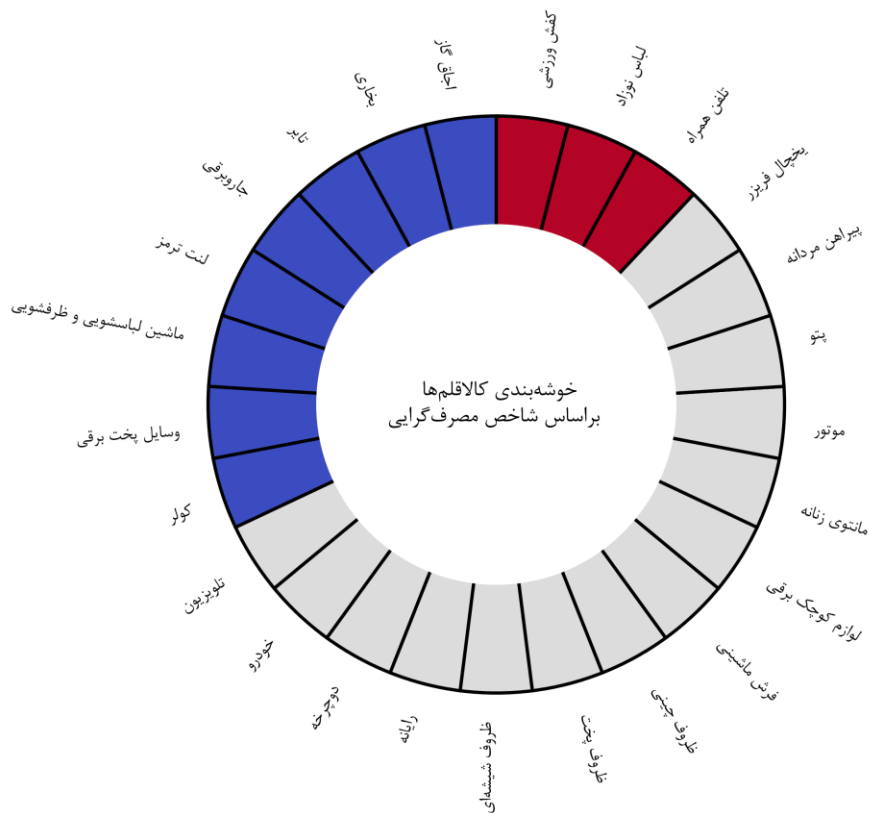
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	45.6 ± 5.56	47.14 ± 5.81	51.29 ± 7.54	53.39 ± 6.79	47.14 ± 5.2	49.69 ± 4.11	52.89 ± 5.36
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	51.22 ± 5.14	44.01 ± 5.23	44.25 ± 4.91	45.31 ± 5.0	48.47 ± 4.06	43.11 ± 4.13	42.04 ± 5.0
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	تلفن همراه
شاخص	43.78 ± 5.3	51.55 ± 3.94	52.75 ± 4.72	50.78 ± 6.49	43.98 ± 4.19	42.97 ± 5.62	55.15 ± 4.48
کالا قلم	کفش ورزشی	مانتوی زنانه	پیراهن مردانه	لباس نوزاد			
شاخص	56.5 ± 5.65	53.67 ± 8.12	53.25 ± 6.58	59.39 ± 7.64			



نمودار ۱۸-۱. شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی‌شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۸-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: اجاق گاز - بخاری - تاپر - جاروبرقی - لنت ترمز - ماشین لباسشویی و ظرفشویی - وسایل پخت برقی - کولر
- خوشه ۲: تلویزیون - خودرو - دوچرخه - رایانه - ظروف شیشه‌ای - ظروف پخت - فرش ماشینی - لوازم کوچک برقی - مانتوی زنانه - موتور - پتو - پیراهن مردانه - یخچال فریزر
- خوشه ۳: تلفن همراه - لباس نوزاد - کفش ورزشی



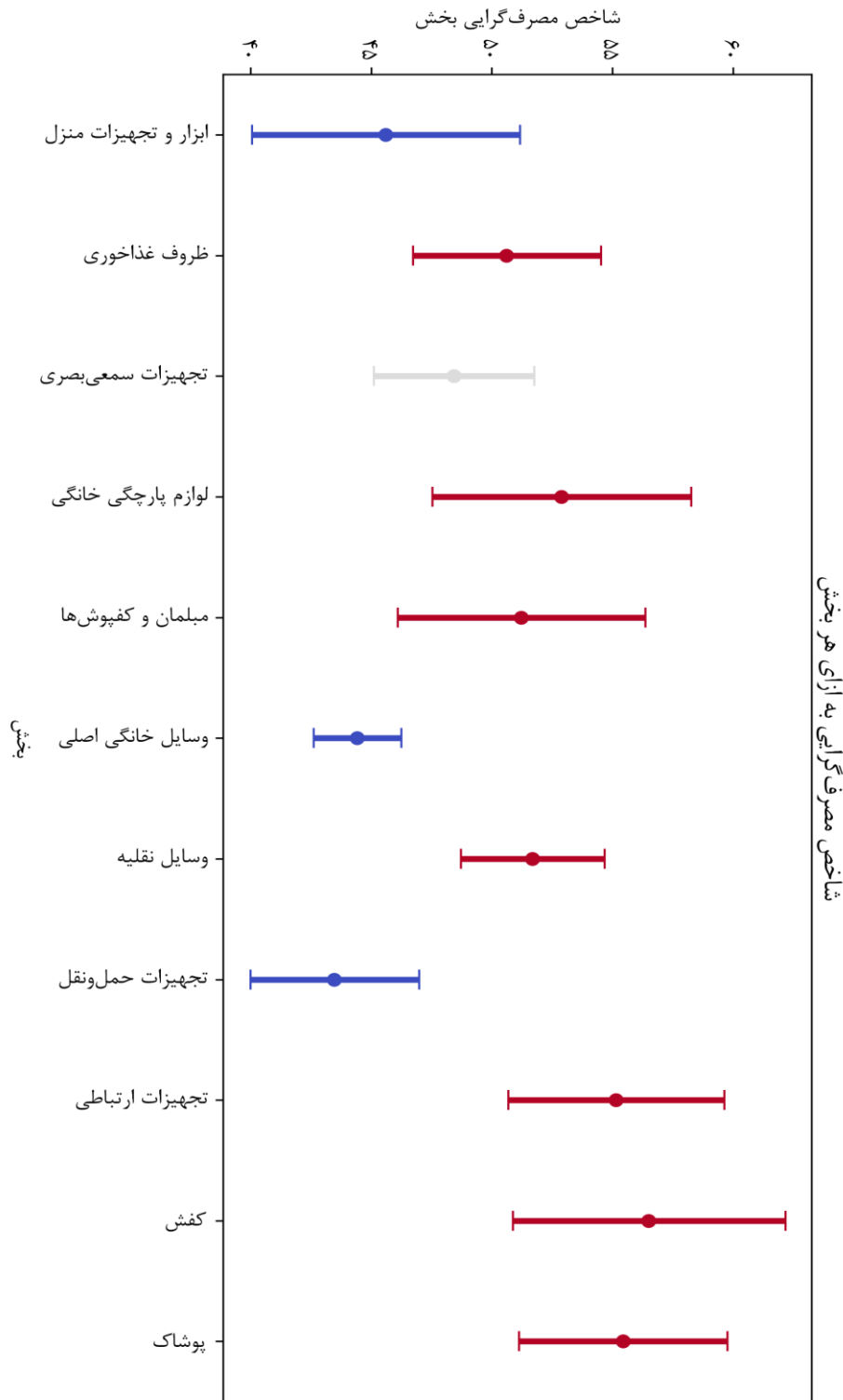
نمودار ۱۸-۲. خوشه‌بندی کالاها براساس شاخص مصرف‌گرایی

۲-۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر بخش

مقادیر شاخص مصرف‌گرایی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۸-۳ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۸-۲. شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر بخش

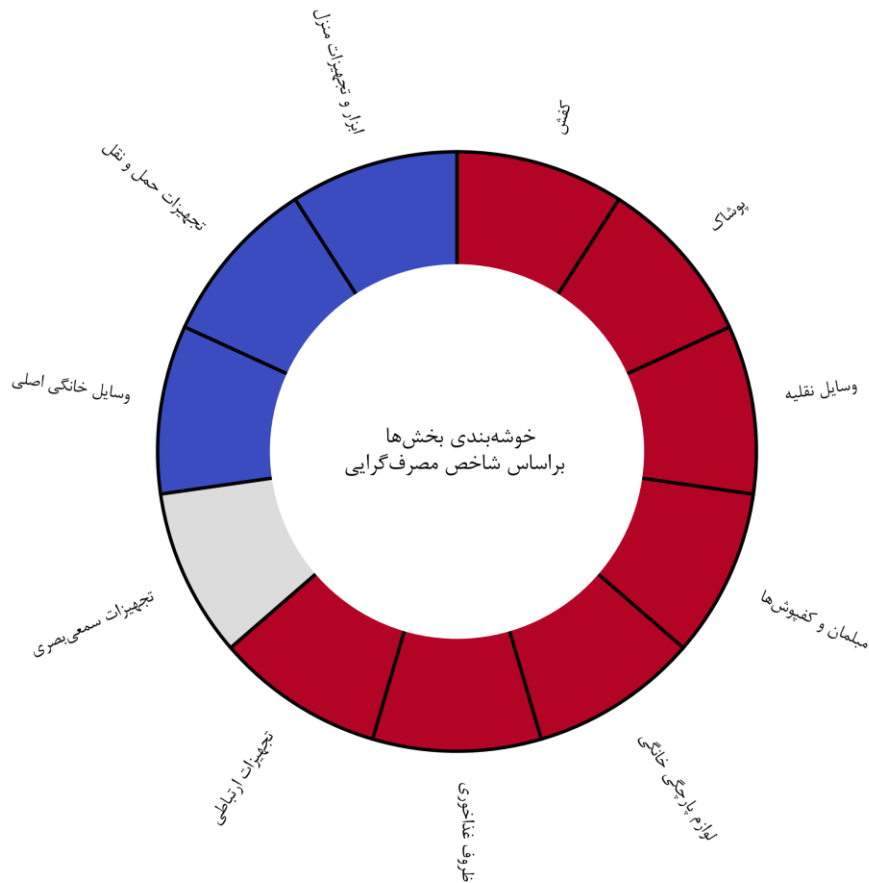
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی‌بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبل‌مان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۴۵.۶ ± ۵.۵۶	۵۰.۶۱ ± ۳.۹	۴۸.۴۲ ± ۳.۳۱	۵۲.۸۹ ± ۵.۳۶	۵۱.۲۲ ± ۵.۱۴	۴۴.۴۲ ± ۱.۸۳	۵۱.۶۹ ± ۲.۹۸
بخش	تجهیزات حمل‌ونقل	تجهیزات ارتباطی	کفش	پوشاک			
شاخص	۴۳.۴۷ ± ۳.۵۱	۵۵.۱۵ ± ۴.۴۸	۵۶.۵ ± ۵.۶۵	۵۵.۴۴ ± ۴.۳۱			



نمودار ۱۸-۳. شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۸-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات حمل‌ونقل - وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۲: تجهیزات سمعی‌بصری
- خوشه ۳: تجهیزات ارتباطی - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - مبلمان و کفپوش‌ها - وسایل نقلیه - پوشاک - کفش



