

## 1803y\_RU\_Q2017\_Qiyabi\_Yekun imtahan testinin suallari

## Fənn : 1803Y Ekonometrika

1 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи дробно-линейного программирования верно?

- В целевой функции задачи дробно-линейного программирования знаменатель и числитель обязательно должны быть неотрицательными
- В целевой функции задачи дробно-линейного программирования знаки знаменателя и числителя должны быть противоположными
- В целевой функции задачи дробно-линейного программирования знаменатель обязательно должен быть величиной, меньше нуля
- В целевой функции задачи дробно-линейного программирования знаменатель обязательно должен быть величиной, больше нуля
- В целевой функции задачи дробно-линейного программирования знаменатель и числитель должны иметь одинаковые знаки

2 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи дробно-линейного программирования верно?

- В задаче дробно-линейного программирования целевая функция представляет собой отношение двух линейных функций
- Все параметры задачи дробно-линейного программирования должны быть дробными числами
- В задаче дробно-линейного программирования свободные члены ограничений обязательно должны быть дробными числами
- В задаче дробно-линейного программирования экстремальное значение целевой функции всегда есть дробное число
- В задаче дробно-линейного программирования значения переменных обязательно должны быть дробными числами

3 Какое из нижеприведенных высказываний относительно решения задачи целочисленного линейного программирования алгоритмом Гомори верно?

- Ограничение Гомори считается правильным отсечением, если оно линейно и не отсекает ни один целочисленный оптимальный план
- Ограничение Гомори считается правильным отсечением, если оно линейно
- Ограничение Гомори считается правильным отсечением, если оно отсекает найденный оптимальный нецелочисленный план
- Ограничение Гомори считается правильным отсечением, если оно не отсекает ни одного целочисленный план
- Ограничение Гомори считается правильным отсечением, если оно линейно и отсекает найденный оптимальный нецелочисленный план

4 Какое из нижеприведенных высказываний относительно решения задачи целочисленного линейного программирования алгоритмом Гомори верно?

- Если в Симплекс таблице, где получено нецелочисленное оптимальное решение, строка, соответствующая нецелочисленной переменной не содержит дробных коэффициентов, то задача имеет оптимальное целочисленное решение, однако невозможно ее отыскать
- Если в Симплекс таблице, где получено нецелочисленное оптимальное решение, строка, соответствующая нецелочисленной переменной не содержит дробных коэффициентов, то целевая функция задачи не ограничена снизу
- Если в Симплекс таблице, где получено нецелочисленное оптимальное решение, строка, соответствующая нецелочисленной переменной не содержит дробных коэффициентов, то задача не имеет целочисленного оптимального решения
- Если в Симплекс таблице, где получено нецелочисленное оптимальное решение, строка, соответствующая нецелочисленной переменной не содержит дробных коэффициентов, то целевая функция задачи не ограничена сверху
- Если в Симплекс таблице, где получено нецелочисленное оптимальное решение, строка, соответствующая нецелочисленной переменной не содержит дробных коэффициентов, то задача имеет оптимальное целочисленное решение и необходимо включить в Симплекс таблицу дополнительное ограничения Гомори

5 Какое из нижеприведенных высказываний относительно решения задачи целочисленного линейного программирования алгоритмом Гомори верно?

- Целая и дробная часть числа может иметь любой знак
- Целая часть числа может быть и положительным, и нулем, и отрицательным, однако ее дробная часть всегда есть неотрицательная величина
- Целая и дробная часть числа всегда есть неположительная величина
- Целая и дробная часть числа всегда есть неотрицательная величина
- Целая часть числа может быть и положительным, и нулем, и отрицательным, однако ее дробная часть всегда есть неположительная величина

6 Какое из нижеприведенных высказываний относительно алгоритма решения задачи целочисленного линейного программирования верно?

- Задачу целочисленного линейного программирования всегда можно решить Графическим методом
- Задачу целочисленного линейного программирования можно решить Симплекс методом, однако если полученное оптимальное решение окажется не целочисленной, то необходимо составить дополнительное ограничение Гомори и повторно решить задачу.
- Задача целочисленного линейного программирования вообще не разрешима Симплекс методом.
- Задачу целочисленного линейного программирования всегда можно решить Симплекс методом.
- Задачу целочисленного линейного программирования можно решить только методом потенциалов, однако если полученное оптимальное решение окажется не целочисленной, то необходимо составить ограничение Гомори и повторно решить задачу.

7 Какое из нижеприведенных высказываний относительно экономического смысла задачи целочисленного линейного программирования верно?

- Если расход хотя бы одного из ресурсов есть целое число, то решение поставленной задачи сводится к задаче целочисленного программирования
- Если переменные, характеризующие экономический объект должны принимать только целые значения, то решения поставленной экономической задачи сводится к задаче целочисленного программирования.

19.12.2016

- Если расход ресурсов на единицу продукции в экономических объектах характеризуется целыми числами, то решения поставленной экономической задачи сводится к задаче целочисленного программирования.
- Если объемы ресурсов, используемые в экономических объектах целые числа, то решения поставленной экономической задачи сводится к задаче целочисленного программирования.
- Если объем хотя бы одного из используемых в экономическом объекте ресурса есть целое число, то решение поставленной задачи сводится к задаче целочисленного программирования

8 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи целочисленного линейного программирования верно?

- Все постоянные величины должны быть целочисленными
- Значения переменных должны быть обязательно целочисленными
- Коэффициенты переменных в ограничениях должны быть обязательно целочисленными
- Коэффициенты целевой функции должны быть обязательно целочисленными.
- Свободные члены ограничений должны быть обязательно целочисленными.

9 Какое из нижеприведенных высказываний относительно получения вырожденного опорного плана транспортной задачи верно?

- Так как случай вырождения не влияет на отыскание оптимального плана, нет необходимости в ее устранении
- Для устранения случая вырождения необходимо в матрицу перевозок  $X$  добавить  $(m+1)$ -ю строку
- Для устранения случая вырождения один из нулевых элементов матрицы перевозок  $X$ , который не составляет замкнутого цикла с другими ненулевыми элементами этой матрицы необходимо рассмотреть в качестве условно-ненулевого элемента
- Для устранения случая вырождения необходимо один из нулевых элементов матрицы перевозок  $X$  рассмотреть в качестве условно-ненулевого элемента
- Для устранения случая вырождения необходимо в матрицу перевозок  $X$  добавить  $(n+1)$ -й столбец

10 Выбрать правильный ответ из нижеприведенных относительно решения транспортной задачи методом потенциалов:

- Выбор способа составления опорного плана транспортной задачи зависит от числа потребителей в задаче
- Выбор способа составления опорного плана транспортной задачи зависит от числа производителей в задаче
- Необходимо составить исходный опорный план транспортной задачи всеми возможными способами, а далее выбрать среди них наилучшее
- Исходный опорный план транспортной задачи может быть составлен любым из существующих способов
- Выбор способа составления опорного плана транспортной задачи зависит от закрытости или открытости задачи

11 Какое из нижеприведенных высказываний нельзя считать отличительной чертой закрытой транспортной модели линейного программирования:

- В транспортной задаче отыскивается минимальное значение целевой функции
- Каждая неизвестная входит лишь в два уравнения
- Ограничения задачи заданы в виде уравнений
- Переменные транспортной задачи двух индексные
- Коэффициенты при неизвестных в ограничениях – единицы

12 Какое из нижеприведенных высказываний относительно алгоритма решения транспортной задачи методом потенциалов верно?

- Для построения нового опорного плана наименьший элемент замкнутого цикла, построенный в предыдущем плане, имеющий условный знак « $\times$ » необходимо прибавить к нулевым элементам опорного плана перевозок и отнять от ненулевых элементов
- Для построения нового опорного плана наименьший элемент замкнутого цикла, построенный в предыдущем плане, имеющий условный знак « $\times$ » необходимо прибавить к элементам замкнутого цикла, отмеченными условным знаком « $+$ » и отнять от элементов замкнутого цикла, отмеченными условным знаком « $-$ »
- Для построения нового опорного плана наименьший элемент замкнутого цикла, построенный в предыдущем плане, имеющий условный знак « $\times$ » необходимо отнять от всех элементов данного опорного плана перевозок
- Для построения нового опорного плана наименьший элемент замкнутого цикла, построенный в предыдущем плане, имеющий условный знак « $\times$ » необходимо прибавить ко всем элементам данного опорного плана перевозок
- Для построения нового опорного плана наименьший элемент замкнутого цикла, построенный в предыдущем плане, имеющий условный знак « $\times$ » необходимо отнять от элементов замкнутого цикла, отмеченными условным знаком « $+$ » и прибавить к элементам замкнутого цикла, отмеченными условным знаком « $-$ »

13 Какое из нижеприведенных высказываний относительно модификаций транспортной задачи верно?

- В постановке транспортной задачи с ограничениями на объем перевозок продукции ставятся верхние или нижние ограничения
- В постановке транспортной задачи с ограничениями на объем перевозок по некоторым коммуникациям ставятся нижние ограничения на время перевозки продукции
- В постановке транспортной задачи с ограничениями на объем перевозок перевозки по некоторым коммуникациям запрещены
- Между постановками транспортной задачи с ограничениями и классической транспортной задачи нет никаких различий
- В постановке транспортной задачи с ограничениями на объем перевозок по некоторым коммуникациям ставятся верхние ограничения на время перевозки продукции

14 Какое из нижеприведенных высказываний относительно модификаций транспортной задачи верно?

- В постановке транспортной задачи с запретами на объемы перевозок по некоторым коммуникациям ставятся ограничения сверху
- В постановке транспортной задачи с запретами перевозки по некоторым коммуникациям обязательно должны быть осуществлены

- В постановке транспортной задачи с запретами перевозки по некоторым коммуникациям запрещены
- Между постановками транспортной задачи с запретами и классической транспортной задачи нет никаких различий
- В постановке транспортной задачи с запретами на объемы перевозок по некоторым коммуникациям ставятся ограничения снизу

15 Какое из нижеприведенных высказываний относительно модификаций транспортной задачи верно?

- В транспортной задаче по критерию времени минимизируется сумма произведений времени доставки продукции от производителей потребителям к объему перевозимой продукции
- В транспортной задаче по критерию времени минимизируется сумма расходов на потребление продукции
- В транспортной задаче по критерию времени отыскивается оптимальный план перевозок различных видов продукции
- В транспортной задаче по критерию времени минимизируется максимальное время грузоперевозок
- В транспортной задаче по критерию времени минимизируется сумма расходов на выпуск продукции

16 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- закрытые и открытые транспортные задачи отличаются друг от друга по отношению между объемом перевозимой продукции и суммарными транспортными расходами
- закрытые и открытые транспортные задачи отличаются друг от друга по отношению между суммарным спросом и качеством продукции
- закрытые и открытые транспортные задачи отличаются друг от друга по отношению между числом производителей и числом потребителей
- закрытые и открытые транспортные задачи отличаются друг от друга по отношению суммарного спроса и суммарного предложения
- закрытые и открытые транспортные задачи отличаются друг от друга по отношению между суммарным предложением и качеством продукции

17 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Однокритериальная модель это реализация оптимизации в модели только на основе нелинейной системы ограничений
- Однокритериальная модель это реализация оптимизации в модели только на основе нелинейной целевой функции
- Однокритериальная модель это реализация оптимизации в модели только на основе линейной целевой функции
- Однокритериальная модель это реализация оптимизации в модели на основе только одной критерии оптимальности
- Однокритериальная модель это реализация оптимизации в модели только на основе линейной системы ограничений

18 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Многокритериальная модель - это соответствие математической характеристики целевой функции модели математической характеристике системы ограничений;
- Многокритериальная модель - это реализация различных моделей на основе одного и того же метода решения;
- Многокритериальная модель - это отыскание экстремумов различных целевых функций при одних и тех же ограничениях;
- Многокритериальная модель - это отыскание экстремумов одной целевой функции при различных ограничениях;
- Многокритериальная модель - это реализация одной модели на основе различных методов решения;

19 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,80 единиц, а статистика Фишера равна 92, то определить объем выборки:

- 22
- 21
- 20
- 25
- 23

20 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,75 единиц, а статистика Фишера равна 63, то определить объем выборки:

- 22
- 20
- 21
- 23
- 25

21 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,90 единиц, а статистика Фишера равна 207, то определить объем выборки:

- 20
- 25
- 23
- 22
- 21

22 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,80 единиц, а статистика Фишера равна 84, то определить объем выборки:

- 20  
 21  
 22  
 23  
 25

23 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,84 единиц, а статистика Фишера равна 120,75, то определить объем выборки:

- 25  
 23  
 21  
 20  
 22

24 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,90 единиц, а статистика Фишера равна 171, то определить объем выборки:

- 20  
 21  
 22  
 23  
 25

25 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,80 единиц, а статистика Фишера равна 76, то определить объем выборки:

