

ოთხფაქტორული გადაწყვეტის შედეგი - „არომატი“ მეორე ფაქტორში შევიდა, მაგრამ გამოიწვია სხვა ცვლილებებიც. შევიძლიათ შეადაროთ ფაქტორები და შეაფასოთ, რომელი გადაწყვეტა უფრო უკეთესია - 5 ფაქტორული თუ 4 ფაქტორული.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
F1 F1. არის უცხოური	44%	-	21%	-
F2 F2. შეეფერება თანამედროვე იმიჯს	77%	37%	14%	31%
F3 F3. არის ხელმისაწვდომი - ყველგან იყიდება	18%	1%	19%	-6%
F4 F4. ფასი შეესაბამება ხარისხს	18%	35%	80%	16%
F5 F5. აქვს სასიამოვნო არომატი	4%	18%	80%	9%
F6 F6. აქვს ძლიერი გემო	24%	59%	34%	-2%
F7 F7. აქვს ჩემთვის მისაღები ფასი	13%	8%	0%	85%
F8 F8. არის დახვეწილი იმიჯის შესაფერისი	-4%	5%	73%	-5%
F9 F9. არის პრესტიჟული	84%	11%	12%	1%
F10 F10. აქვს მსუბუქი გემო	86%	-1%	8%	-2%
F11 F11. დროდადრო გაყიდვიდან არ ქრება	9%	26%	-	-
F12 F12. აქვს გამაგრილებელი არომატი	14%	-	10%	78%
F13 F13. მოწვევის შემდეგ არ ტოვებს უსიამოვნო სუნს	19%	35%	39%	-9%
F14 F14. იყიდება იმ მაღაზიაში, სადაც ყოველდღიურ პროდუქტს ვყიდულობ/ვყიდულობთ	19%	53%	5%	-
F15 F15. შეეფერება ჩემს ადგილს/მდგომარეობას საზოგადოებაში	-4%	64%	26%	13%
F16 F16. არის ცნობილი ბრენდი	21%	-	-3%	9%
F17 F17. არის ადგილობრივი ბრენდი	21%	26%	-	9%
F18 F რამდენად კმაყოფილი ხართ თქვენი ძირითადი ბრენდით?	73%	13%	4%	6%
	72%	-	-7%	7%
	2%	16%	-	7%
	2%	51%	-6%	10%
	36%	4%	45%	20%