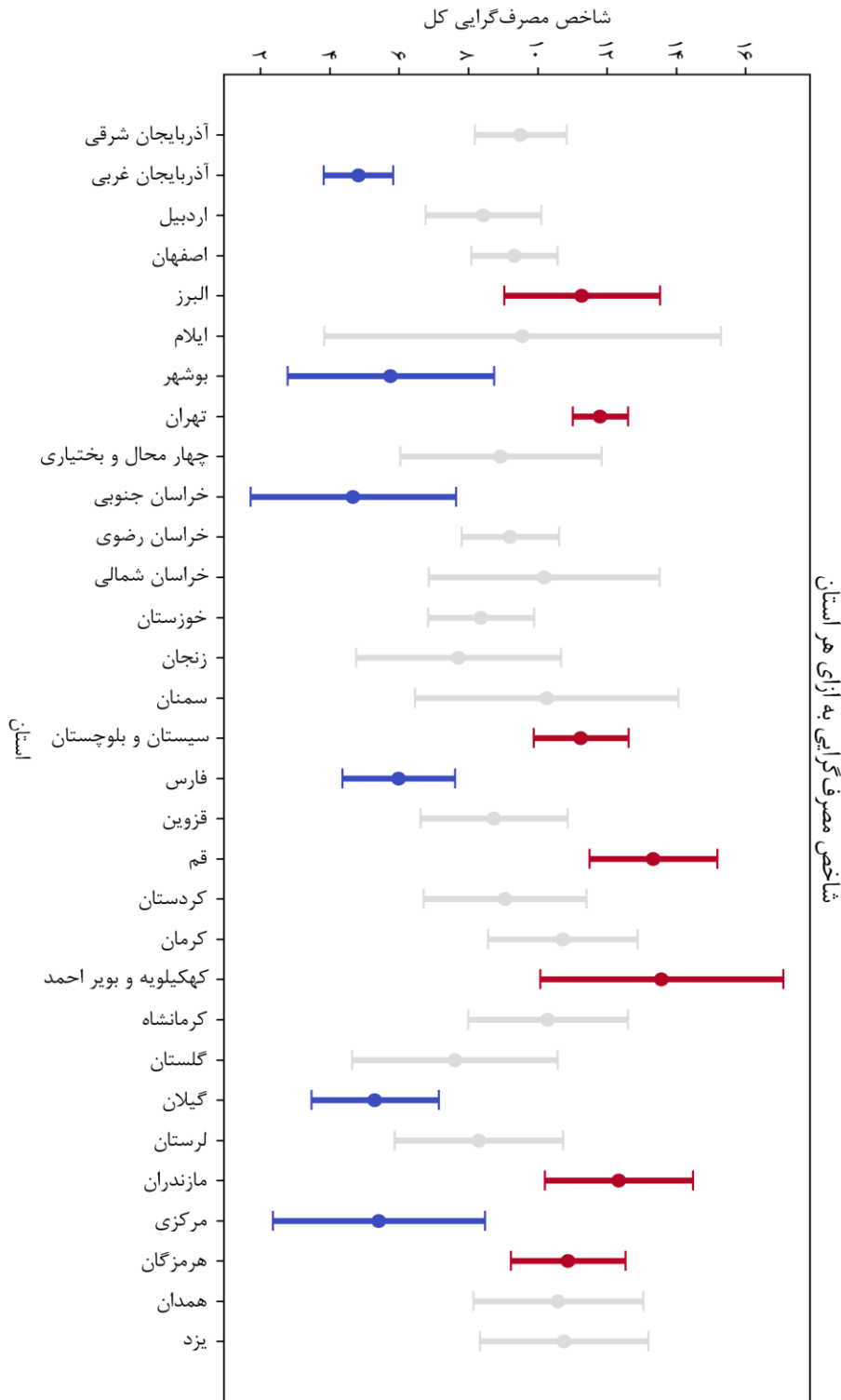
نمودار ۱۸-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص مصرف‌گرایی

۳-۹-۵ شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر استان

مقادیر شاخص مصرف‌گرایی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۸-۵ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۸-۳. شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر استان

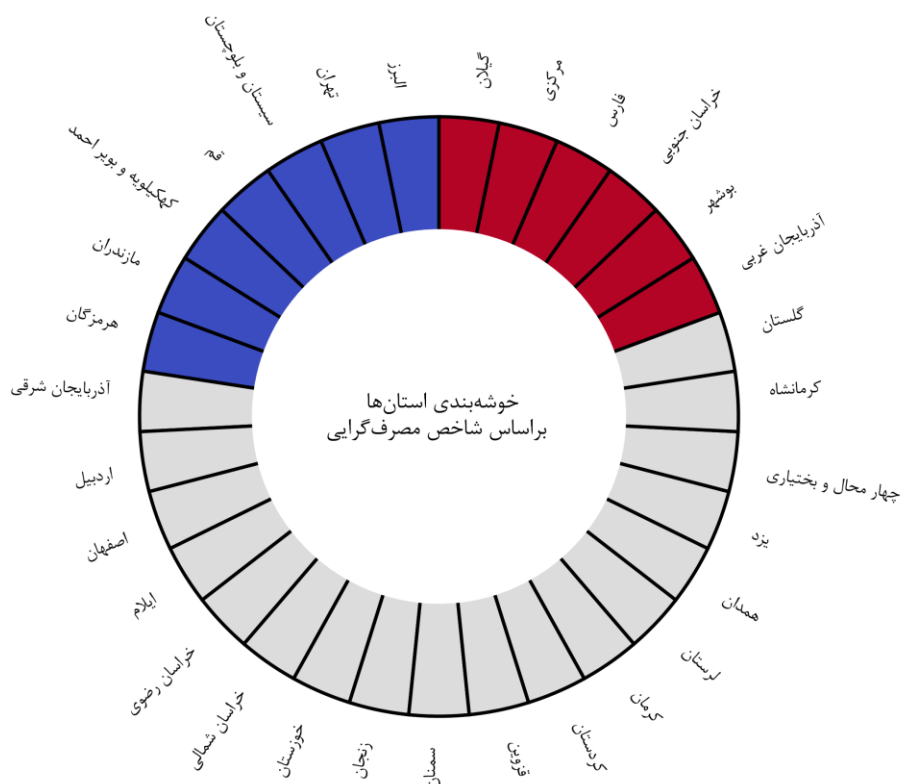
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۹.۵ ± ۱.۳۳	۴.۸۲ ± ۱.۰	۸.۴۳ ± ۱.۶۷	۹.۳۲ ± ۱.۲۵	۱۱.۲۷ ± ۲.۲۵	۹.۵۵ ± ۵.۷۲	۵.۷۵ ± ۲.۹۸
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۱۱.۸ ± ۰.۸	۸.۹۳ ± ۲.۹	۴.۶۷ ± ۲.۹۶	۹.۲ ± ۱.۴۱	۱۰.۱۸ ± ۳.۳۳	۸.۳۶ ± ۱.۵۳	۷.۷۱ ± ۲.۹۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۱۰.۲۵ ± ۳.۸	۱۱.۲۴ ± ۱.۳۷	۵.۹۸ ± ۱.۶۳	۸.۷۳ ± ۲.۱۲	۱۳.۳۳ ± ۱.۸۴	۹.۰۵ ± ۲.۳۵	۱۰.۷۲ ± ۲.۱۶
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۱۳.۵۷ ± ۳.۵۱	۱۰.۲۹ ± ۲.۳۱	۷.۶ ± ۲.۹۶	۵.۳ ± ۱.۸۴	۸.۳ ± ۲.۴۳	۱۲.۳۳ ± ۲.۱۴	۵.۴۱ ± ۳.۰۶
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۱۰.۸۷ ± ۱.۶۵	۱۰.۵۸ ± ۲.۴۵	۱۰.۷۵ ± ۲.۴۳				



نمودار ۱۸-۵. شاخص مصرف‌گرایی به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی‌شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۸-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: آذربایجان غربی - بوشهر - خراسان جنوبی - فارس - مرکزی - گیلان
- خوشه ۲: آذربایجان شرقی - اردبیل - اصفهان - ایلام - خراسان رضوی - خراسان شمالی - خوزستان - زنجان - سمنان - قزوین - کردستان - کرمان - لرستان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - کرمانشاه - گلستان
- خوشه ۳: البرز - تهران - سیستان و بلوچستان - قم - کهگیلویه و بویراحمد - مازندران - هرمزگان



نمودار ۱۸-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص مصرف‌گرایی

۵-۱۰ شاخص توجه به خدمات پس از فروش

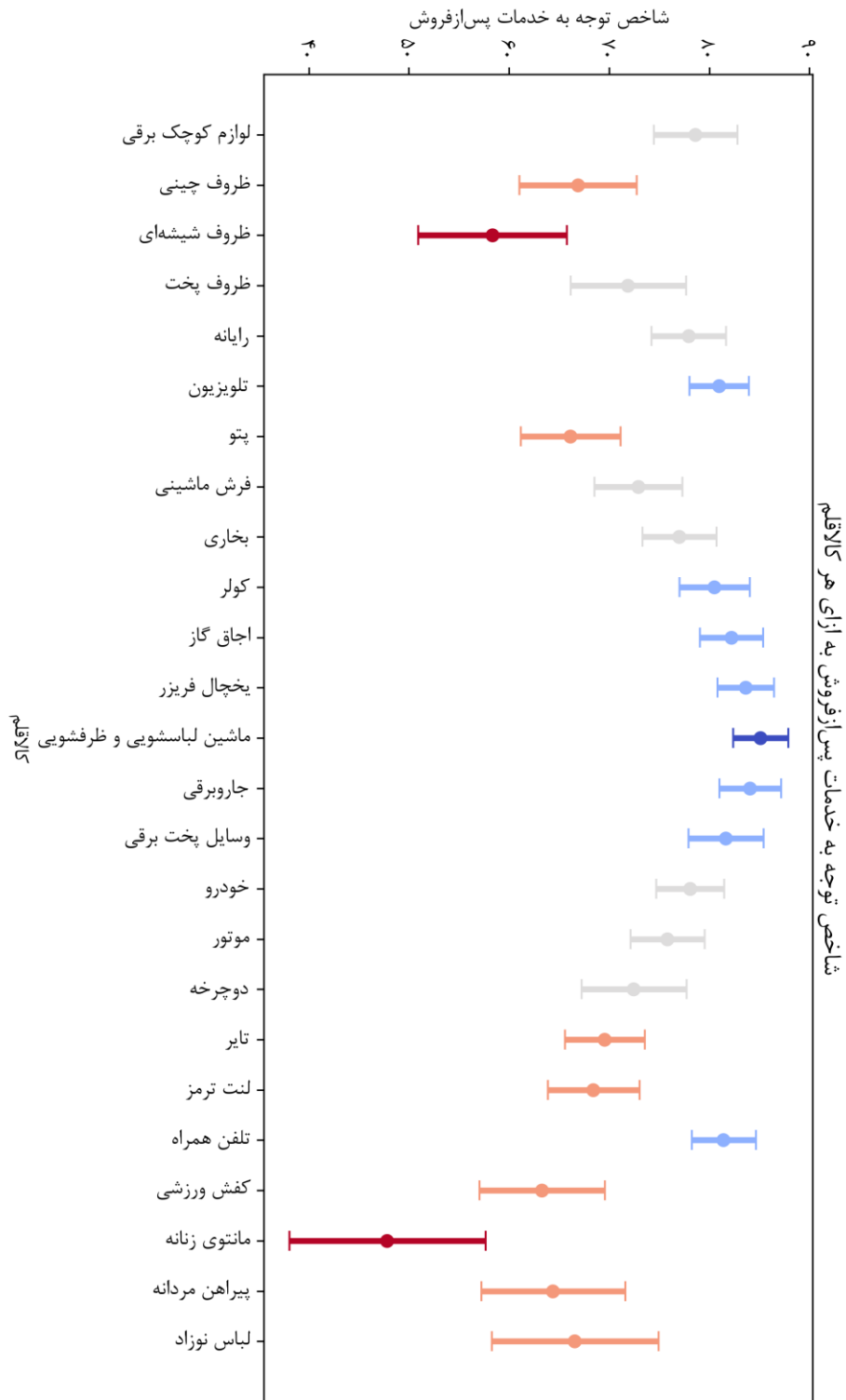
مقدار شاخص توجه به خدمات پس از فروش کل برابر ۲۳.۳۷ ± ۷۲.۵۱ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک کالاقلم، بخش و استان می‌توانید در جداول و نمودارهای زیر مشاهده کنید. ضمناً برای هر سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند. توجه کنید این شاخص برای بخش‌های کالای منزل، کالای شخصی، موادخوراکی، نوشیدنی و دخانیات و اقلام مرتبط محاسبه نمی‌شود.