- 20  
 21  
 25  
 23  
 22

26 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,75 единиц, а статистика Фишера равна 54, то определить объем выборки:

- 20  
 21  
 22  
 23  
 25

27 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,90 единиц, а статистика Фишера равна 189, то определить объем выборки:

- 20  
 25  
 23  
 22  
 21

28 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,84 единиц, а статистика Фишера равна 99,75, то определить объем выборки:

- 25  
 20  
 23  
 22  
 21

29 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации

составляет 0,80 единиц, а статистика Фишера равна 72, то определить объем выборки:

- 23
- 25
- 20
- 21
- 22

30 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,75 единиц, а статистика Фишера равна 60, то определить объем выборки:

- 21
- 20
- 22
- 23
- 25

31 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,75 единиц, а статистика Фишера равна 69, то определить объем выборки:

- 22
- 25
- 21
- 20
- 23

32 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,84 единиц, а статистика Фишера равна 94,5, то определить объем выборки:

- 20
- 21
- 25
- 23
- 22

33 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,90 единиц, а статистика Фишера равна 162, то определить объем выборки:

- 23
- 25
- 20
- 21
- 22

34 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,80 единиц, а статистика Фишера равна 80, то определить объем выборки:

- 21
- 20
- 25
- 23
- 22

35 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,84 единиц, а статистика Фишера равна 110,25, то определить объем выборки:

- 20
- 23
- 25
- 22
- 21

36 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,75 единиц, а статистика Фишера равна 57, то определить объем выборки:

- 21
- 20
- 25
- 23
- 22

37 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,82 единиц, а статистика Фишера равна 82, то определить объем выборки:

- 25
- 20
- 21
- 22
- 23

38 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,90 единиц, а статистика Фишера равна 180, то определить объем выборки:

- 25
- 22
- 21
- 20
- 23

39 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,84 единиц, а статистика Фишера равна 105, то определить объем выборки:

- 25
- 22
- 21
- 20
- 23

40 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 25; 35; 40. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 55,9 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

41 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 189,2 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

42 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 30; 40; 45. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 136,5 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

43 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 30; 35; 40. Если

стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 73,1 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

44 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 20; 25; 30; 35; 40, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 30; 40; 45. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 58,5 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

45 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 30; 35; 50, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 20; 25; 30; 35; 40. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 27,5 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

46 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 15; 20; 25; 30, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 20; 25; 30; 35; 40. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 32,5 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

47 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 30; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 133,2 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

48 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 12; 8; 5; 15, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 30; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 162,8 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

49 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 361,2 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33
- 0,30
- 0,46

- 0,41  
 0,36

50 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 12; 8; 15; 5, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 292,4 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

51 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 12; 8; 15; 5, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 18; 22; 30; 40. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 68,16 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

52 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 18; 22; 30; 40. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 88,92 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

53 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 20; 30; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 210 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

54 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 12; 8; 15; 5, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 20; 30; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 170 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,41  
 0,46  
 0,30  
 0,36

55 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 4; 6; 8; 10; 12, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 7; 13; 15; 20. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 13,32 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,36  
 0,33  
 0,41  
 0,46  
 0,30

56 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 7; 13; 15; 20, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 12; 18; 20; 30. Если стандартное

отклонение уравнения регрессии составляет 42,16 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,36  
 0,33  
 0,41  
 0,30  
 0,46

57 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 25, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 7; 13; 15; 20. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 16,28 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,46  
 0,36  
 0,33  
 0,30  
 0,41

58 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 15; 20; 25; 30, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 4; 6; 8; 10; 12. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 6,8 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,36  
 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41

59 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 4; 6; 8; 10; 12, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 30; 35; 50. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 119,6 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,36  
 0,46  
 0,41  
 0,33  
 0,30

60 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 4; 6; 8; 10; 12. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 8,4 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,41  
 0,33  
 0,36  
 0,46  
 0,30

61 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 28,98 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,30  
 0,33  
 0,36  
 0,41  
 0,46

62 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 30; 35; 50. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 101,2 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,46  
 0,36  
 0,30

- 0,41  
 0,33

63 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 30; 35; 40, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 39,44 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,30  
 0,36  
 0,46  
 0,33  
 0,41

64 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 15; 20; 25; 30, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 154,8 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,41  
 0,46  
 0,30  
 0,36

65 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 15; 20; 25; 30, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 14; 16; 20; 30. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 20,88 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,46  
 0,41  
 0,30  
 0,36

66 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 17,94 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,33  
 0,41  
 0,46  
 0,30  
 0,36

67 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 15; 20; 25; 30. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 27,5 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,30  
 0,41  
 0,33  
 0,36  
 0,46

68 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 30; 35; 40, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 361,2 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,36  
 0,46  
 0,41  
 0,30  
 0,33

69 Исследуется зависимость ВВП от инвестиций. Изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 15; 20; 30; 35; 40, а изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 20. Если

стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 23,46 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,46
- 0,41
- 0,36
- 0,30
- 0,33

70 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Если значение параметра модели не меняется во времени, то данный параметр является экзогенным параметром;
- Если значение параметра модели вычисляется вне модели и включается в нее в готовом виде, то данный параметр является экзогенным параметром;
- Если значение параметра модели определяется после решения этой модели, то данный параметр является экзогенным параметром;
- Если значение параметра модели не может быть случайной величиной, то данный параметр является экзогенным параметром;
- Если значение параметра модели может быть случайной величиной, то данный параметр является экзогенным параметром;

71 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Если значение параметра модели не может быть случайной величиной, то данный параметр является эндогенным параметром;
- Если значение параметра модели не меняется во времени, то данный параметр является эндогенным параметром;
- Если значение параметра модели может быть случайной величиной, то данный параметр является эндогенным параметром;
- Если значение параметра модели определяется после решения этой модели, то данный параметр является эндогенным параметром;
- Если значение параметра модели вычисляется вне модели и включается в нее в готовом виде, то данный параметр является эндогенным параметром;

72 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=20,15$  и  $b_1=20,18$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 2,53 и 4,80 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,96
- 34,00
- 34,93
- 34,17
- 34,29

73 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=20,15$  и  $b_1=20,15$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 2,53 и 4,79 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,96
- 34,24
- 34,00
- 34,17
- 34,93

74 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,11$  и  $b_1=20,15$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 7,67 и 4,58 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,96
- 34,29
- 34,93
- 34,17

75 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,11$  и  $b_1=20,14$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 7,67 и 3,36 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,96
- 34,29
- 34,00
- 34,17
- 34,93

76 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=20,12$  и  $b_1=45,11$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 14,94 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,96
- 34,00
- 34,29
- 34,17
- 34,93

77 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=48,18$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 6,40 и 3,35 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,96
- 34,93
- 34,17
- 34,24
- 34,00

78 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=48,18$  и  $b_1=20,14$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 4,78 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

79 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=20,15$  и  $b_1=48,17$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 8,42 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  при 95% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

80 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=20,15$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 2,53 и 6,46 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

81 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Разделение параметров экономико-математической модели на экзогенные и эндогенные параметры связано с положительностью или отрицательностью значений этих параметров;
- Разделение параметров экономико-математической модели на экзогенные и эндогенные параметры связано с определением их значений вне модели или же в процессе решения модели;
- Разделение параметров экономико-математической модели на экзогенные и эндогенные параметры связано с целочисленностью или дробностью значений этих параметров;
- Разделение параметров экономико-математической модели на экзогенные и эндогенные параметры связано с их детерминистическими или стохастическими характерами;
- Разделение параметров экономико-математической модели на экзогенные и эндогенные параметры связано с характером зависимости или независимости их значений от временного фактора;

82 Какое из нижеприведенных высказываний относительно типов моделей не верно?

- Экономико-математические модели - это отображение свойств экономических систем в виде таблиц, диаграм, графиков;
- Логико-математические модели - это формально-математическое отображение важных с точки зрения цели исследования свойств системы;
- Графические модели отображают внешние характеристики, контуры систем;
- Физические модели отображают внутреннюю природу систем, их системообразующие свойства;
- Экономико-математические модели - это обобщенное отображение важных с точки зрения цели исследования свойств системы в виде неравенств, уравнений и т.д.;

83 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=48,17$  и  $b_1=45,11$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 6,46 и 4,87 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

84 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,11$  и  $b_1=20,13$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 6,77 и 3,31 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 95% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

85 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,11$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 14,89 и 7,78 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

86 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=48,17$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 4,87 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,24

87 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=48,17$  и  $b_1=45,10$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 6,77 и 7,78 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,17
- 34,29
- 34,93
- 34,96
- 34,00

88 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,10$  и  $b_1=48,17$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 7,78 и 8,01 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  при 95% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,29

89 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Модели подразделяются на имитационные, физические и графические модели;
- Модели подразделяются на физические, логико-математические и графические модели;
- Модели подразделяются на физические, логико-математические и стохастические модели;
- Модели подразделяются на физические, эмпирические и динамические модели;
- Модели подразделяются на графические, логико-математические и балансовые модели;

90 Какое из нижеприведенных высказываний не верно?

- Модель есть полное отображение всех характеристик изучаемой системы;
- Модель не является полным отображением объекта, а является его упрощенным отображением;
- Модель есть обобщенное отображения основных характеристик системы с точки зрения поставленной цели;
- Основу построения всех моделей составляет принцип философии, называемый принципом аналогии;
- Модель служит промежуточным звеном между реальным объектом и человеческим мышлением и способствует познанию реальной действительности;

91 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,10$  и  $b_1=20,13$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 7,76 и 4,79 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 99% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,93
- 34,96
- 34,24

92 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,10$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 7,76 и 3,35 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,93
- 34,00
- 34,29
- 34,96
- 34,17

93 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,10$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 3,14 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 95% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,17
- 34,96
- 34,93
- 34,29
- 34,00

94 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,10$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 3,35 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  при 95% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,17
- 34,00
- 34,24
- 34,96
- 34,93

95 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=45,10$  и  $b_1=20,12$ . Наблюдаемые значения  $t$ -статистики для этих коэффициентов составляют соответственно 8,28 и 3,35 единиц. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  при 90% доверительной вероятности (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,17
- 34,29
- 34,96
- 34,93

96 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Целью эконометрики является определение множества управленческих стратегий по экономическим системам;
- Целью эконометрики является построение оптимальных стратегий управления экономическими системами;
- Целью эконометрики является отображение количественных зависимостей экономических систем в виде качественных зависимостей;
- Целью эконометрики является отображение качественных зависимостей экономических систем в виде количественных зависимостей;
- Целью эконометрики является определение взаимоотношений экономических систем с другими системами;

97 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Объектом эконометрики являются количественные показатели, а предметом качественные показатели;
- Объектом эконометрики являются экономические законы, а предметом экономические отношения;
- Объектом эконометрики являются математические формулы, а предметом экономические системы;
- Объектом эконометрики являются экономические системы, а предметом количественные зависимости, объективно существующие между этими системами;
- Объектом эконометрики являются сложные математические формулы, а предметом сложные экономические процессы;

98 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,02$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 206,72$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,27$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93

- 34,29
- 34,00
- 34,17
- 34,96

99 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,03$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 248,20$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,27$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,17
- 34,29
- 34,96
- 34,00
- 34,93

100 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 198,96$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,27$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93
- 34,29
- 34,00
- 34,96
- 34,17

101 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,02$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 258,10$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,27$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,29
- 34,93
- 34,96
- 34,00
- 34,17

102 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .  
Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,02$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 258,40$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,27$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,17  
 34,00  
 34,29  
 34,96

103 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .  
Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,03$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 200,88$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,96  
 34,00  
 34,17  
 34,29

104 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .  
Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 248,70$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,96  
 34,93  
 34,17  
 34,29  
 34,00

105 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .  
Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,02$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 199,04$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 711,48$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,29
- 34,93
- 34,00
- 34,17
- 34,96

106 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,02$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 258,10$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,20$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,29
- 34,17
- 34,96
- 34,93
- 34,00

107 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 205,04$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 711,48$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93
- 34,96
- 34,29
- 34,17
- 34,00

108 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,03$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 206,24$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,00
- 34,17
- 34,29
- 34,96
- 34,93

109 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,03$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 249,90$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 452,97$ ;  $\sum e^2 = 711,48$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93
- 34,29
- 34,96
- 34,17
- 34,00

110 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 249,90$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,20$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,17
- 34,29
- 34,96
- 34,93
- 34,00

111 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 197,60$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить среднее значение квадрата показателя годового оборота (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,29
- 34,96
- 34,00
- 34,93
- 34,17

112 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,24$ ;  $\bar{y} = 15,06$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 108,07$ ;  
 $\sum (x - \bar{x})^2 = 5,03$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 50,27$ ;  $\sum e^2 = 33,52$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 1,24

113 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x}^2 = 1,15$ ;  $\bar{y}^2 = 5,06$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 108,07$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,04$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 40,20$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,85
- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24

