

Лабораторная работа №6

Однофакторный дисперсионный анализ

Отдел рекламы компании «Репа», специализирующейся на оптовой продаже семян высокоурожайных сортов сельскохозяйственных культур, разработал четыре типа различных этикеток для фасовки семян огурцов «Асанофф». Для выяснения вопроса о том, влияет ли внешний вид упаковки товара на объём его продажи, в четыре однотипных магазина были поставлены семена огурцов с разными этикетками. За первые четыре недели апреля были получены следующие данные об объемах реализованной продукции:

Период	Магазин			
	Магазин №1	Магазин №2	Магазин №3	Магазин №4
1-я неделя	143	152	149	151
2-я неделя	145	148	149	155
3-я неделя	144	152	146	154
4-я неделя	146	150	147	152

Следует ли считать значимыми влияние вида этикетки на объём продаж?