۵-۱۰-۱ شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر کالاقلم

مقادیر شاخص توجه به خدمات پس از فروش و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر کالاقلم در جدول ۱۹-۱ ارائه شده است. مقادیر این شاخص در نمودار ۱۹-۱ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۹-۱. شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر کالاقلم

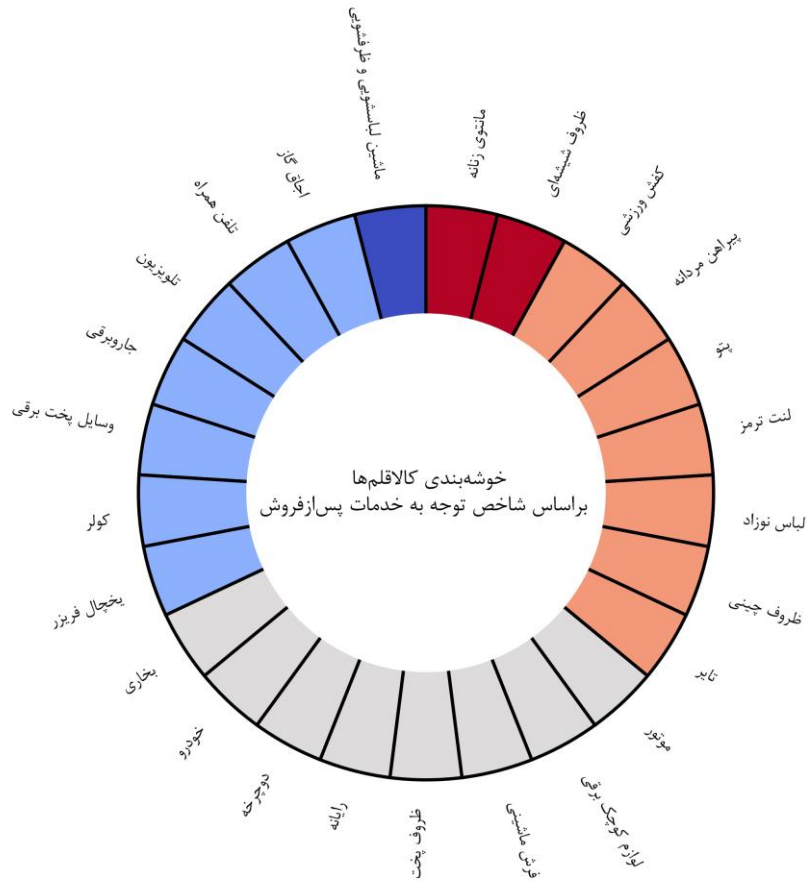
کالا قلم	لوازم کوچک برقی	ظروف چینی	ظروف شیشه‌ای	ظروف پخت	رایانه	تلویزیون	پتو
شاخص	۷۸.۵۸ ± ۴.۱۸	۶۶.۸۶ ± ۵.۸۵	۵۸.۳۱ ± ۷.۴۱	۷۱.۸۷ ± ۵.۷۷	۷۷.۹۱ ± ۳.۷۳	۸۰.۹۴ ± ۲.۹۸	۶۶.۱۱ ± ۵.۰۱
کالا قلم	فرش ماشینی	بخاری	کولر	اجاق گاز	یخچال فریزر	ماشین لباسشویی و ظرفشویی	جاروبرقی
شاخص	۷۲.۸۹ ± ۴.۳۹	۷۶.۹۹ ± ۳.۶۹	۸۰.۵ ± ۳.۵۲	۸۲.۱۸ ± ۳.۱۷	۸۳.۶۱ ± ۲.۸۳	۸۵.۰۸ ± ۲.۷۵	۸۴.۰۳ ± ۳.۰۸
کالا قلم	وسایل پخت برقی	خودرو	موتور	دوچرخه	تایر	لنت ترمز	تلفن همراه
شاخص	۸۱.۶۲ ± ۳.۷۵	۷۸.۰۶ ± ۳.۳۹	۷۵.۷۹ ± ۳.۷	۷۲.۴۴ ± ۵.۲۲	۶۹.۵۲ ± ۴.۰	۶۸.۴۱ ± ۴.۶	۸۱.۴۱ ± ۳.۲۳



نمودار ۱۹-۱. شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر کالا

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد.
نمودار ۱۹-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ماشین لباسشویی و ظرفشویی
- خوشه ۲: اجاق گاز - تلفن همراه - تلویزیون - جاروبرقی - وسایل پخت برقی - کولر - یخچال فریزر
- خوشه ۳: بخاری - خودرو - دوچرخه - رایانه - ظروف پخت - فرش ماشینی - لوازم کوچک برقی - موتور
- خوشه ۴: تایر - ظروف چینی - لباس نوزاد - لنت ترمز - پتو - پیراهن مردانه - کفش ورزشی
- خوشه ۵: ظروف شیشه‌ای - مانتوی زنانه



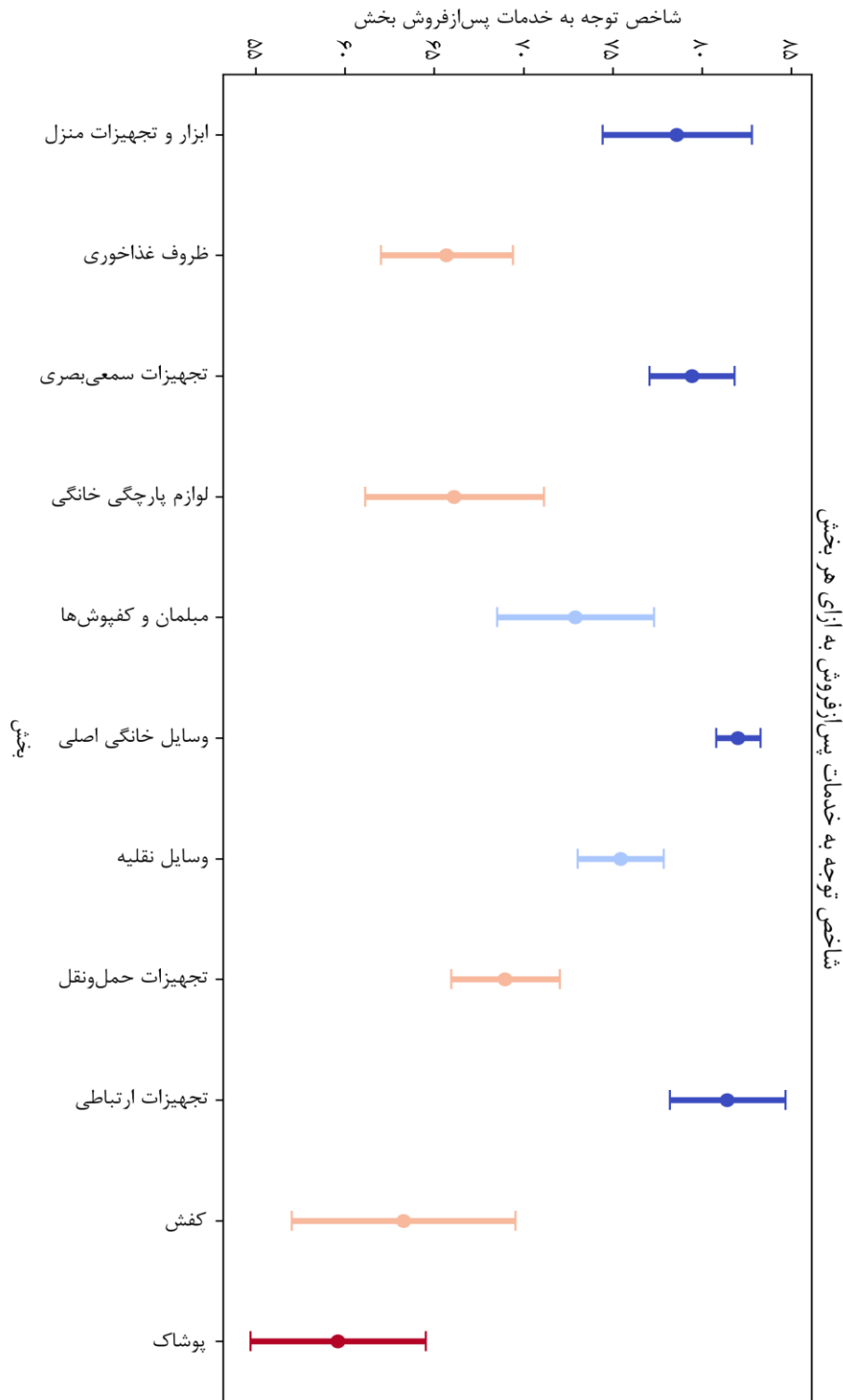
نمودار ۱۹-۲. خوشه‌بندی کالاها بر اساس شاخص توجه به خدمات پس از فروش

۵-۱۰-۲ شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر بخش

مقادیر شاخص توجه به خدمات پس از فروش و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر بخش در جدول زیر ارائه شده‌اند. در ادامه، این مقادیر در نمودار ۱۹-۲ نیز نمایش داده شده‌اند.