114 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x}^2 = 7,29$ ;  $\bar{y}^2 = 5,06$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 103,07$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,09$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 40,13$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,89
- 4,85
- 5,24
- 1,24
- 2,09

115 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x}^2 = 0,14$ ;  $\bar{y}^2 = 5,06$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 103,07$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,32$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 40,13$ ;  $\sum e^2 = 828,42$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24
- 4,85

116 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x}^2 = 4,33$ ;  $\bar{y}^2 = 9,16$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 108,07$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 5,03$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 40,13$ ;  $\sum e^2 = 33,52$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24  
 1,89  
 2,09  
 1,24  
 4,85

117 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x}^2 = 1,39$ ;  $\bar{y}^2 = 11,30$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 108,07$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 5,03$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 40,20$ ;  $\sum e^2 = 33,52$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09  
 1,89  
 5,24  
 4,85  
 1,24

118 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x}^2 = 9,18$ ;  $\bar{y}^2 = 15,06$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 105,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,32$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 50,27$ ;  $\sum e^2 = 66,32$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09  
 1,89  
 5,24  
 4,85  
 1,24

119 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,32$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 711,48$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09  
 1,24

- 4,85
- 5,24
- 1,89

120 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 0,87$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 2,09

121 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 13,39$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,85
- 2,09
- 1,89
- 1,24
- 5,24

122 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,32$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 151,20$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09
- 1,89
- 4,85
- 5,24
- 1,24

123 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 33,14$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 709,86$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24  
 1,89  
 2,09  
 1,24  
 4,85

124 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 5,03$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 828,42$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09  
 5,24  
 1,89  
 1,24  
 4,85

125 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 5,03$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum e^2 = 709,86$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,89  
 2,09  
 1,24  
 4,85  
 5,24

126 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,01$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\bar{x}^2 = 5,71$ ;  $\bar{y}^2 = 155,16$ ;  $\sum e^2 = 123,78$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,89

- 4,85
- 5,24
- 1,24
- 2,09

127 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 4,79$ ;  $\overline{y^2} = 155,16$ ;

$\sum e^2 = 123,78$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,85
- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24

128 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,01$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 18,06$ ;  $\overline{y^2} = 155,16$ ;

$\sum e^2 = 338,64$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,89
- 4,85
- 2,09
- 5,24
- 1,24

129 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,01$ ;  $\bar{y} = 5,25$ ;  $\overline{x^2} = 4,34$ ;  $\overline{y^2} = 155,16$ ;

$\sum e^2 = 338,64$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09
- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 1,24

130 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 5,20$ ;  $\overline{y^2} = 155,16$ ;

$\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09
- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 1,24

131 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 16,24$ ;  $\overline{y^2} = 155,16$ ;

$\sum e^2 = 122,96$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09
- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 1,24

132 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 15,04$ ;  $\overline{y^2} = 135,85$ ;

$\sum e^2 = 948$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24
- 4,85

133 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 14,98$ ;  $\overline{y^2} = 134,33$ ;

$\sum e^2 = 151,2$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24
- 4,85

134 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 8-ми предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 15,04$ ;  $\overline{y^2} = 100,15$ ;

$\sum e^2 = 812,94$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,85
- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24

135 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 42,25$ ;  $\overline{x^2} = 22,56$ ;  $\overline{y^2} = 175,03$ ;

$\sum e^2 = 284,16$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 1,89
- 2,09
- 5,24
- 4,85

136 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 22,75$ ;  $\overline{y^2} = 175,03$ ;

$\sum e^2 = 26,24$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,85
- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89

137 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 42,25$ ;  $\overline{x^2} = 23,52$ ;  $\overline{y^2} = 100,15$ ;

$\sum e^2 = 511,04$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 1,89
- 2,09
- 5,24
- 4,85

138 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 23,52$ ;  $\overline{y^2} = 172,07$ ;  $\sum e^2 = 66,32$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить стандартную ошибку коэффициента значение коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09  
 5,24  
 4,85  
 1,24  
 1,89

139 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 6,50$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 513,27$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05  
 232,52  
 242,29  
 235,62  
 225,84

140 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 6,50$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 645,61$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 232,52  
 213,05  
 225,84  
 235,62  
 242,29

141 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 25,97$ ;  $\sum (y - \bar{y})^2 = 981,75$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 242,29
- 232,52
- 235,62
- 225,85

142 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 8,89$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,67$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 704,61$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 225,84
- 213,05
- 232,52
- 242,29
- 235,62

143 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 8,89$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 87,24$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 887,71$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 232,52
- 225,85
- 213,05
- 235,62
- 242,29

144 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 528,45$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 225,85
- 232,52
- 242,29

145 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 29,27$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 981,75$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 232,52
- 242,29
- 235,62
- 225,84

146 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 29,27$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 550,66$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

147 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 8,89$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,67$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 968,83$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 232,52
- 225,85
- 235,62
- 242,29
- 213,05

148 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 8,89$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 87,24$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 941,04$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

149 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 484,20$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ ;  $r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

150 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,02$ ;  $\bar{x}^2 = 19,67$ ;  $\bar{y}^2 = 151,73$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

151 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,02$ ;  $\bar{x}^2 = 19,67$ ;  $\bar{y}^2 = 194,50$ ;

$r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 242,29

- 213,05
- 225,84
- 235,62
- 232,52

152 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 195,71$ ;

$r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,84

153 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 171,76$ ;

$r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

154 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 14,12$ ;  $\overline{y^2} = 172,07$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 225,85
- 242,29
- 232,52
- 235,62

155 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 192,40$ ;

$r_{xy} = 0,87$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 242,29
- 225,85
- 235,62
- 232,52
- 213,05

156 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 25,95$ ;  $\overline{y^2} = 156,41$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

157 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 18,06$ ;  $\overline{y^2} = 155,16$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

158 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 153,45$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 235,62
- 242,29
- 232,52
- 225,85

159 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 14,12$ ;  $\overline{y^2} = 134,32$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 225,85
- 213,05
- 232,52
- 242,29
- 235,62

160 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 131,41$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 232,52
- 235,62
- 242,29
- 225,85

161 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 25,94$ ;  $\overline{y^2} = 175,03$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05
- 232,52
- 242,29
- 235,62
- 225,85

162 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 18,06$ ;  $\overline{y^2} = 175,03$

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 225,85
- 242,29
- 232,52

- 235,62  
 213,05

163 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,08$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 172,07$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 213,05  
 232,52  
 242,29  
 235,62  
 225,85

164 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 10,18$ ;  $\overline{x^2} = 14,12$ ;  $\overline{y^2} = 172,07$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 225,85  
 232,52  
 242,29  
 235,62  
 213,05

165 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y = 27,38 + 14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,18 & -2,13 \\ -2,13 & 4,25 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,40  
 0,46  
 0,41  
 0,36

166 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,18 & -2,13 \\ -2,13 & 4,25 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,51  
 0,36

167 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=25,34+130,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,25 & -2,13 \\ -2,13 & 5,18 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,51  
 0,36

168 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 18-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+76,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,18 & -2,13 \\ -2,13 & 4,25 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,40  
 0,46  
 0,41  
 0,36

169 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 17-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,18 & -2,13 \\ -2,13 & 4,25 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,40  
 0,46  
 0,41  
 0,36

170 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 31-му предприятию этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=14,23+76,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 3,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,18 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,40  
 0,46  
 0,41  
 0,36

171 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 18-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,25 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

172 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=130,15+27,38X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

173 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,36  
 0,33  
 0,46  
 0,41  
 0,30

174 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 25-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

175 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 3,13 & -2,13 \\ -2,13 & 5,18 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

176 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 16-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 3,65 & -2,13 \\ -2,13 & 5,25 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,51
- 0,36

177 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 27-и предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=25,34+130,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,33
- 0,40
- 0,46
- 0,41
- 0,36

178 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 18-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=14,23+76,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

179 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 17-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}, \text{ то определить стандартную ошибку}$$

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,36

180 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 31-му предприятию этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+76,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 3,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,18 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

181 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 18-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,25 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,46  
 0,30  
 0,36  
 0,33  
 0,41

182 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+27,38X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,06, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,36  
 0,41  
 0,46  
 0,33  
 0,30

183 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,41
- 0,36
- 0,33
- 0,30
- 0,46

184 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 25-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить стандартную ошибку

коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,36
- 0,30
- 0,46
- 0,41
- 0,33

185 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,035, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 3,65 & -2,13 \\ -2,13 & 5,25 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму

квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96
- 0,92
- 0,80
- 0,84
- 0,87

186 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 16-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,06, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 3,65 & -2,13 \\ -2,13 & 5,25 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму

квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80
- 0,84
- 0,96
- 0,87
- 0,92

187 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 27-и предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=25,34+130,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96  
 0,80  
 0,72  
 0,75  
 0,87

188 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 18-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+76,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,06, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96  
 0,87  
 0,84  
 0,92  
 0,80

189 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 17-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,96  
 0,87  
 0,75  
 0,72

190 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 31-му предприятию этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+76,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,18 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87
- 0,96
- 0,80
- 0,92
- 0,84

191 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 18-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,18 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму

квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96
- 0,87
- 0,84
- 0,92
- 0,80

192 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=130,15+27,38X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,03, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -5,25 \\ -5,25 & 4,18 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму

квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96
- 0,80
- 0,87
- 0,75
- 0,72

193 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 26-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:

$Y=27,38+14,23X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму

квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96
- 0,84
- 0,87
- 0,92
- 0,80

194 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 25-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=130,15+25,34X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 4,18 & -5,25 \\ -5,25 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,87  
 0,96  
 0,92

195 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,25+5,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

196 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,25+5,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,12 & -2,13 \\ -2,13 & 2,62 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90  
 0,94

197 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,18+3,25X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,12 & -2,13 \\ -2,13 & 2,62 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94
- 0,82
- 0,93
- 0,88
- 0,89

198 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,25+4,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,12 & -2,13 \\ -2,13 & 2,62 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,82
- 0,89
- 0,88
- 0,93
- 0,94

199 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,25+4,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,91
- 0,94
- 0,95
- 0,90
- 0,96

200 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=4,18+5,25X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,91
- 0,94
- 0,90
- 0,96
- 0,95

201 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=2,18+3,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,95  
 0,91  
 0,94  
 0,90  
 0,96

202 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,15+2,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -1,12 \\ -1,12 & 1,06 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,90  
 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96

203 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,15+2,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,89  
 0,88  
 0,93  
 0,82

204 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=2,18+3,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94
- 0,96
- 0,95
- 0,91
- 0,90

205 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=2,18+3,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,12 & -2,13 \\ -2,13 & 2,62 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94
- 0,93
- 0,88
- 0,89
- 0,82

206 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,15+2,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94
- 0,93
- 0,88
- 0,89
- 0,82

207 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,25+5,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -1,12 \\ -1,12 & 1,06 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94
- 0,96
- 0,95
- 0,91
- 0,90

208 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,18+3,25X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -1,12 \\ -1,12 & 1,06 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

209 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,18+3,25X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,93  
 0,88  
 0,89  
 0,82

210 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,25+5,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

211 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,18+3,25X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,93  
 0,88  
 0,89  
 0,82

212 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,25+4,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0.94  
 0.93  
 0.88  
 0.89  
 0.82

213 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=4,18+5,25X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0.94  
 0.96  
 0.95  
 0.91  
 0.90

214 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу

$y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,25+4,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -

$$\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -1,12 \\ -1,12 & 1,06 \end{bmatrix}, \text{ то определить значение коэффициента}$$

детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0.94  
 0.96  
 0.95  
 0.91  
 0.90

215 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=5,25+4,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1,06 & -1,12 \\ -1,12 & 2,13 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0.94  
 0.93  
 0.88  
 0.89  
 0.82

216 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=2,18+3,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -1,12 \\ -1,12 & 1,06 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0.94  
 0.96  
 0.95  
 0.91  
 0.90

217 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=3,15+2,18X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,13 & -1,12 \\ -1,12 & 1,06 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0.94  
 0.93  
 0.88  
 0.89  
 0.82

218 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=2,18+3,15X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 2,62 & -2,13 \\ -2,13 & 1,12 \end{bmatrix}$ , то определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

19.12.2016

- 0.94
- 0.93
- 0.88
- 0.89
- 0.82

219 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=130,15$  и  $b_1=25,34$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 3,03 единиц, а  $t_{набл b_0} = 2,53$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.72
- 0.75
- 0.76
- 0.74
- 0.82

220 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=18,26$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 2,19 единиц, а  $t_{набл b_0} = 1,59$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.72
- 0.75
- 0.76
- 0.74
- 0.82

221 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=130,15$  и  $b_1=27,38$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 3,46 единиц, а  $t_{набл b_0} = 5,66$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.72
- 0.75
- 0.76
- 0.74
- 0.82