جدول ۱۹-۲. شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر بخش

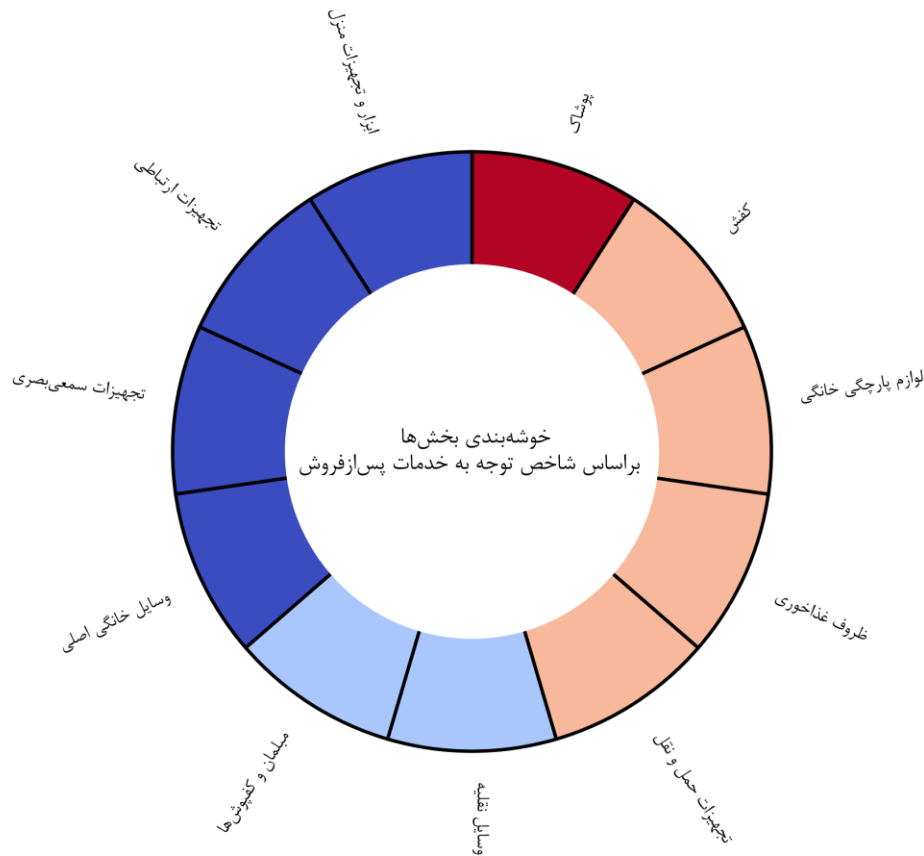
بخش	ابزار و تجهیزات منزل	ظروف غذاخوری	تجهیزات سمعی بصری	لوازم پارچگی خانگی	مبلمان و کفپوش‌ها	وسایل خانگی اصلی	وسایل نقلیه
شاخص	۷۸.۵۸ ± ۴.۱۸	۶۵.۶۸ ± ۳.۶۹	۷۹.۴۲ ± ۲.۳۹	۶۶.۱۱ ± ۵.۰۱	۷۲.۸۹ ± ۴.۳۹	۸۲.۰ ± ۱.۲۴	۷۵.۴۳ ± ۲.۴۱
بخش	تجهیزات حمل و نقل	تجهیزات ارتباطی	کفش	پوشاک			
شاخص	۶۸.۹۶ ± ۳.۰۵	۸۱.۴۱ ± ۳.۲۳	۶۳.۲۶ ± ۶.۲۶	۵۹.۵۸ ± ۴.۹۲			



نمودار ۱۹-۳. شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر بخش

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۱۹-۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: ابزار و تجهیزات منزل - تجهیزات ارتباطی - وسایل خانگی اصلی
- خوشه ۲: مبلمان و کفپوش‌ها - وسایل نقلیه
- خوشه ۳: تجهیزات حمل‌ونقل - ظروف غذاخوری - لوازم پارچگی خانگی - کفش
- خوشه ۴: پوشاک



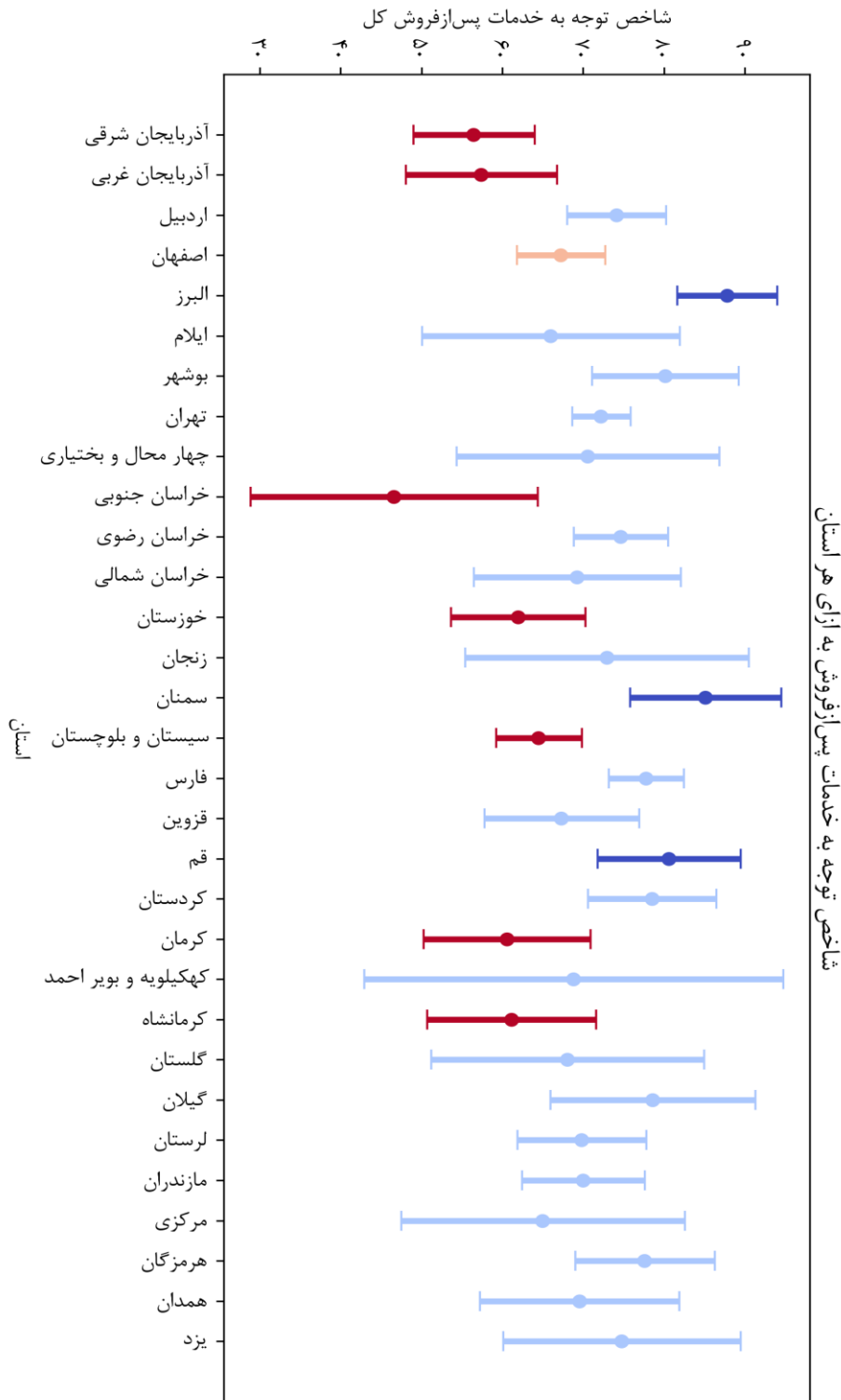
نمودار ۱۹-۴. خوشه‌بندی بخش‌ها براساس شاخص توجه به خدمات پس‌ازفروش

۵-۱۰-۳ شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر استان

مقادیر شاخص توجه به خدمات پس از فروش و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱۹-۳ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱۹-۳. شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر استان

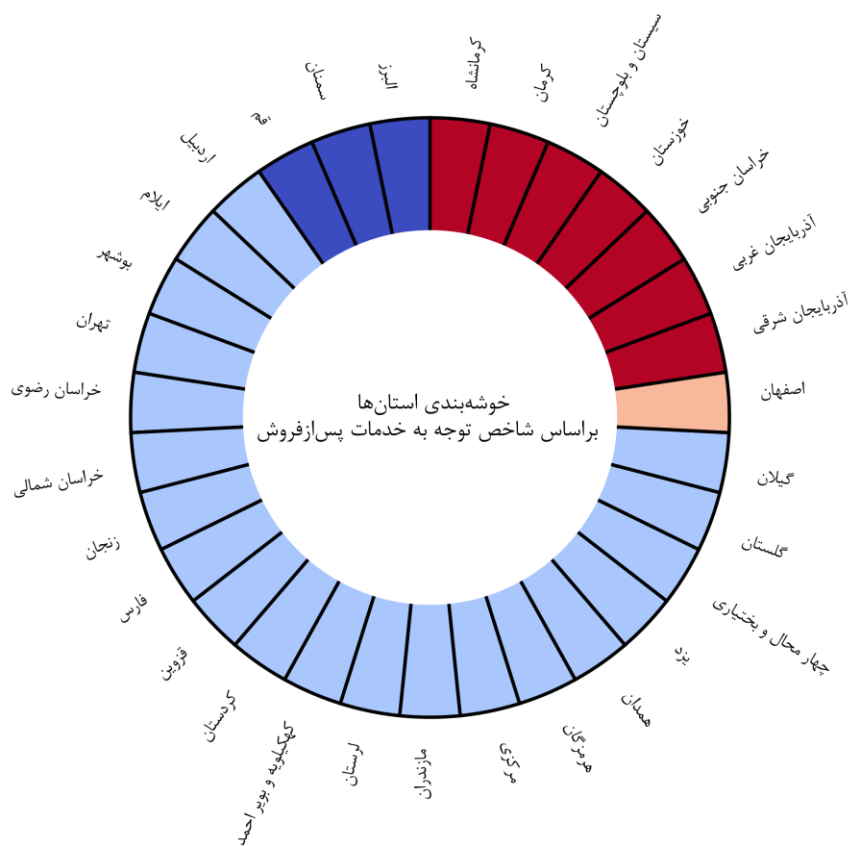
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۶.۴۳ ± ۷.۴۹	۵۷.۳۹ ± ۹.۳۵	۷۴.۰۹ ± ۶.۱	۶۷.۲۲ ± ۵.۴۷	۸۷.۷۷ ± ۶.۱۷	۶۵.۹۵ ± ۱۵.۹۵	۸۰.۱۱ ± ۹.۰۷
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۷۲.۲ ± ۳.۶۳	۷۰.۵۳ ± ۱۶.۲۷	۴۶.۵۶ ± ۱۷.۷۴	۷۴.۶ ± ۵.۸۴	۶۹.۳۵ ± ۱۲.۸	۶۱.۹۱ ± ۸.۳۳	۷۲.۹ ± ۱۷.۵۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۸۵.۱۱ ± ۹.۳۵	۶۴.۴۶ ± ۵.۳۱	۷۷.۷۵ ± ۴.۶۶	۶۷.۳ ± ۹.۵۵	۸۰.۵۸ ± ۸.۸۲	۷۸.۴۸ ± ۷.۹۴	۶۰.۵۴ ± ۱۰.۳۳
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۶۸.۸ ± ۲۵.۹۱	۶۱.۱ ± ۱۰.۴۳	۶۸.۰۱ ± ۱۶.۸۹	۷۸.۵۸ ± ۱۲.۶۶	۶۹.۷۸ ± ۷.۹۶	۶۹.۹۸ ± ۷.۶	۶۴.۹۸ ± ۱۷.۵۶
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۷۷.۵۹ ± ۸.۶۲	۶۹.۵۱ ± ۱۲.۳۱	۷۴.۷۳ ± ۱۴.۷				



نمودار ۱۹-۵. شاخص توجه به خدمات پس از فروش به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد.
نمودار ۱۹-۶ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: البرز - سمنان - قم
- خوشه ۲: اردبیل - ایلام - بوشهر - تهران - خراسان رضوی - خراسان شمالی - زنجان - فارس - قزوین - کردستان - کهگیلویه و بویر احمد - لرستان - مازندران - مرکزی - هرمزگان - همدان - یزد - چهارمحال و بختیاری - گلستان - گیلان
- خوشه ۳: اصفهان
- خوشه ۴: آذربایجان شرقی - آذربایجان غربی - خراسان جنوبی - خوزستان - سیستان و بلوچستان - کرمان - کرمانشاه



نمودار ۱۹-۶. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص توجه به خدمات پس‌ازفروش

فصل ۶. شاخص‌های مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کننده

در این فصل پنج شاخص مرتبط با نگرش کلی مصرف‌کننده مورد سنجش قرار می‌گیرند. در واقع این شاخص‌ها وابسته به هیچ کالای خاصی نیستند و ناظر به تمام کالاهای قابل تهیه توسط مصرف‌کننده است. به همین علت، این شاخص‌ها فقط در سطح کلان و استانی بررسی می‌شوند.

۱-۶ شاخص رضایت کل‌نگر

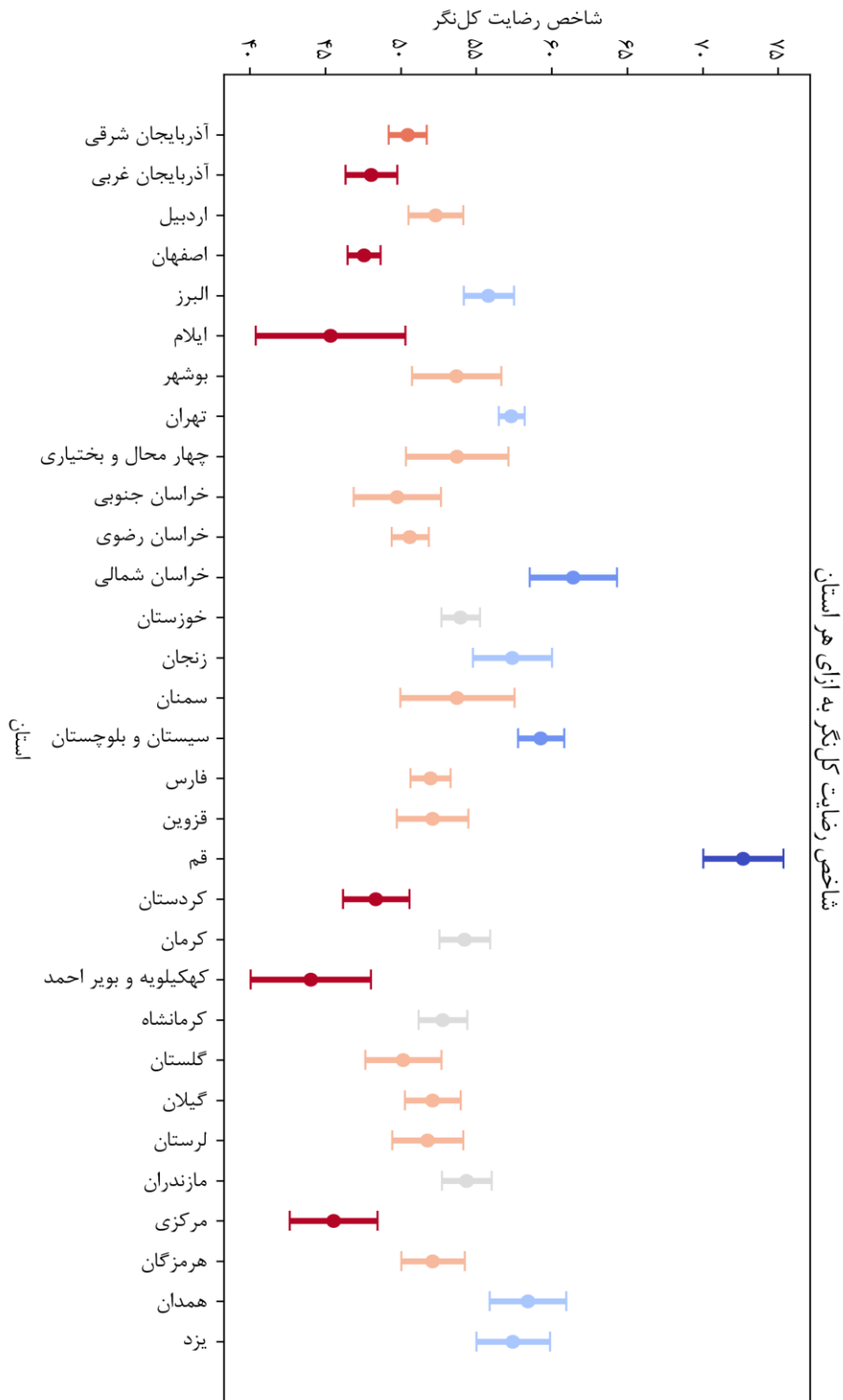
مقدار شاخص رضایت کل‌نگر برابر 0.33 ± 53.41 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک استان می‌توانید در جدول و نمودار زیر مشاهده کنید. ضمناً برای این سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۱-۶ شاخص رضایت کل نگر به ازای هر استان

مقادیر شاخص رضایت کل نگر و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱-۲۰ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱-۲۰. شاخص رضایت کل نگر به ازای هر استان

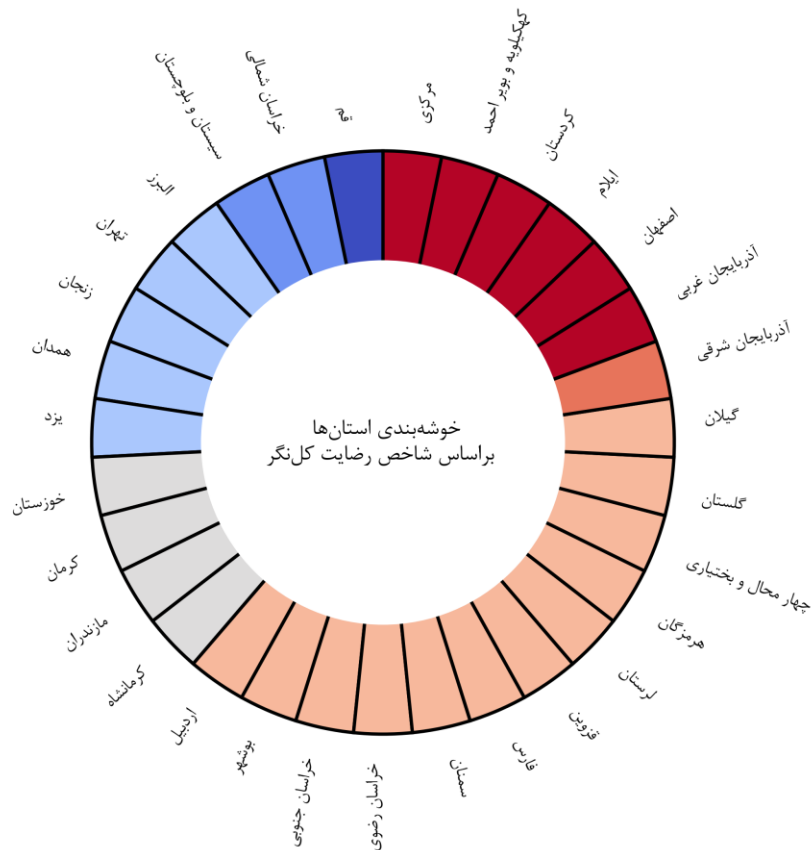
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۰.۴۳ ± ۱.۲۶	۴۸.۰۲ ± ۱.۷۲	۵۲.۳ ± ۱.۸۲	۴۷.۵۴ ± ۱.۰۷	۵۵.۸ ± ۱.۶۷	۴۵.۳۲ ± ۴.۹۷	۵۳.۶۷ ± ۲.۹۵
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۵۷.۳۲ ± ۰.۸۷	۵۳.۷ ± ۳.۳۹	۴۹.۷۴ ± ۲.۹	۵۰.۵۹ ± ۱.۲۳	۶۱.۴ ± ۲.۸۸	۵۳.۹۵ ± ۱.۲۷	۵۷.۳۷ ± ۲.۶۲
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۵۳.۷۲ ± ۳.۷۹	۵۹.۲۷ ± ۱.۵۱	۵۱.۹۵ ± ۱.۳۳	۵۲.۰۸ ± ۲.۳۷	۷۲.۶۷ ± ۲.۶۶	۴۸.۳۴ ± ۲.۱۹	۵۴.۲ ± ۱.۶۸
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۴۴.۰۱ ± ۳.۹۸	۵۲.۷۷ ± ۱.۶۲	۵۰.۱۵ ± ۲.۵۴	۵۲.۱ ± ۱.۸۵	۵۱.۷۶ ± ۲.۳۴	۵۴.۳۴ ± ۱.۶۴	۴۵.۵۳ ± ۲.۹۱
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۵۲.۱ ± ۲.۱	۵۸.۴ ± ۲.۵۵	۵۷.۴۲ ± ۲.۴۵				



نمودار ۲۰-۱. شاخص رضایت کل نگر به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲۰-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم
- خوشه ۲: خراسان شمالی - سیستان و بلوچستان
- خوشه ۳: البرز - تهران - زنجان - همدان - یزد
- خوشه ۴: خوزستان - کرمان - مازندران - کرمانشاه
- خوشه ۵: اردبیل - بوشهر - خراسان جنوبی - خراسان رضوی - سمنان - فارس - قزوین - لرستان - هرمزگان - چهارمحال و بختیاری - گلستان - گیلان
- خوشه ۶: آذربایجان شرقی
- خوشه ۷: آذربایجان غربی - اصفهان - ایلام - کردستان - کهگیلویه و بویر احمد - مرکزی