222 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=27,38$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 2,53 единиц, а  $t_{набл b_0} = 3,03$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.84
- 0.96
- 0.93
- 0.92
- 0.87

223 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=130,15$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 7,61 единиц, а  $t_{набл b_0} = 2,31$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.87
- 0.96
- 0.93
- 0.92
- 0.84

224 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=130,15$  и  $b_1=25,34$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 2,09 единиц, а  $t_{набл b_0} = 7,09$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.87
- 0.96
- 0.93
- 0.92
- 0.84

225 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=76,23$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 3,32 единиц, а  $t_{набл b_0} = 2,31$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.96
- 0.92
- 0.93

- 0.84
- 0.87

226 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=76,23$  и  $b_1=27,38$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 3,46 единиц, а  $t_{набл b_0} = 5,66$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.72
- 0.82
- 0.75
- 0.76
- 0.74

227 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=130,15$  и  $b_1=25,34$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 2,53 единиц, а  $t_{набл b_0} = 3,03$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.72
- 0.76
- 0.75
- 0.82
- 0.74

228 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=18,26$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 2,31 единиц, а  $t_{набл b_0} = 7,61$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0.76
- 0.74
- 0.72
- 0.82
- 0.75

229 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=76,23$  и  $b_1=14,23$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 1,75 единиц, а  $t_{набл b_0} = 3,03$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

19.12.2016

- 0,75
- 0,82
- 0,72
- 0,74
- 0,76

230 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=27,38$  и  $b_1=14,23$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 1,89 единиц, а  $t_{набл b_0} = 4,79$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,72
- 0,74
- 0,76
- 0,75
- 0,82

231 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=130,15$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 7,61 единиц, а  $t_{набл b_0} = 2,31$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,87
- 0,96
- 0,93
- 0,92
- 0,84

232 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=25,34$  и  $b_1=130,15$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 5,66 единиц, а  $t_{набл b_0} = 3,46$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,96
- 0,84
- 0,87
- 0,92
- 0,93

233 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найден коэффициент уравнения регрессии  $b_0=130,15$  и  $b_1=25,34$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 2,09 единиц, а  $t_{набл b_0} = 7,09$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,84
- 0,96
- 0,93
- 0,92
- 0,87

234 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найден коэффициент уравнения регрессии  $b_0=130,15$  и  $b_1=25,34$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 1,59 единиц, а  $t_{набл b_0} = 2,19$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,93
- 0,84
- 0,87
- 0,92
- 0,96

235 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найден коэффициент уравнения регрессии  $b_0=27,38$  и  $b_1=14,23$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 1,89 единиц, а  $t_{набл b_0} = 4,79$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,72
- 0,74
- 0,75
- 0,76
- 0,82

236 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найден коэффициент уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=76,23$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 4,79 единиц, а  $t_{набл b_0} = 1,89$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,87
- 0,96
- 0,93

- 0,92  
 0,84

237 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=76,23$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 7,09 единиц, а  $t_{набл\ b_1} = 2,09$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,87  
 0,96  
 0,93  
 0,92  
 0,84

238 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 8,84$ ;  $\overline{xy} = 124,05$ ;  $\overline{x^2} = 113,74$ ;  $\overline{y^2} = 145,55$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

239 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 8,84$ ;  $\overline{xy} = 124,05$ ;  $\overline{x^2} = 113,74$ ;  $\overline{y^2} = 190,44$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,75  
 0,82  
 0,93  
 0,72  
 0,87

240 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,23$ ;  $\overline{xy} = 75,24$ ;  $\overline{x^2} = 103,25$ ;  $\overline{y^2} = 120,25$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,82  
 0,72  
 0,93  
 0,87  
 0,75

241 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 143,76$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 190,44$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 124,05$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,82  
 0,75  
 0,87  
 0,72

242 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 120,25$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 190,44$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 124,19$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87  
 0,72  
 0,93  
 0,82  
 0,75

243 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 46,65$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 124,19$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,75  
 0,93  
 0,72  
 0,87  
 0,82

244 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 15,23$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 77,44$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

245 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 15,23$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 53,14$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 124,19$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,72  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,93

246 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 15,23$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 124,19$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

247 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 15,23$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,58$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

248 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 53,14$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 144,62$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

249 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 53,14$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

250 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,4$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 71,57$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

251 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 77,89$ ;  $\overline{x^2} = 161,10$ ;

$\overline{y^2} = 118,83$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93  
 0,87  
 0,75  
 0,82  
 0,72

252 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 75,93$ ;  $\overline{x^2} = 108,88$ ;

$\overline{y^2} = 120,25$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87  
 0,82  
 0,93  
 0,72  
 0,75

253 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 77,98$ ;  $\overline{x^2} = 108,88$ ;

$\overline{y^2} = 120,25$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93
- 0,87
- 0,75
- 0,82
- 0,72

254 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 77,98$ ;  $\overline{x^2} = 103,83$ ;

$\overline{y^2} = 118,89$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93
- 0,87
- 0,75
- 0,82
- 0,72

255 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 71,24$ ;  $\overline{x^2} = 103,83$ ;

$\overline{y^2} = 118,89$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93
- 0,87
- 0,75
- 0,82
- 0,72

256 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 71,24$ ;  $\overline{x^2} = 103,83$ ;

$\overline{y^2} = 120,25$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93
- 0,87
- 0,75
- 0,82
- 0,72

257 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 75,24$ ;  $\overline{x^2} = 103,83$ ;  $\overline{y^2} = 120,25$ . Если учесть, что между этими показателями существует линейная регрессионная зависимость, то определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,93
- 0,87
- 0,75
- 0,82
- 0,72

258 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,77$ ;  $\bar{y} = 8,39$ ;  $\overline{x^2} = 61,12$ ;  $\overline{y^2} = 72,14$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 27,36$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,99
- 0,84
- 0,87
- 0,96
- 0,92

259 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,27$ ;  $\bar{y} = 3,88$ ;  $\overline{x^2} = 7,14$ ;  $\overline{y^2} = 17,14$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 45,12$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,84
- 0,92
- 0,99
- 0,96
- 0,87

260 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,2$ ;  $\bar{y} = 2,35$ ;  $\overline{x^2} = 12,18$ ;  $\overline{y^2} = 8,39$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 47,28$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,84
- 0,96
- 0,99
- 0,92
- 0,87

261 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 8,16; \bar{y} = 5,15; \overline{x^2} = 68,45; \overline{y^2} = 29,47;$

$\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 48,96$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,92  
 0,87  
 0,96  
 0,84  
 0,99

262 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,15; \bar{y} = 8,39; \overline{x^2} = 28,97; \overline{y^2} = 72,21;$

$\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 46,56$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87  
 0,96  
 0,92  
 0,99  
 0,84

263 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,88; \bar{y} = 17,14; \sum (x - \bar{x})^2 = 27,13;$

$\sum (y - \bar{y})^2 = 110,54; \overline{xy} = 51,55$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,99  
 0,96  
 0,87  
 0,84  
 0,92

264 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 12,18; \bar{y} = 19,41; \sum (x - \bar{x})^2 = 115,20;$

$\sum (y - \bar{y})^2 = 122,12; \overline{xy} = 240,57$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,99  
 0,96  
 0,87  
 0,84  
 0,92

265 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,88; \bar{y} = 18,21; \sum (x - \bar{x})^2 = 27,13;$

$\sum (y - \bar{y})^2 = 131,18; \overline{xy} = 72,81$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87
- 0,96
- 0,99
- 0,92
- 0,84

266 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,35; \bar{y} = 17,14; \sum (x - \bar{x})^2 = 114,21;$

$\sum (y - \bar{y})^2 = 97,68; \overline{xy} = 44,5$ . Определить значение коэффициента корреляции (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87
- 0,96
- 0,99
- 0,92
- 0,84

267 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,18; \bar{y} = 13,79; \overline{x^2} = 29,59$

$\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 97,44$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,51
- 5,45
- 2,15
- 1,47
- 4,32

268 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,12; \bar{y} = 12,98; \overline{x^2} = 28,97$

$\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 97,44$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,47
- 2,15
- 4,32
- 1,51
- 5,45

269 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,18; \bar{y} = 8,39; \overline{x^2} = 28,97;$

$\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 110,4$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,51
- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15

270 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,15; \bar{y} = 24,4; \overline{x^2} = 28,97$

$\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 253,92$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 5,45
- 1,51

271 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,13; \bar{y} = 8,22; \overline{xy} = 39,93;$

$\sum (x - \bar{x})^2 = 97,68$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 2,15
- 1,47
- 4,32
- 1,51

272 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,78; \bar{y} = 7,18; \overline{xy} = 34,33;$

$\sum (x - \bar{x})^2 = 114,21$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 1,47
- 2,15
- 4,32
- 1,51

273 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,35$ ;  $\bar{y} = 17,13$ ;  $\overline{xy} = 66,22$ ;

$\sum (x - \bar{x})^2 = 114,21$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,51
- 4,32
- 2,15
- 1,47
- 5,45

274 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,77$ ;  $\bar{y} = 18,21$ ;  $\overline{xy} = 150,25$ ;

$\sum (x - \bar{x})^2 = 97,68$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,32
- 2,15
- 1,47
- 5,45
- 1,51

275 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в отрасли. Для этого собрана информация по 24-ям предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 11,24$ ;  $\bar{y} = 21,97$ ;  $\overline{xy} = 253,69$ ;

$\sum (x - \bar{x})^2 = 110,25$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 1,47
- 2,15
- 4,32
- 1,51

276 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 8,29$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 55,06$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 235,93$ ;  $r_{xy} = 0,72$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 1,24
- 2,09

277 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05; \bar{y} = 8,89; \sum(x - \bar{x})^2 = 55,06;$

$\sum(y - \bar{y})^2 = 412,09; r_{xy} = 0,72$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 2,09
- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 1,24

278 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05; \bar{y} = 6,17; \sum(x - \bar{x})^2 = 23,72;$

$\sum(y - \bar{y})^2 = 54,32; r_{xy} = 0,82$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 2,09
- 1,89
- 1,24
- 4,85
- 5,24

279 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05; \bar{y} = 6,17; \sum(x - \bar{x})^2 = 23,72;$

$\sum(y - \bar{y})^2 = 150,31; r_{xy} = 0,75$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 4,85
- 2,09
- 1,89
- 5,24
- 1,24

280 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05; \bar{y} = 10,17; \sum(x - \bar{x})^2 = 6,50;$

$\sum(y - \bar{y})^2 = 150,31; r_{xy} = 0,82$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

281 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 6,50$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 227,41$ ;  $r_{xy} = 0,82$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

282 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 29,27$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 227,41$ ;  $r_{xy} = 0,75$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

283 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 4,67$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 227,41$ ;  $r_{xy} = 0,75$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

284 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 8,89$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 87,24$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 412,09$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

285 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 6,17$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 412,09$ ;  $r_{xy} = 0,87$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

286 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 11,18$ ;  $\bar{x}^2 = 14,12$ ;  $\bar{y}^2 = 472,07$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

287 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\bar{x}^2 = 19,67$ ;  $\bar{y}^2 = 181,2$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

288 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,05$ ;  $\bar{y} = 8,63$ ;  $\bar{x}^2 = 25,95$ ;  $\bar{y}^2 = 120,02$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

289 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 10,35$ ;  $\overline{x^2} = 18,06$ ;  $\overline{y^2} = 120,02$ ;

$r_{xy} = 0,75$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

290 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 6,36$ ;  $\overline{x^2} = 19,67$ ;  $\overline{y^2} = 44,12$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

291 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,11$ ;  $\bar{y} = 2,32$ ;  $\overline{x^2} = 6,21$ ;  $\overline{y^2} = 9,76$ ;

$r_{xy} = 0,96$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

292 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,18$ ;  $\bar{y} = 10,05$ ;  $\overline{x^2} = 12,18$ ;  $\overline{y^2} = 115,21$ ;

$r_{xy} = 0,82$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,47
- 5,45
- 1,51
- 4,32
- 2,15

293 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,32$ ;  $\bar{y} = 5,65$ ;  $\overline{x^2} = 9,76$ ;  $\overline{y^2} = 42,68$ ;

$r_{xy} = 0,96$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

294 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,15$ ;  $\bar{y} = 10,05$ ;  $\overline{x^2} = 6,75$ ;  $\overline{y^2} = 115,21$ ;

$r_{xy} = 0,57$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

295 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,14$ ;  $\bar{y} = 10,05$ ;  $\overline{x^2} = 10,25$ ;  $\overline{y^2} = 115,21$ ;

$r_{xy} = 0,71$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

296 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,40$ ;  $\bar{y} = 18,84$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 71,57$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,26$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

297 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 7,40$ ;  $\bar{y} = 15,23$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 71,74$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,58$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,89
- 2,09
- 1,24
- 4,85

298 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 9,15$ ;  $\bar{y} = 20,36$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 71,32$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 190,44$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 149,06$ . Определить значение

коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

299 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 8,36$ ;  $\bar{y} = 45,53$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 71,74$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 190,44$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 374,45$ . Определить значение

коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

300 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 8,36$ ;  $\bar{y} = 15,22$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 279,50$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 346,58$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

301 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 9,15$ ;  $\bar{y} = 45,62$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 382,59$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 346,58$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

302 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 9,15$ ;  $\bar{y} = 24,36$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 71,46$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 149,36$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

303 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 79,03$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 149,36$ . Определить значение

коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

304 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\sum(x - \bar{x})^2 = 79,03$ ;

$\sum(y - \bar{y})^2 = 454,97$ ;  $\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 165,17$ . Определить значение

коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

305 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25; \bar{y} = 12,88; \sum(x - \bar{x})^2 = 79,03;$   
 $\sum(y - \bar{y})^2 = 190; \sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 149,36$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью 0,01 единиц).