نمودار ۲۰-۲. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص رضایت کل نگر

۲-۶ شاخص کیفیت تولید داخلی

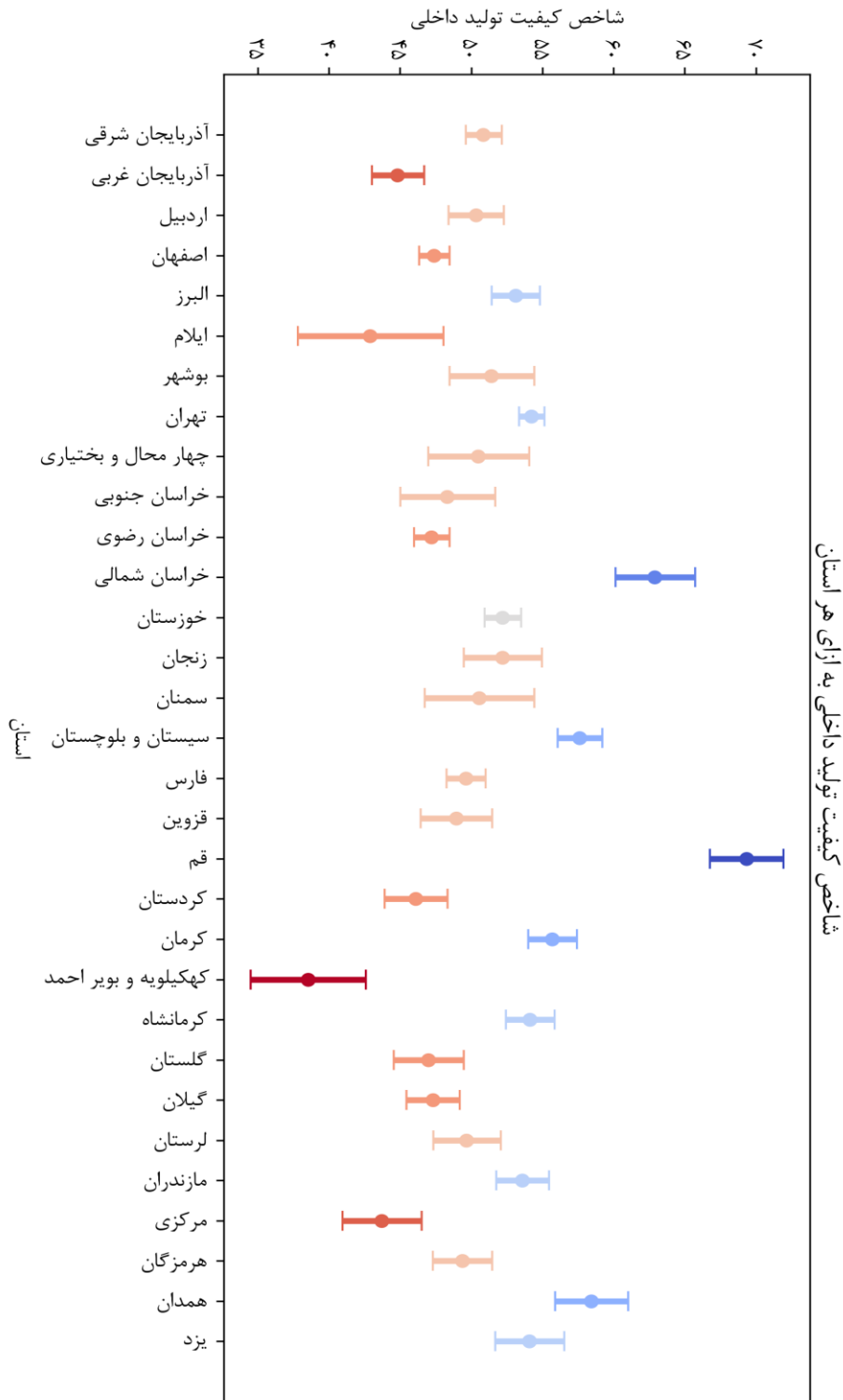
مقدار شاخص کیفیت تولید داخلی برابر 0.34 ± 51.34 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک استان می‌توانید در جدول و نمودار زیر مشاهده کنید. ضمناً برای این سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۲-۶ شاخص کیفیت تولید داخلی به ازای هر استان

مقادیر شاخص کیفیت تولید داخلی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱-۲۱ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱-۲۱. شاخص کیفیت تولید داخلی به ازای هر استان

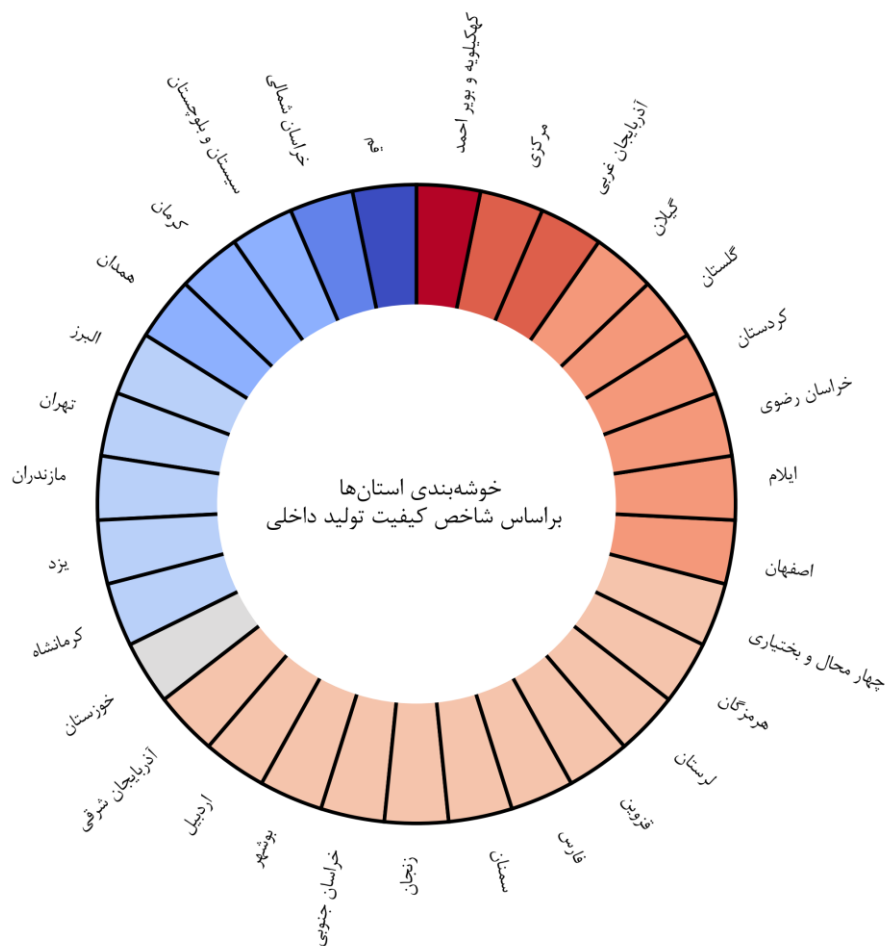
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	50.84 ± 1.27	44.82 ± 1.83	50.32 ± 1.94	47.38 ± 1.06	53.1 ± 1.7	42.9 ± 5.12	51.42 ± 2.99
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	54.23 ± 0.91	50.49 ± 3.55	48.22 ± 3.31	47.19 ± 1.25	62.9 ± 2.79	52.18 ± 1.3	52.19 ± 2.76
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	50.56 ± 3.85	57.61 ± 1.57	49.61 ± 1.37	48.93 ± 2.5	69.32 ± 2.6	46.1 ± 2.22	55.68 ± 1.72
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	38.53 ± 4.04	54.13 ± 1.71	46.98 ± 2.47	47.29 ± 1.88	49.67 ± 2.36	53.58 ± 1.84	43.71 ± 2.79
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	49.36 ± 2.08	58.43 ± 2.55	54.08 ± 2.43				



نمودار ۲۱-۱. شاخص کیفیت تولید داخلی به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲۱-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم
- خوشه ۲: خراسان شمالی
- خوشه ۳: سیستان و بلوچستان - کرمان - همدان
- خوشه ۴: البرز - تهران - مازندران - یزد - کرمانشاه
- خوشه ۵: خوزستان
- خوشه ۶: آذربایجان شرقی - اردبیل - بوشهر - خراسان جنوبی - زنجان - سمنان - فارس - قزوین - لرستان - هرمزگان - چهارمحال و بختیاری
- خوشه ۷: اصفهان - ایلام - خراسان رضوی - کردستان - گلستان - گیلان
- خوشه ۸: آذربایجان غربی - مرکزی
- خوشه ۹: کهگیلویه و بویر احمد



نمودار ۲۱-۲. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص کیفیت تولید داخلی

۳-۶ شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی

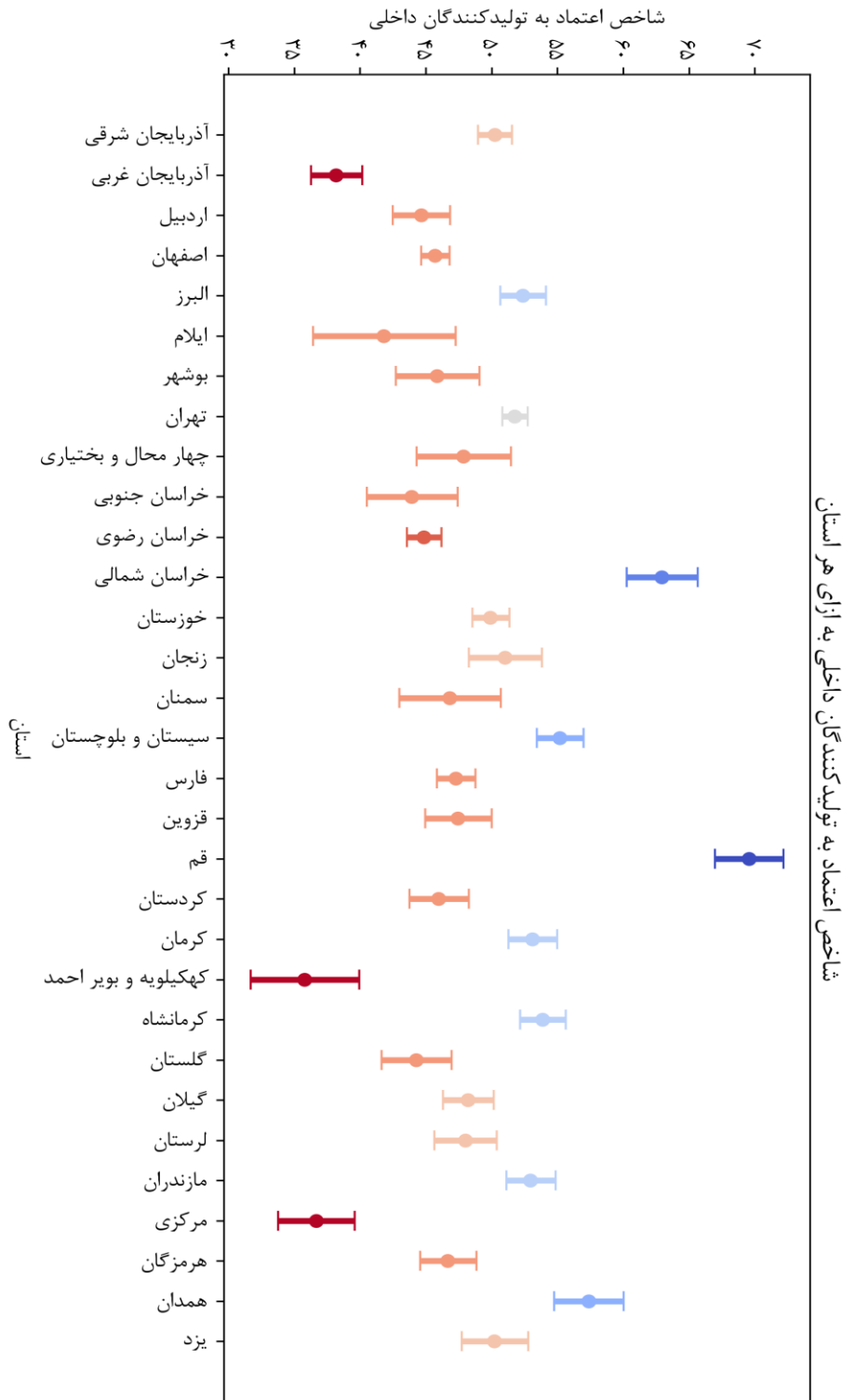
مقدار شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی برابر ۰.۳۶ ± ۴۹.۱۷ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک استان می‌توانید در جدول و نمودار زیر مشاهده کنید. ضمناً برای این سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۳-۶ شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی به ازای هر استان

مقادیر شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱-۲۲ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱-۲۲. شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی به ازای هر استان

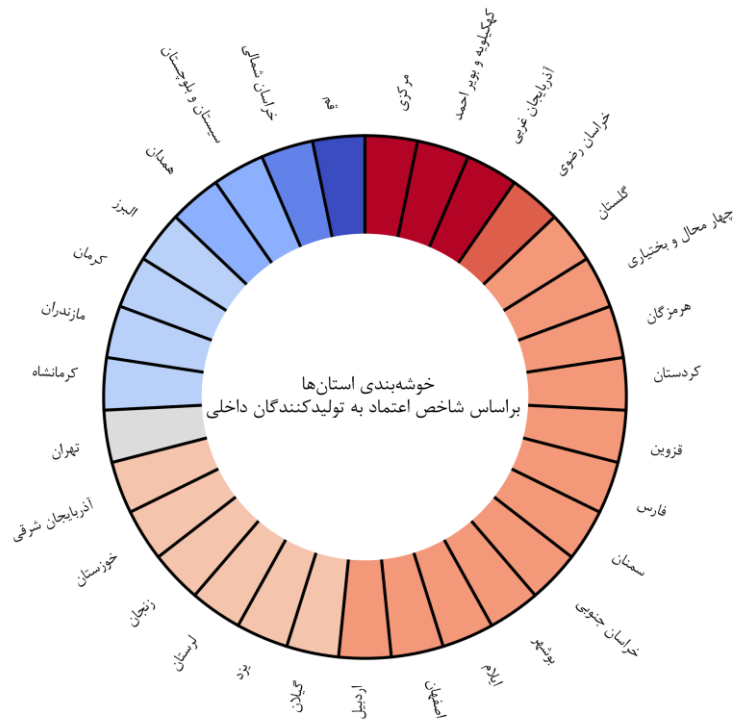
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۵۰.۲۳ ± ۱.۲۹	۳۸.۱۸ ± ۱.۹۴	۴۴.۶۳ ± ۲.۱۸	۴۵.۶۹ ± ۱.۰۸	۵۲.۳۷ ± ۱.۷۴	۴۱.۸ ± ۵.۴۳	۴۵.۸۶ ± ۳.۱۸
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۵۱.۷۳ ± ۰.۹۶	۴۷.۸۶ ± ۳.۵۸	۴۳.۹۳ ± ۳.۴۵	۴۴.۸۳ ± ۱.۳۱	۶۲.۹۳ ± ۲.۷۱	۴۹.۹۱ ± ۱.۴	۵۱.۰۱ ± ۲.۷۶
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۴۶.۸۱ ± ۳.۸۵	۵۵.۱۸ ± ۱.۷۶	۴۷.۲۶ ± ۱.۴۷	۴۷.۴۴ ± ۲.۵۳	۶۹.۵۵ ± ۲.۶	۴۵.۹۷ ± ۲.۲۶	۵۳.۱ ± ۱.۸۴
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۳۵.۷۹ ± ۴.۱۲	۵۳.۸۷ ± ۱.۷۳	۴۴.۲۶ ± ۲.۶۶	۴۸.۱۹ ± ۱.۹۴	۴۷.۹۹ ± ۲.۳۸	۵۲.۹۵ ± ۱.۸۶	۳۶.۶۵ ± ۲.۹۱
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۴۶.۶۷ ± ۲.۱۵	۵۷.۳۷ ± ۲.۶۵	۵۰.۲۱ ± ۲.۵۱				



نمودار ۲۲-۱. شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲۲-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم
- خوشه ۲: خراسان شمالی
- خوشه ۳: سیستان و بلوچستان - همدان
- خوشه ۴: البرز - کرمان - مازندران - کرمانشاه
- خوشه ۵: تهران
- خوشه ۶: آذربایجان شرقی - خوزستان - زنجان - لرستان - یزد - گیلان
- خوشه ۷: اردبیل - اصفهان - ایلام - بوشهر - خراسان جنوبی - سمنان - فارس - قزوین - کردستان - هرمزگان - چهارمحال و بختیاری - گلستان
- خوشه ۸: خراسان رضوی
- خوشه ۹: آذربایجان غربی - کهگیلویه و بویر احمد - مرکزی



نمودار ۲۲-۲. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص اعتماد به تولیدکنندگان داخلی

۴-۶ شاخص امید به بهبود کیفیت

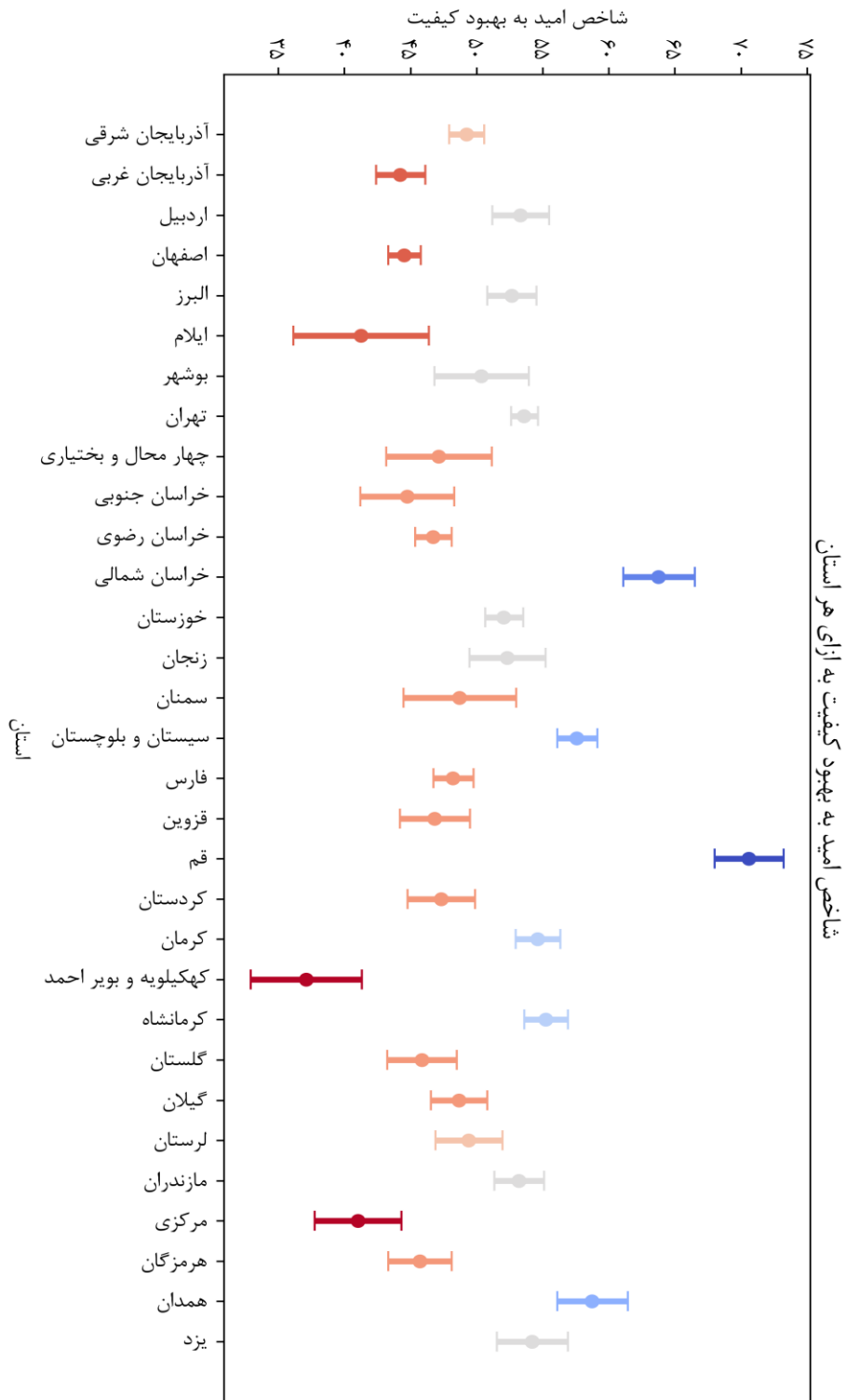
مقدار شاخص امید به بهبود کیفیت برابر ۰.۳۷ ± ۰.۰۶ است. مقادیر این شاخص را به تفکیک استان می‌توانید در جدول و نمودار زیر مشاهده کنید. ضمناً برای این سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۴-۶ شاخص امید به بهبود کیفیت به ازای هر استان

مقادیر شاخص امید به بهبود کیفیت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱-۲۳ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱-۲۳. شاخص امید به بهبود کیفیت به ازای هر استان

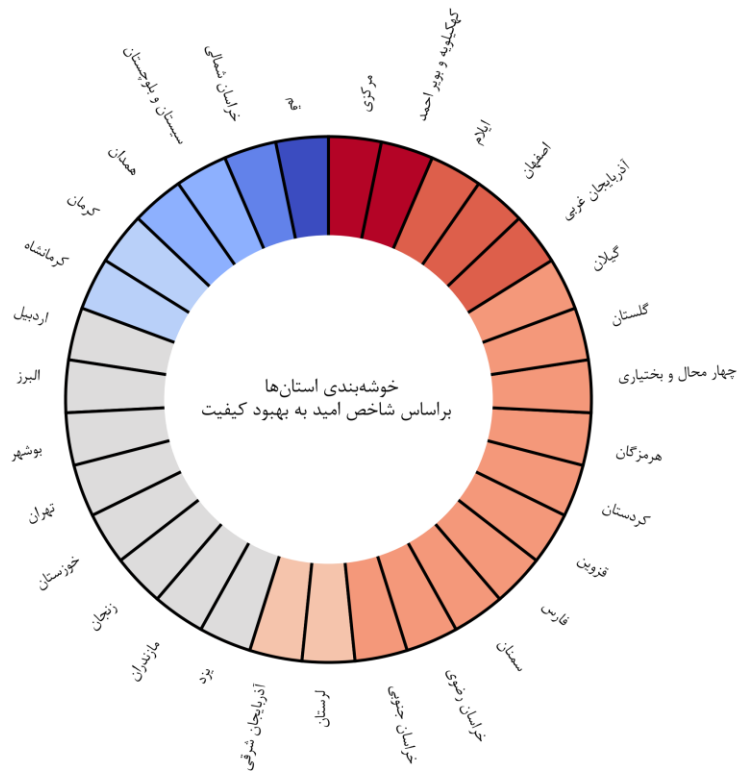
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	۴۹.۲۳ ± ۱.۳۴	۴۴.۲۲ ± ۱.۸۶	۵۳.۳۳ ± ۲.۱۴	۴۴.۵۳ ± ۱.۲۲	۵۲.۶۴ ± ۱.۸۶	۴۱.۲۵ ± ۵.۱۴	۵۰.۳۵ ± ۳.۵۹
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	۵۳.۵۹ ± ۱.۰۲	۴۷.۱۳ ± ۳.۹۹	۴۴.۷۳ ± ۳.۵۷	۴۶.۷ ± ۱.۳۹	۶۳.۷۶ ± ۲.۷۱	۵۲.۰۵ ± ۱.۴۳	۵۲.۳۲ ± ۲.۸۸
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	۴۸.۷ ± ۴.۲۶	۵۷.۵۹ ± ۱.۵۳	۴۸.۲۲ ± ۱.۵۲	۴۶.۸۲ ± ۲.۶۶	۷۰.۶ ± ۲.۶۲	۴۷.۳۱ ± ۲.۵۵	۵۴.۶۱ ± ۱.۶۸
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	۳۷.۰۹ ± ۴.۰۲	۵۵.۲۴ ± ۱.۶۵	۴۵.۸۶ ± ۲.۶۴	۴۸.۶۶ ± ۲.۱۳	۴۹.۴ ± ۲.۵۴	۵۳.۲۱ ± ۱.۸۸	۴۱.۰۱ ± ۳.۲۸
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	۴۵.۷ ± ۲.۳۹	۵۸.۷۴ ± ۲.۶۶	۵۴.۲ ± ۲.۶۹				