- 2,09
- 5,24
- 4,85
- 1,24
- 1,89

306 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 12,18; \bar{y} = 20,05; \sum(x - \bar{x})^2 = 40,18;$   
 $\sum(y - \bar{y})^2 = 110,15; \sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 59,06$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

307 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 21,18; \bar{y} = 33,45; \sum(x - \bar{x})^2 = 31,14;$   
 $\sum(y - \bar{y})^2 = 115,82; \sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 47,02$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

308 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,88; \bar{y} = 20,02; \sum(x - \bar{x})^2 = 41,12;$   
 $\sum(y - \bar{y})^2 = 65,82; \sum(x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 224,10$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

309 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,88$ ;  $\bar{y} = 13,79$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 63,11$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 112,82$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 135,69$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

310 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 12,18$ ;  $\bar{y} = 19,41$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 115,20$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 122,12$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 169,34$ . Определить значение

коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

311 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,88$ ;  $\bar{y} = 17,21$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 27,13$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 110,54$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 147,86$ . Определить значение

коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,51
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 5,45

312 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 21,18$ ;  $\bar{y} = 37,43$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 80,91$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 75,82$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 122,18$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,47
- 4,32
- 1,51
- 5,45
- 2,15

313 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,88$ ;  $\bar{y} = 18,21$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 27,13$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 131,18$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 117,21$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

314 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 12,64$ ;  $\bar{y} = 31,50$ ;  $\sum (x - \bar{x})^2 = 105,10$ ;

$\sum (y - \bar{y})^2 = 127,15$ ;  $\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y}) = 225,97$ . Определить значение

коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

315 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 24,36$ ;  $\overline{xy} = 205,12$ ;  $\overline{x^2} = 37,45$ ;

$\overline{y^2} = 190,44$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 1,89
- 5,24
- 4,85
- 2,09

316 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 9,11$ ;  $\overline{xy} = 226,15$ ;  $\overline{x^2} = 113,97$ ;

$\overline{y^2} = 145,55$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 4,85
- 2,09
- 5,24
- 1,89
- 1,24

317 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 7,78$ ;  $\overline{xy} = 152,06$ ;  $\overline{x^2} = 113,97$ ;  $\overline{y^2} = 145,55$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

318 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 12,83$ ;  $\overline{xy} = 149,36$ ;  $\overline{x^2} = 27,68$ ;  $\overline{y^2} = 118,83$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

319 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,05$ ;  $\bar{y} = 10,35$ ;  $\overline{xy} = 149,36$ ;  $\overline{x^2} = 67,81$ ;  $\overline{y^2} = 120,25$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

320 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,05$ ;  $\bar{y} = 12,03$ ;  $\overline{xy} = 149,36$ ;  $\overline{x^2} = 29,91$ ;  $\overline{y^2} = 120,25$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

321 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 7,16$ ;  $\overline{xy} = 149,36$ ;  $\overline{x^2} = 113,97$ ;  $\overline{y^2} = 118,89$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

322 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 149,36$ ;  $\overline{x^2} = 103,83$ ;  $\overline{y^2} = 118,89$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

323 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 250,12$ ;  $\overline{x^2} = 117,16$ ;  $\overline{y^2} = 120,25$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

324 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,25$ ;  $\bar{y} = 10,12$ ;  $\overline{xy} = 205,12$ ;  $\overline{x^2} = 103,83$ ;  $\overline{y^2} = 120,25$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,24
- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85

325 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,12$ ;  $\bar{y} = 11,85$ ;  $\overline{xy} = 63,76$ ;  $\overline{x^2} = 28,31$ ;  $\overline{y^2} = 42,12$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

326 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,27$ ;  $\bar{y} = 14,52$ ;  $\overline{xy} = 34,05$ ;  $\overline{x^2} = 5,35$ ;  $\overline{y^2} = 11,13$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

327 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,22$ ;  $\bar{y} = 8,39$ ;  $\overline{xy} = 30,83$ ;  $\overline{x^2} = 12,14$ ;  $\overline{y^2} = 41,12$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 2,15
- 1,51

328 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,14$ ;  $\bar{y} = 11,7$ ;  $\overline{xy} = 54,45$ ;  $\overline{x^2} = 21,12$ ;  $\overline{y^2} = 33,14$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 4,32
- 1,47
- 1,51
- 2,15

329 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,12$ ;  $\bar{y} = 14,99$ ;  $\overline{xy} = 59,64$ ;  $\overline{x^2} = 12,71$ ;  $\overline{y^2} = 31,12$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 1,51
- 2,15
- 1,47
- 4,32

330 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 5,12$ ;  $\bar{y} = 12,05$ ;  $\overline{xy} = 79,66$ ;  $\overline{x^2} = 38,11$ ;  $\overline{y^2} = 31,12$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,47
- 2,15
- 5,45
- 1,51
- 4,32

331 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,22$ ;  $\bar{y} = 19,7$ ;  $\overline{xy} = 78,84$ ;  $\overline{x^2} = 13,20$ ;  $\overline{y^2} = 27,54$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,51
- 1,47
- 2,15
- 4,32
- 5,45

332 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 2,27$ ;  $\bar{y} = 8,79$ ;  $\overline{xy} = 47,10$ ;  $\overline{x^2} = 23,62$ ;  $\overline{y^2} = 38,25$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 1,47
- 4,32
- 1,51
- 2,15

333 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 4,11$ ;  $\bar{y} = 9,94$ ;  $\overline{xy} = 63,70$ ;  $\overline{x^2} = 22,18$ ;

$\overline{y^2} = 38,19$ . Определить значение коэффициента  $b_1$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 5,45
- 1,51
- 2,15
- 1,47
- 4,32

334 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ .

Полученные данные таковы:  $\bar{x} = 3,14$ ;  $\bar{y} = 8,22$ ;  $\overline{xy} = 38,51$ ;  $\overline{x^2} = 15,77$ ;

$\overline{y^2} = 18,54$ . Определить значение коэффициента  $b_0$  уравнения регрессии, отображающего зависимость между затратами на рекламу и годовым оборотом (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,47
- 2,15
- 1,51
- 5,45
- 4,32

335 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 3 дней – 7 манат, 7 дней – 10 манат, 8 дней – 15 манат и 5 дней – 18 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,23
- 1,43
- 5,83
- 6,43
- 4,23

336 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 2, 2, 5, 5, 2, 2, 3, 2, 5, 6, 3, 5, 3, 5, 3, 2, 2, 3, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,05
- 1,50
- 5,45
- 6,25
- 2,15

337 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 1 дня объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 4 дней – 10 манат, 6 дней – 15 манат, 7 дней – 20 манат и 7 дней – 25 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,29
- 34,93
- 34,96
- 34,16
- 34,00

338 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 10 манат, 3 дней – 15 манат, 7 дней – 20 манат, 8 дней – 25 манат и 5 дней – 30 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,77

- 1,49
- 5,84
- 6,30
- 2,21

339 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $2f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат,  $f$  дней – 3 манат,  $5f$  дней – 5 манат,  $3f$  дней – 6 манат и  $2f$  дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 1,89
- 6,30
- 5,84
- 2,37
- 4,37

340 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 3 дней – 10 манат, 7 дней – 15 манат, 8 дней – 20 манат и 5 дней – 25 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 1,49
- 5,84
- 6,30
- 2,21
- 4,77

341 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 5, 2, 2, 3, 6, 5, 6, 3, 5, 3, 3, 6, 3, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,45
- 1,50
- 4,05
- 2,05
- 6,25

342 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 3 дней – 3 манат, 7 дней – 5 манат, 8 дней – 10 манат и 5 дней – 14 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,13
- 4,42
- 4,87
- 4,46
- 4,11

343 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 2, 2, 5, 3, 2, 5, 2, 2, 5, 5, 3, 5, 6, 2, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,32
- 1,51
- 5,64
- 6,30
- 2,21

344 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 5, 2, 2, 3, 6, 5, 6, 3, 5, 3, 3, 6, 3, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 1,43
- 2,23
- 4,23
- 6,43
- 5,83

345 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $2f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат,  $5f$  дней – 3 манат,  $f$  дней – 5 манат,  $f$  дней – 6 манат и  $3f$  дней – 8 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,45
- 2,15
- 4,05
- 1,50
- 6,25

346 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 3 дней – 7 манат, 7 дней – 10 манат, 8 дней – 15 манат и 5 дней – 18 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,96
- 34,16
- 34,29
- 34,93

347 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 3 дней – 10 манат, 7 дней – 15 манат, 8 дней – 20 манат и 5 дней – 25 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,00
- 34,96
- 34,16
- 34,29
- 34,93

348 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 3 дней – 3 манат, 7 дней – 6 манат, 8 дней – 11 манат и 5 дней – 15 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,84
- 2,37
- 4,38
- 1,89
- 6,30

349 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 1 дня объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 4 дней – 10 манат, 6 дней – 15 манат, 7 дней – 20 манат и 7 дней – 25 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,83
- 4,23
- 2,23
- 1,43
- 6,43

350 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 2, 2, 5, 5, 2, 2, 3, 2, 5, 6, 3, 5, 3, 5, 3, 2, 2, 3, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,91
- 2,37
- 4,37
- 1,47
- 6,30

351 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 8 дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2 дней – 3 манат, 3 дней – 5 манат, 5 дней – 6 манат и 7 дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,84
- 2,37
- 4,38
- 1,89
- 6,30

352 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 8 дней объемы ежедневных продаж составляли 3 манат, 7 дней – 7 манат, 5 дней – 10 манат, 2 дней – 12 манат и 3 дней – 15 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,87
- 4,46
- 4,02
- 4,13
- 4,42

353 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 3, 2, 5, 3, 5, 3, 2, 5, 3, 5, 3, 5, 6, 2, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,84
- 2,37
- 4,37
- 1,89
- 6,30

354 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 7 дней объемы ежедневных продаж составляли 10 манат, 3 дней – 15 манат, 8 дней – 20 манат, 5 дней – 24 манат и 2 дней – 30 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,93
- 34,16
- 34,29
- 34,00
- 34,96

355 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 4f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2f дней – 3 манат, 4f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 2f дней – 8 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,84
- 2,37
- 4,37
- 1,89
- 6,30

356 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 5 дней – 4 манат, 2 дней – 5 манат, 7 дней – 6 манат и 5 дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,84
- 2,21
- 4,77
- 1,49
- 6,30

357 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 6, 2, 3, 3, 6, 5, 6, 6, 5, 3, 5, 3, 5, 6, 2, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,83
- 4,23
- 2,23
- 1,43
- 6,43

358 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 3f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2f дней – 3 манат, 2f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 3f дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,88
- 5,24
- 5,77

- 5,94  
 5,19

359 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 8 дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2 дней – 3 манат, 3 дней – 5 манат, 7 дней – 6 манат и 5 дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,88  
 5,24  
 5,77  
 5,94  
 5,19

360 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $2f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат,  $f$  дней – 4 манат,  $5f$  дней – 5 манат,  $3f$  дней – 6 манат и  $5f$  дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,83  
 1,43  
 2,23  
 4,23  
 6,43

361 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 7 дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2 дней – 4 манат, 5 дней – 5 манат, 3 дней – 6 манат и 8 дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,77  
 5,94  
 5,88  
 5,19  
 5,24

362 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 3 дней объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 7 дней – 10 манат, 5 дней – 15 манат, 8 дней – 20 манат и 2 дней – 25 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,93  
 34,00  
 34,29  
 34,16  
 34,96

363 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 3 дней объемы ежедневных продаж составляли 5 манат, 7 дней – 10 манат, 5 дней – 15 манат, 8 дней – 20 манат и 2 дней – 25 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,37  
 6,30  
 5,91  
 1,47  
 2,37