نمودار ۲۳-۱. شاخص امید به بهبود کیفیت به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲۳-۲ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: قم
- خوشه ۲: خراسان شمالی
- خوشه ۳: سیستان و بلوچستان - همدان
- خوشه ۴: کرمان - کرمانشاه
- خوشه ۵: اردبیل - البرز - بوشهر - تهران - خوزستان - زنجان - مازندران - یزد
- خوشه ۶: آذربایجان شرقی - لرستان
- خوشه ۷: خراسان جنوبی - خراسان رضوی - سمنان - فارس - قزوین - کردستان - هرمزگان - چهارمحال و بختیاری - گلستان - گیلان
- خوشه ۸: آذربایجان غربی - اصفهان - ایلام
- خوشه ۹: کهگیلویه و بویر احمد - مرکزی



نمودار ۲۳-۲. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص امید به بهبود کیفیت

۵-۶ شاخص احساس بهبود کیفیت

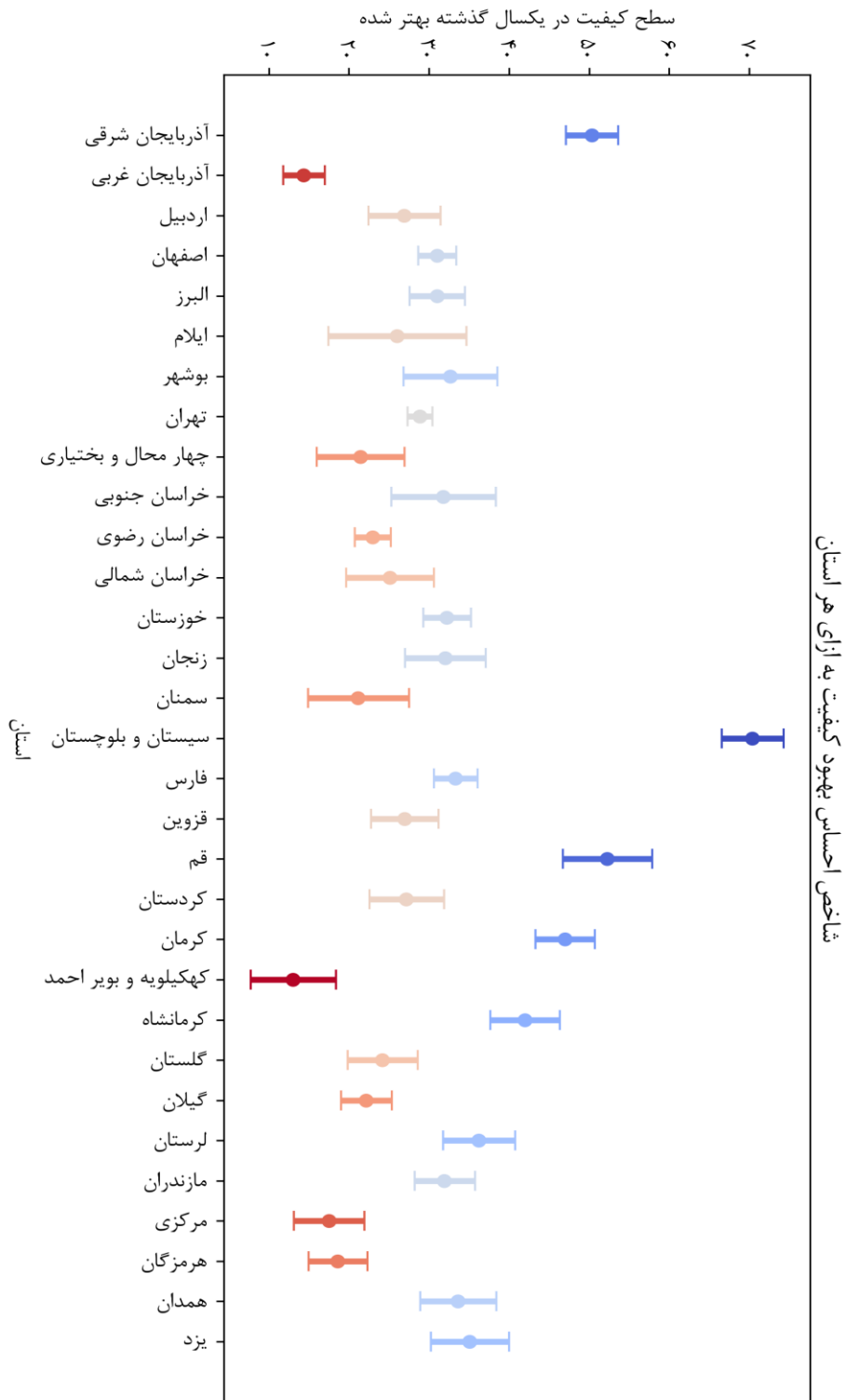
مقدار شاخص احساس بهبود کیفیت برابر 0.67 ± 31.6 است. مقادیر این شاخص را به تفکیک استان می‌توانید در جدول و نمودار زیر مشاهده کنید. ضمناً برای این سطح از تفکیک، موارد مشابه خوشه‌بندی شده‌اند.

۱-۵-۶ شاخص احساس بهبود کیفیت به ازای هر استان

مقادیر شاخص امید به بهبود کیفیت و بازه‌های اطمینان متناظر به ازای هر استان در جدول زیر آورده شده‌اند. در ادامه، نمودار ۱-۲۴ این مقادیر را به تصویر می‌کشد.

جدول ۱-۲۴. شاخص احساس بهبود کیفیت به ازای هر استان

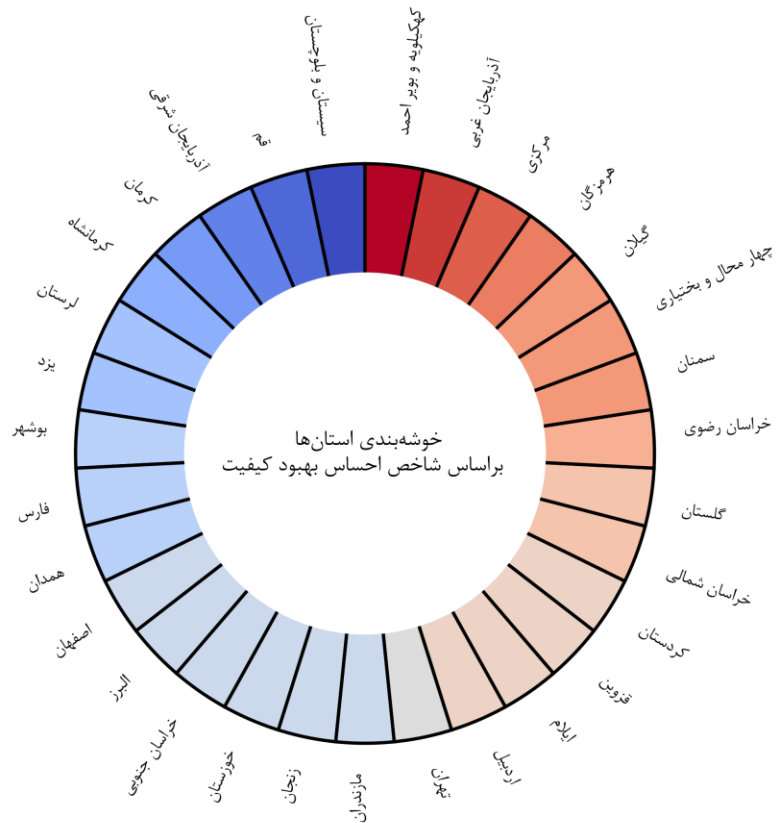
استان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	اردبیل	اصفهان	البرز	ایلام	بوشهر
شاخص	50.33 ± 3.24	14.33 ± 2.6	26.88 ± 4.51	30.98 ± 2.4	30.99 ± 3.47	26.0 ± 8.6	32.65 ± 5.88
استان	تهران	چهارمحال و بختیاری	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خوزستان	زنجان
شاخص	28.82 ± 1.54	21.4 ± 5.48	31.79 ± 6.54	22.93 ± 2.25	25.1 ± 5.5	32.23 ± 2.99	32.01 ± 5.05
استان	سمنان	سیستان و بلوچستان	فارس	قزوین	قم	کردستان	کرمان
شاخص	21.12 ± 6.2	70.38 ± 3.88	33.28 ± 2.7	26.93 ± 4.21	52.27 ± 5.58	27.14 ± 4.66	46.96 ± 3.72
استان	کهگیلویه و بویر احمد	کرمانشاه	گلستان	گیلان	لرستان	مازندران	مرکزی
شاخص	12.99 ± 5.31	41.97 ± 4.33	24.18 ± 4.38	22.1 ± 3.18	36.2 ± 4.48	31.92 ± 3.76	17.48 ± 4.4
استان	هرمزگان	همدان	یزد				
شاخص	18.56 ± 3.67	33.6 ± 4.74	25.05 ± 4.88				



نمودار ۲۴-۱. شاخص احساس بهبود کیفیت به ازای هر استان

از لحاظ آماری می‌توان موارد بررسی شده در نمودار فوق را به ترتیب بهتر به بدتر به صورت زیر خوشه‌بندی کرد. نمودار ۲-۲۴ نیز نمایش‌دهنده‌ی همین خوشه‌هاست.

- خوشه ۱: سیستان و بلوچستان
- خوشه ۲: قم
- خوشه ۳: آذربایجان شرقی
- خوشه ۴: کرمان
- خوشه ۵: کرمانشاه
- خوشه ۶: لرستان - یزد
- خوشه ۷: بوشهر - فارس - همدان
- خوشه ۸: اصفهان - البرز - خراسان جنوبی - خوزستان - زنجان - مازندران
- خوشه ۹: تهران
- خوشه ۱۰: اردبیل - ایلام - قزوین - کردستان
- خوشه ۱۱: خراسان شمالی - گلستان
- خوشه ۱۲: خراسان رضوی
- خوشه ۱۳: سمنان - چهارمحال و بختیاری - گیلان
- خوشه ۱۴: هرمزگان
- خوشه ۱۵: مرکزی
- خوشه ۱۶: آذربایجان غربی
- خوشه ۱۷: کهگیلویه و بویر احمد



نمودار ۲-۲۴. خوشه‌بندی استان‌ها براساس شاخص احساس بهبود کیفیت