364 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 2 дней объемы ежедневных продаж составляли 10 манат, 3 дней – 15 манат, 7 дней – 20 манат, 8 дней – 25 манат и 5 дней – 30 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,96  
 34,00  
 34,29  
 34,16  
 34,93

365 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 6, 2, 3, 3, 6, 5, 6, 6, 5, 3, 5, 3, 5, 6, 2, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

19.12.2016

- 5,64
- 1,49
- 4,77
- 2,21
- 6,30

366 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 2, 3, 6, 5, 6, 2, 3, 6, 5, 6, 3, 5, 3, 5, 3, 6, 2, 3, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 1,51
- 6,30
- 5,64
- 2,21
- 4,32

367 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 4f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2f дней – 3 манат, 4f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 2f дней – 8 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса объема продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,64
- 4,32
- 2,23
- 6,30
- 1,51

368 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 5; 4; 5; 4; 5; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,23
- 5,53
- 5,83
- 1,43
- 6,43

369 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 7 дней – 6 манат, 9 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,05
- 5,65
- 2,05
- 5,45
- 2,35

370 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 6; 5; 4; 8; 4; 6; 8; 4; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 3,37
- 2,47
- 4,87
- 1,47
- 5,77

371 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 5; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 4; 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочную числовую характеристику разброса объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,47
- 2,42
- 2,21
- 2,15
- 2,23

372 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении f дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 6f дней – 4 манат, 9f дней – 6 манат, 15f дней – 7 манат и 4f дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 25,36
- 34,14
- 34,60
- 34,16
- 25,39

373 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 4; 6; 8; 4; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочную числовую характеристику разброса объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,83
- 6,43
- 5,53
- 4,23
- 2,43

374 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 15 $f$  дней – 4 манат, 4 $f$  дней – 6 манат, 9 $f$  дней – 7 манат и 6 $f$  дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 34,14
- 20,39
- 20,29
- 34,16
- 34,60

375 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 5; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 4; 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 1,49
- 1,50
- 6,19
- 5,19
- 5,88

376 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 7 дней – 4 манат, 9 дней – 6 манат, 8 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 39,68
- 39,88
- 39,86
- 39,78
- 39,87

377 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 7 дней – 6 манат, 9 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 39,86
- 39,78
- 39,68
- 39,87
- 39,88

378 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 9 дней – 4 манат, 5 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 6,19
- 5,19
- 5,88
- 1,49
- 1,50

379 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 9 дней – 4 манат, 8 дней – 6 манат, 5 дней – 7 манат и 7 дней – 9 манат.

Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,24
- 5,94
- 5,64
- 5,54
- 5,84

380 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 5; 4; 5; 4; 5; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочную числовую характеристику разброса объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,05
- 5,65
- 5,45
- 2,05
- 2,35

381 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 7 дней – 4 манат, 9 дней – 6 манат, 8 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,42
- 2,21
- 2,47
- 2,23
- 2,15

382 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 8 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 9 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,10
- 1,51
- 5,91
- 6,31
- 2,41

383 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 8 дней – 4 манат, 7 дней – 6 манат, 9 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Издержки на реализацию единицы продукции составляет 5 манат и данная единица продукции продается за 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,32
- 4,42
- 4,83
- 4,73
- 4,46

384 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат,  $6f$  дней – 4 манат,  $4f$  дней – 6 манат,  $15f$  дней – 7 манат и  $9f$  дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,87
- 5,77
- 3,37
- 2,47
- 1,47

385 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 8 дней – 4 манат, 5 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 9 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,21
- 2,47
- 2,23

- 2,15  
 2,42

386 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 6; 5; 4; 8; 4; 6; 8; 4; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочную числовую характеристику разброса объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,47  
 2,42  
 2,21  
 2,15  
 2,23

387 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 8 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 9 дней – 9 манат. Издержки на реализацию единицы продукции составляет 5 манат и данная единица продукции продается за 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,46  
 4,42  
 4,83  
 4,73  
 4,32

388 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 8 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 9 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,83  
 5,53  
 4,23  
 6,43  
 1,43

389 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 7 дней – 4 манат, 9 дней – 6 манат, 8 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Издержки на реализацию единицы продукции составляет 5 манат и данная единица продукции продается за 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 4,42  
 4,83  
 4,73  
 4,32  
 4,46

390 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 7 дней – 6 манат, 9 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Издержки на реализацию единицы продукции составляет 5 манат и данная единица продукции продается за 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 39,88  
 39,86  
 39,87  
 39,78  
 39,68

391 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 9 дней – 4 манат, 8 дней – 6 манат, 5 дней – 7 манат и 7 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,05  
 5,65  
 5,45  
 2,35  
 4,05

392 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 5; 4; 5; 8; 5; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочную числовую характеристику разброса объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,47
- 2,42
- 2,23
- 2,15
- 2,21

393 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 9 дней – 4 манат, 5 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Издержки на реализацию единицы продукции составляет 5 манат и данная единица продукции продается за 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 3,37
- 4,87
- 5,77
- 1,47
- 2,47

394 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 5; 4; 5; 8; 5; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный разброс значений объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,19
- 1,50
- 6,19
- 1,49
- 5,88

395 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат,  $6f$  дней – 4 манат,  $15f$  дней – 6 манат,  $4f$  дней – 7 манат и  $9f$  дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить числовую характеристику разброса этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,47
- 3,37
- 1,47
- 4,87
- 5,77

396 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 6; 4; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 6; 5; 4; 6; 5; 6; 8; 4; 5. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочную числовую характеристику разброса объемов продаж (с точностью до 0,01 единиц):

- 5,53
- 1,43
- 6,43
- 4,23
- 5,83

397 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 7 дней – 4 манат, 9 дней – 6 манат, 8 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Издержки на реализацию единицы продукции составляет 5 манат и данная единица продукции продается за 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить относительный разброс этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 39,68
- 39,88
- 39,78
- 39,87
- 39,86

398 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 9 дней – 4 манат, 5 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить разброс значений этих объемов (с точностью до 0,01 единиц):

- 2,15
- 2,47

- 2,23  
 2,21  
 2,42

399 Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте и соответствующих расходах на рекламу. Если коэффициент детерминации составляет 0,70 единиц, а статистика Фишера равна 42, то определить объем выборки:

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

400 \*

При вычислении табличного значения  $F_{кр}$  чему равны значения параметров поиска?

- 1

$$F_{кр} = (\alpha; m; n + m - 1)$$

- 5

$$F_{кр} = \left(\frac{\alpha}{2}; m; n - m - 1\right)$$

- 2

$$F_{кр} = \left(\frac{\alpha}{2}; n - m - 1\right)$$

- 3

$$F_{кр} = \left(\frac{\alpha}{2}; n + m - 1\right)$$

- 4

$$F_{кр} = (\alpha; m; n - m - 1)$$

401 \*

При вычислении табличного значения  $t_{кр}$  чему равны значения параметров поиска?

- 5

$$t_{кр} = \left(\frac{\alpha}{2}; m; n - m - 1\right)$$

- 1

$$t_{кр} = (\alpha; m; n + m - 1)$$

- 4

$$t_{кр} = (\alpha; m; n - m - 1)$$

- 2

$$t_{кр} = \left(\frac{\alpha}{2}; n - m - 1\right)$$

- 3

$$t_{кр} = \left(\frac{\alpha}{2}; n + m - 1\right)$$

402 Выбрать правильную формулировку следующего определения относительно экономической интерпретации второй теоремы двойственности:

- 5

Согласно условию 2-ой теоремы двойственности

$$u_i^* \left( \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j^* - a_i \right) = 0 \quad (i = \overline{1, m})$$

двойственные оценки как дефицитных, так и избыточных ресурсов меньше нуля

4

Согласно условию 2-ой теоремы двойственности

$$u_i^* \left( \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j^* - a_i \right) = 0 \quad (i = \overline{1, m})$$

двойственные оценки дефицитных ресурсов равны нулю, а двойственные оценки избыточных ресурсов больше

3

Согласно условию 2-ой теоремы двойственности

$$u_i^* \left( \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j^* - a_i \right) = 0 \quad (i = \overline{1, m})$$

двойственные оценки как дефицитных, так и избыточных ресурсов больше нуля

2

Согласно условию 2-ой теоремы двойственности

$$u_i^* \left( \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j^* - a_i \right) = 0 \quad (i = \overline{1, m})$$

двойственные оценки как дефицитных, так и избыточных ресурсов равны нулю

1

Согласно условию 2-ой теоремы двойственности

$$u_i^* \left( \sum_{j=1}^n a_{ij} x_j^* - a_i \right) = 0 \quad (i = \overline{1, m})$$

двойственные оценки единиц дефицитных ресурсов больше нуля, а двойственные оценки избыточных ресурсов равны нулю

403 Какое из нижеприведенных высказываний относительно 2-ой теоремы двойственности верно?

1

$$\text{Условие } x_j^* \left( \sum_{i=1}^m a_{ij} u_i^* - P_j \right) = 0 \quad (j = \overline{1, n})$$

способствует определению цен реализации продукции, выпускаемой предприятием

5

$$\text{Условие } x_j^* \left( \sum_{i=1}^m a_{ij} u_i^* - P_j \right) = 0 \quad (j = \overline{1, n})$$

способствует определению степени дефицитности ресурсов предприятия

3

4

$$\text{Условие } x_j^* \left( \sum_{i=1}^m a_{ij} u_i^* - P_j \right) = 0 \quad (j = \overline{1, n})$$

способствует определению себестоимости продукции, выпускаемой предприятием

2

$$\text{Условие } x_j^* \left( \sum_{i=1}^m a_{ij} u_i^* - P_j \right) = 0 \quad (j = \overline{1, n})$$

способствует определению перечня тех продуктов, выпуск которых выгодно предприятию

404 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

5

Если  $i = j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных

затрат  $A$  должно выполняться условие  $A_{ii} \leq 0$ ;

1

Если  $i = j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных затрат

А должно выполняться условие  $A_{ii} > 1$ ;

 2

Если  $i = j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных затрат

А должно выполняться условие  $A_{ii} \geq 0$ ;

 3

Если  $i = j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных

затрат А должно выполняться условие  $A_{ii} \geq -1$ ;

 4

Если  $i = j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных

затрат А должно выполняться условие  $A_{ii} \leq 1$ ;

405 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

 2

Если  $i \neq j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных затрат

А должно выполняться условие  $A_{ij} > 0$ ;

 5

Если  $i \neq j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных

затрат А должно выполняться условие  $A_{ij} > -1$ ;

 4

Если  $i \neq j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных затрат

А должно выполняться условие  $A_{ij} > 1$ ;

 1

Если  $i \neq j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных затрат

А должно выполняться условие  $A_{ij} < 0$ ;

 3

Если  $i \neq j$ , то для элемента  $A_{ij}$  матрицы коэффициентов полных затрат

А должно выполняться условие  $A_{ij} \geq 0$ ;

406 Какое из нижеприведенных высказываний относительно теоремы о признаке оптимальности опорного плана перевозок при решении транспортной задачи методом потенциалов верно?

 2

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} = 0$ , то должно выполняться

условие  $V_j - U_i > C_{ij}$

 5

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} = 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i \geq C_{ij}$

4

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} = 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i \leq C_{ij}$

1

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} = 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i < C_{ij}$

3

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} = 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i = C_{ij}$

407 Какое из нижеприведенных высказываний относительно теоремы о признаке оптимальности опорного плана перевозок при решении транспортной задачи методом потенциалов верно?

1

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} > 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i < C_{ij}$

5

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} > 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i \geq C_{ij}$

4

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} > 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i \leq C_{ij}$

3

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} > 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i = C_{ij}$

2

Если в оптимальном плане перевозок  $X_{ij} > 0$ , то должно выполняться условие  $V_j - U_i > C_{ij}$

408 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

1

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i < \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной задачи к закрытому виду необходимо ввести в задачу (m+1)-й условный производитель продукции и (n+1)-й условный потребитель

5

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i < \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной задачи к закрытому виду необходимо ввести в задачу (m+n-1) условных производителей

3

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i < \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной задачи к закрытому виду необходимо ввести в задачу (n+1)-й условный потребитель продукции

4

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i < \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной задачи к закрытому виду можно ввести в задачу или (m+1)-й условный производитель или же (n+1)-й условный потребитель

2

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i < \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной задачи к закрытому виду необходимо ввести в задачу (m+1)-й условный производитель продукции

409 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

4

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i > \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной модели к закрытому виду можно ввести в задачу или (m+1)-й условный производитель или же (n+1)-й условный потребитель

3

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i > \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной модели к закрытому виду необходимо ввести в задачу (m+1)-й условный производитель продукции и (n+1)-й условный потребитель

1

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i > \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной модели к закрытому виду необходимо ввести в задачу (m+1)-й условный производитель продукции.

2

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i > \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной модели к закрытому виду необходимо ввести в задачу (n+1)-й условный потребитель продукции.

5

Если в транспортной задаче выполняется условие  $\sum_{i=1}^m a_i > \sum_{j=1}^n b_j$ , то для сведения открытой транспортной модели к закрытому виду необходимо ввести в задачу (m+n-1) условных потребителей

410 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 2,45 и 1,08 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

411 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,45 и 1,08 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

412 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $X_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $Y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,48 и 2,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

4

коэффициенты  $b_0$  и  $b_1$  оба статистически значимы только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

413 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 10-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $X_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $Y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,45 и 1,75 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

414 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 25. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 40,46 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

0,46

0,41

0,33

0,36

0,30

415 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 25. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 30,94 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

0,46

0,41

0,33

0,36

0,30

416 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 25. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 26,18 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

0,46

0,33

0,36

0,30

0,41

417 Исследуется зависимость инвестиций от ВВП. Изменение объема инвестиций отображается следующим динамическим рядом: 10; 20; 40; 50; 60, а изменение ВВП отображается следующим динамическим рядом: 5; 8; 12; 15; 25. Если стандартное отклонение уравнения регрессии составляет 49,98 единиц, то определить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц):

0,41

0,46

0,30

0,36

0,33

418 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 20-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+18,26X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,04, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,90  
 0,96  
 0,85  
 0,87  
 0,72

419 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 19-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+18,26X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,05, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,87  
 0,90  
 0,72  
 0,85  
 0,96

420 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 17-ти предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . По статистическим данным построено следующее уравнение регрессии:  $Y=14,23+18,26X$ . Если стандартное отклонение регрессии 0,06, а обратная матрица к матрице перекрестных произведений экзогенной переменной  $X$  -  $\begin{bmatrix} 24 & \sum P_i \\ \sum P_i & \sum P_i^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 5,25 & -2,13 \\ -2,13 & 3,65 \end{bmatrix}$ , то определить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,72  
 0,87  
 0,96  
 0,90  
 0,85

421 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=18,26$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 1,51 единиц, а  $t_{набл b_0} = 1,15$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,92

- 0,93  
 0,87  
 0,96  
 0,84

422 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по 24-м предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $X_t$  и соответствующих расходах на рекламу  $Y_t$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=14,23$  и  $b_1=18,26$ . Стандартная ошибка коэффициента  $b_1$  составляет 1,15 единиц, а  $t_{набл b_0} = 1,51$ . Используя выше приведенные данные определить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц):

- 0,96  
 0,87  
 0,93  
 0,92  
 0,84

423 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	16,01		3,77		
X	20,12	3,46			35

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,00  
 34,29  
 34,96  
 34,17

424 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	16,03		6,17		
X	20,12	3,46			35

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 2,09  
 5,24  
 1,24  
 4,85  
 1,89

425 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статис- тика	Нижний предел	Верхний предел
Const	16,04		4,66		
X	20,12	3,46			35

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85
- 5,24

426 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статис- тика	Нижний предел	Верхний предел
Const	16,04		4,66	-2,09	
X	20,12	2,81			

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,00
- 34,29
- 34,93
- 34,17
- 34,96

427 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статис- тика	Нижний предел	Верхний предел
Const	16,04		4,66	-2,09	
X	20,02	3,44			

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 2,09
- 1,89
- 4,85
- 5,24

428 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	16,04		4,66	-2,09	
X	20,13	8,49			

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93
- 34,96
- 34,00
- 34,29
- 34,17

429 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	20,13		3,12		
X	16,04	8,49		-2,21	

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93
- 34,96
- 34,00
- 34,29
- 34,17

430 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	9,34		4,47		
X	16,04	8,49		-2,21	

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

431 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,15		12,03		
X	16,04	8,49		-2,21	

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,89
- 1,24
- 5,24
- 4,85
- 2,09

432 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,15		12,03		
X	16,04	8,49		-2,21	

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

433 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,15	12,01			45,45
X	16,04	8,76			

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

434 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,15				
X	16,04	8,49		-2,21	

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,00  
 34,93  
 34,17  
 34,96  
 34,29

435 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,15	12,01			45,45
X	20,13	8,76			

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,96  
 34,00  
 34,29  
 34,17

436 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,15	12,01			45,45
X	20,13	8,76			

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

437 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	25,11	12,01			45,45
X	20,13				

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85

- 1,89  
 2,09  
 5,24

438 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
Const	12,51	1,07			
X	20,05		9,64	5,93	

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

439 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	27,69	1,07			
X	20,05		9,64	5,93	

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,96  
 34,00  
 34,29  
 34,17

440 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	27,69	1,07			
X	20,05		9,64	5,93	

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,96  
 34,00  
 34,29  
 34,17

441 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	27,67	13,26		20,38	
X	20,05		16,17		

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24

- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

442 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	27,67	13,26		20,38	
X	20,05	27,64			

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

443 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	27,67	13,26		20,38	
X	20,05	27,64			

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93
- 34,96
- 34,00
- 34,29
- 34,17

444 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	27,71	13,26		20,38	
X	20,05	27,64			

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

445 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,06	13,26			
X	20,14	16,24			35,04

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

446 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,06	13,26			
X	20,14	16,24			35,04

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

447 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,06	2,57			
X	20,14	4,15			35,04

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,96  
 34,00  
 34,29  
 34,17

448 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,06	2,57			
X	20,14	4,15			35,04

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09

5,24

449 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t– статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,06	2,25			
X	20,14	2,01			38,19

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

450 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t– статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,06	2,25			
X	20,14	2,01			38,19

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

451 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t– статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,07		20,22		45,29
X	20,14	10,66			

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

452 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t– статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,07		20,22		45,29
X	20,14	10,66			

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09

5,24

453 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,10	20,24			
X	20,14		9,64	5,99	

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

454 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,08		20,23		45,29
X	20,14	10,66			

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

455 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,08	20,24			44,92
X	20,14		9,64		

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

456 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,10	20,24			
X	20,14		9,64	5,99	

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93

19.12.2016

- 34,96
- 34,00
- 34,29
- 34,17

457 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,10	20,24			
X	20,14		9,64	5,99	

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 2,09
- 5,24
- 1,89
- 4,85

458 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,10	20,24			
X	20,14		9,64	5,99	

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

459 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,10		13,28		44,96
X	20,14	4,15			

На основе выше приведенных данных вычислить нижний предел значения коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24
- 4,85
- 1,89
- 2,09
- 5,24

460 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,10		13,28		
X	20,14	4,15		5,32	

На основе выше приведенных данных вычислить верхний предел значения коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 34,93  
 34,96  
 34,00  
 34,29  
 34,17

461 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,11		13,28		44,96
X	20,13	4,15		5,32	

На основе выше приведенных данных вычислить t-статистику коэффициента  $b_1$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 4,85  
 1,89  
 2,09  
 5,24

462 \*

В нижеприведенной таблице представлены результаты регрессионного анализа зависимости ВВП от инвестиций:

	коэффициенты	Стандартная ошибка	t- статистика	Нижний предел	Верхний предел
const	25,11		13,28		44,96
X	20,13	4,15		5,32	

Вычислить стандартную ошибку коэффициента  $b_0$  (с точностью до 0,01 единиц).

- 1,24  
 2,09  
 1,89  
 4,85  
 5,24

463 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	5,68	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	...
<b>Итого</b>	11	14,88		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,90  
 0,91  
 0,95  
 0,94  
 0,96

464 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	5,16	...	...
<b>Остаток</b>	10	...	...	...
<b>Итого</b>	...	14,16		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96  
 0,90

465 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,51	...
<b>Остаток</b>	...	8,1	...	...
<b>Итого</b>	11	...		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,96  
 0,95  
 0,90

466 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	6,56	...
<b>Остаток</b>	10	...	...	
<b>Итого</b>	...	15,36		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,90  
 0,95  
 0,96  
 0,94  
 0,391

467 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	...
<b>Остаток</b>	...	8,3	...	
<b>Итого</b>	11	9,27		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,95  
 0,94  
 0,91  
 0,90  
 0,96

468 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,51	...
<b>Остаток</b>	8	7,04	...	
<b>Итого</b>	...	...		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,95  
 0,91  
 0,96  
 0,90

469 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	2,07	...	...
<b>Остаток</b>	...	7,2	...	
<b>Итого</b>	9	...		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,95  
 0,96  
 0,90  
 0,94  
 0,91

470 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	5,16	...
<b>Остаток</b>	...	10,8	...	
<b>Итого</b>	13	15,96		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,90  
 0,95  
 0,96  
 0,91  
 0,94

471 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	2,07	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	9	8,55		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96  
 0,90

472 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	5,64	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	13	15,36		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96  
 0,90

473 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	4,92	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	13	14,88		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96  
 0,90

474 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,91	...
<b>Остаток</b>	8	6,64	...	
<b>Итого</b>	...	...		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,90  
 0,96  
 0,95

475 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,91	...
<b>Остаток</b>	...	7,36	...	
<b>Итого</b>	9	...		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,91  
 0,94  
 0,90  
 0,96  
 0,95

476 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	4,32	...	...
<b>Остаток</b>	12	...	...	
<b>Итого</b>	...	14,88		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,90  
 0,96  
 0,95  
 0,91

477 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	4,32	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	13	15,36		

Определить стандартную ошибку уравнения регрессии (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,91  
 0,95  
 0,90  
 0,96  
 0,94

478 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	df	ss	ms	F
<b>Регрессия</b>	1	0,36	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	13	0,40		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,90  
 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96

479 Какое из нижеприведенных высказываний относительно теории двойственности верно:

- Если число переменных исходной и ее двойственной модели равны, то такие модели называются симметричными двойственными моделями  
 Если переменные исходной и ее двойственной модели положительны, то такие модели являются симметричными двойственными моделями  
 Если экстремумы целевых функций исходной и ее двойственной модели совпадают, то такие модели являются симметричными двойственными моделями  
 Если системы ограничений исходной и ее двойственной модели состоят только из неравенств, то такие модели являются симметричными двойственными моделями  
 Если число переменных исходной и ее двойственной модели не совпадают, то такие модели называются симметричными двойственными моделями

480 Выбрать правильную формулировку следующего определения относительно экономической интерпретации первой теоремы двойственности:

- Если существует оптимальный план выпуска продукции на предприятии, то существует также оптимальный план для двойственных оценок производственных ресурсов и согласно этим планам суммарная прибыль предприятия меньше суммарных расходов на перевозки продукции  
 Если существует оптимальный план выпуска продукции на предприятии, то существует также оптимальный план для двойственных оценок производственных ресурсов и согласно этим планам суммарная прибыль предприятия больше суммарной стоимости всех использованных производственных ресурсов  
 Если существует оптимальный план выпуска продукции на предприятии, то существует также оптимальный план для двойственных оценок производственных ресурсов и согласно этим планам суммарная прибыль предприятия равна двойственной оценке всех использованных производственных ресурсов  
 Если существует оптимальный план выпуска продукции на предприятии, то существует также оптимальный план для двойственных оценок производственных ресурсов и согласно этим планам суммарная прибыль предприятия меньше суммарной стоимости всех использованных производственных ресурсов  
 Если существует оптимальный план выпуска продукции на предприятии, то существует также оптимальный план для двойственных оценок производственных ресурсов и согласно этим планам суммарная прибыль предприятия равна суммарным расходам перевозок продукции

481 Выбрать правильную формулировку следующего определения относительно экономической интерпретации двойственной модели:

- Если в исходной модели отыскивается оптимальный план выпуска продукции на предприятии, обеспечивающей ей максимальную прибыль, то в двойственной модели отыскивается перечень тех производственных ресурсов, использование которых выгодно предприятию  
 Если в исходной модели отыскивается оптимальный план выпуска продукции на предприятии, обеспечивающей ей максимальную прибыль, то в двойственной модели отыскивается оптимальный план доставки продукции потребителям  
 Если в исходной модели отыскивается оптимальный план выпуска продукции на предприятии, обеспечивающей ей максимальную прибыль, то в двойственной модели отыскиваются оптимальные двойственные оценки для единиц производственных ресурсов  
 Если в исходной модели отыскивается оптимальный план выпуска продукции на предприятии, обеспечивающей ей максимальную прибыль, то в двойственной модели отыскивается перечень тех продуктов, выпуск которых выгоден предприятию  
 Если в исходной модели отыскивается оптимальный план выпуска продукции на предприятии, обеспечивающей ей максимальную прибыль, то в двойственной модели отыскивается оптимальный план использования трудовых ресурсов предприятия

482 Какое из нижеприведенных высказываний относительно правил составления двойственной модели верно?

- Если в модели линейной оптимизации отыскивается максимальное значение целевой функции, то в ее двойственной модели отыскивается отрицательное значение целевой функции  
 Если в модели линейной оптимизации отыскивается максимальное значение целевой функции, то в ее двойственной модели отыскивается максимальное значение целевой функции  
 Если в модели линейной оптимизации отыскивается максимальное значение целевой функции, то в ее двойственной модели отыскивается произвольное значение целевой функции  
 Если в модели линейной оптимизации отыскивается максимальное значение целевой функции, то в ее двойственной модели отыскивается минимальное значение целевой функции

- Если в модели линейной оптимизации отыскивается максимальное значение целевой функции, то в ее двойственной модели отыскивается условное значение целевой функции

483 Какое из нижеприведенных высказываний относительно правил составления двойственной модели верно?

- матрицы коэффициентов ограничений двойственной модели и исходной модели полностью совпадают  
 число столбцов матрицы двойственной модели в 2 раза больше числа столбцов соответствующей матрицы исходной модели  
 число строк матрицы двойственной модели в 2 раза больше числа строк соответствующей матрицы исходной модели  
 матрица коэффициентов ограничений двойственной модели есть транспонированная форма соответствующей матрицы исходной модели  
 между матрицей коэффициентов ограничений двойственной модели с соответствующей матрицей исходной модели нет никакой взаимосвязи

484 Выбрать правильную формулировку следующего определения относительно правил составления двойственной модели верно?

- Свободные члены условий исходной модели в двойственной модели становятся свободными членами ограничений  
 Свободные члены условий исходной модели в двойственной модели становятся коэффициентами целевой функции  
 Свободные члены условий исходной модели в двойственной модели обеспечивают транспонирование матрицы коэффициентов ограничений  
 Свободные члены условий исходной модели в двойственной модели могут служить коэффициентами целевой функции или свободными членами ограничений  
 Свободные члены условий исходной модели в двойственной модели становятся коэффициентами переменных в ограничениях

485 Какое из нижеприведенных высказываний относительно правил составления двойственной модели верно?

- Коэффициенты целевой функции исходной модели в двойственной модели становятся коэффициентами целевой функции  
 Коэффициенты целевой функции исходной модели в двойственной модели могут служить коэффициентами целевой функции или свободными членами ограничений  
 Коэффициенты целевой функции исходной модели в двойственной модели обеспечивают транспонирование матрицы коэффициентов ограничений  
 Коэффициенты целевой функции исходной модели в двойственной модели становятся коэффициентами переменных в ограничениях  
 Коэффициенты целевой функции исходной модели в двойственной модели становятся свободными членами ограничений

486 Какое из нижеприведенных высказываний не верно?

- Если в модели Леонтьева 2 компонента вектора  $Y$  являются экзогенными параметрами, то 2 компонента вектора  $X$  должны быть эндогенными параметрами;  
 Если в модели Леонтьева компоненты вектора  $X$  являются экзогенными параметрами, то компоненты вектора  $Y$  являются эндогенными параметрами;  
 Если в модели Леонтьева компоненты вектора  $Y$  являются экзогенными параметрами, то компоненты вектора  $X$  являются эндогенными параметрами;  
 Если в модели Леонтьева компоненты матрицы коэффициентов прямых затрат  $a$  являются экзогенными параметрами, то компоненты вектора  $X$  и вектора  $Y$  являются эндогенными параметрами;  
 Если в модели Леонтьева 2 компонента вектора  $X$  являются экзогенными параметрами, то 2 компонента вектора  $Y$  должны быть эндогенными параметрами;

487 Какие параметры обязательно считаются экзогенными в статистической модели Леонтьева  $X=aX+Y$ ?

- элементы матрицы  $a$   
 компоненты векторов  $X$  и  $Y$   
 все параметры  
 компоненты вектора  $Y$   
 компоненты вектора  $X$

488 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи нелинейного программирования верно?

- В задаче нелинейного программирования только ограничения должны быть нелинейной  
 В задаче нелинейного программирования целевая функция должна быть нелинейной, а ограничение – линейными уравнениями  
 В задаче нелинейного программирования целевая функция должна быть дробно-линейной, а ограничение - линейной  
 В задаче нелинейного программирования и целевая функция, и система ограничений могут быть нелинейными  
 В задаче нелинейного программирования только целевая функция должна быть нелинейной

489 Какое из нижеприведенных высказываний относительно геометрического смысла задачи нелинейного верно?

- Геометрический смысл задачи нелинейного программирования заключается в отыскании любой крайней точки области решений  
 Геометрический смысл задачи нелинейного программирования заключается в отыскании любой внутренней точки области решений  
 Геометрический смысл задачи нелинейного программирования заключается в отыскании такой точки области решений, через которую проходит гиперповерхность наивысшего (наинизшего) уровня  
 Геометрический смысл задачи нелинейного программирования заключается в отыскании любой угловой точки области решений  
 Геометрический смысл задачи нелинейного программирования заключается в отыскании любой точки области решений

490 Какое из нижеприведенных высказываний относительно области допустимых решений задачи нелинейного программирования верно?

- область допустимых решений задачи нелинейного программирования обязательно является выпуклой
- область допустимых решений задачи нелинейного программирования обязательно не является выпуклой и не ограниченной
- область допустимых решений задачи нелинейного программирования обязательно является выпуклой, но не ограниченной
- область допустимых решений задачи нелинейного программирования может быть и выпуклым, и не выпуклым
- область допустимых решений задачи нелинейного программирования обязательно не является выпуклой

491 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи нелинейного программирования верно?

- Если целевая функция задачи нелинейна, то данная задача не является задачей нелинейного программирования
- Если целевая функция задачи нелинейна, то данная задача является задачей нелинейного программирования, однако при этом значения переменных обязательно должны быть целыми числами
- Если целевая функция задачи нелинейна, то данная задача является задачей нелинейного программирования, однако при этом ограничения задачи обязательно должны быть целочисленными
- Если целевая функция задачи нелинейна, то данная задача является задачей нелинейного программирования, однако при этом и ограничения задачи обязательно должны быть не целочисленными
- Если целевая функция задачи нелинейна, то данная задача является задачей нелинейного программирования

492 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи параметрического линейного программирования верно?

- Коэффициенты целевой функции задачи параметрического линейного программирования не могут быть зависимы от некоторого параметра
- Свободные члены ограничений задачи параметрического линейного программирования не могут быть зависимы от некоторого параметра
- Значение любого из постоянных величин задачи параметрического линейного программирования может быть зависимо от некоторого параметра
- Коэффициенты целевой функции, свободные члены ограничений и коэффициенты переменных не могут быть одновременно зависимы от некоторого параметра
- Коэффициенты переменных в ограничениях задачи параметрического линейного программирования не могут быть зависимы от некоторого параметра

493 Какое из нижеприведенных высказываний относительно геометрического смысла задачи параметрического линейного программирования верно?

- Геометрический смысл задачи параметрического программирования заключается в отыскании такой угловой точки многогранника решений, где значение целевой функции будет максимальной при всех возможных значениях параметра
- Геометрический смысл задачи параметрического программирования совпадает с геометрическим смыслом задачи дробно-линейного программирования
- Геометрический смысл задачи параметрического программирования совпадает с геометрическим смыслом задачи целочисленного линейного программирования
- Геометрический смысл задачи параметрического программирования заключается в определении для каждого значения параметра из заданной области такой угловой точки многогранника решений, в которой целевая функция принимает свое экстремальное значение
- Геометрический смысл задачи параметрического программирования заключается в отыскании такой угловой точки многогранника решений, где значение целевой функции будет минимальной при всех возможных значениях параметра

494 Какое из нижеприведенных высказываний относительно постановки задачи параметрического программирования не верно?

- Если в задаче линейного программирования коэффициенты целевой функции зависят от некоторого параметра, то такая задача есть задача параметрического линейного программирования.
- Если в задаче линейного программирования переменные задачи зависят от некоторого параметра, то такая задача есть задача параметрического линейного программирования
- Если в задаче линейного программирования и коэффициенты целевой функции, и коэффициенты переменных в ограничениях, и свободные члены зависят от некоторого параметра, то такая задача есть задача параметрического линейного программирования
- Если в задаче линейного программирования коэффициенты переменных в ограничениях зависят от некоторого параметра, то такая задача есть задача параметрического линейного программирования
- Если в задаче линейного программирования свободные члены ограничений зависят от некоторого параметра, то такая задача есть задача параметрического линейного программирования.

495 Какое из нижеприведенных высказываний относительно решения задачи дробно-линейного программирования Симплекс методом верно?

- Для решения задачи дробно-линейного программирования Симплекс методом сначала необходимо свести ее к задаче линейного программирования
- Для решения задачи дробно-линейного программирования Симплекс методом необходимо предварительно свести ее к транспортной задаче
- Для решения задачи дробно-линейного программирования необходимо построить новую целевую функцию, используя свободные члены в качестве коэффициентов
- Для решения задачи дробно-линейного программирования Симплекс методом сначала необходимо составить ее двойственную задачу
- Для решения задачи дробно-линейного программирования Симплекс методом необходимо разбить ее на две задачи, где в качестве целевых функций будут выступать знаменатель и числитель дробно-линейной функции

496 Какое из нижеприведенных высказываний относительно решения задачи дробно линейного программирования верно?

- задачу дробно линейного программирования можно свести к задаче линейного программирования если разность между числом переменных и количеством ограничений задачи дробно-линейного программирования равно двум
- задачу дробно линейного программирования всегда можно свести к задаче линейного программирования

- задачу дробно линейного программирования можно свести к задаче линейного программирования только в том случае, если в задаче дробно-линейного программирования ограничения задачи состоят исключительно из неравенств
- задачу дробно линейного программирования никогда нельзя свести к задаче линейного программирования ни в каком случае
- задачу дробно линейного программирования можно свести к задаче линейного программирования только в том случае, если в задаче дробно-линейного программирования ограничения задачи состоят исключительно из уравнений

497 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,90	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,01	
<b>Итого</b>	13	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,95
- 0,91
- 0,94
- 0,90
- 0,96

498 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,11	...	...
<b>Остаток</b>	16	...	...	
<b>Итого</b>	...	1,34		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,91
- 0,94
- 0,90
- 0,96
- 0,95

499 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,79	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	13	0,86		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,91
- 0,94
- 0,90
- 0,96
- 0,95

500 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,09	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,01	
<b>Итого</b>	13	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,95  
 0,96  
 0,91  
 0,90  
 0,94

501 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,02	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,02	
<b>Итого</b>	13	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,96  
 0,94  
 0,90  
 0,91  
 0,95

502 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	1,37	...	...
<b>Остаток</b>	16	...	0,02	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,95  
 0,91  
 0,94  
 0,90  
 0,96

503 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,26	...
<b>Остаток</b>	...	0,11	...	
<b>Итого</b>	17	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,90  
 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96

504 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,86	...	...
<b>Остаток</b>	...	0,10	...	
<b>Итого</b>	20	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,95  
 0,91  
 0,94  
 0,90  
 0,96

505 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,92	...
<b>Остаток</b>	16	...	...	
<b>Итого</b>	...	1,11		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,91  
 0,90  
 0,94  
 0,96  
 0,95

506 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,21	...	...
<b>Остаток</b>	16	...	...	
<b>Итого</b>	...	1,32		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,91  
 0,95  
 0,96  
 0,90

507 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	3,80	...
<b>Остаток</b>	...	0,52	...	
<b>Итого</b>	18	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,91  
 0,95  
 0,96  
 0,90  
 0,94

508 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,75	...	...
<b>Остаток</b>	...	0,41	...	
<b>Итого</b>	17	...		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,96  
 0,94  
 0,95  
 0,91  
 0,90

509 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,36	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	18	0,40		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

510 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,02	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	...	
<b>Итого</b>	17	1,23		

Вычислить коэффициент корреляции (с точностью до 0,01 единиц)

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

511 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,65	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,30	
<b>Итого</b>	17			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

512 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,07	180
<b>Остаток</b>	18	...	0,08	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

513 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	1,51	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,04	
<b>Итого</b>	17			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

514 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,57	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,05	
<b>Итого</b>	19	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

515 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,55	...
<b>Остаток</b>	16	...	0,06	
<b>Итого</b>	...			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

516 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,72	...	180
<b>Остаток</b>	...	...	0,30	
<b>Итого</b>	13			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

517 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	3,17		282
<b>Остаток</b>	12	...	0,19	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

518 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,19	270
<b>Остаток</b>	...	1,28	...	
<b>Итого</b>	20	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 1,51  
 1,47  
 2,15  
 5,45  
 4,32

519 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	2,95	...
<b>Остаток</b>	...	1,37		
<b>Итого</b>	12	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

520 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	1,28	...
<b>Остаток</b>	18	0,23		
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

521 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,45	270
<b>Остаток</b>	12	1,02		
<b>Итого</b>	...			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

522 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,92	...
<b>Остаток</b>	...	0,59	...	
<b>Итого</b>	19	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

523 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	1,37	282
<b>Остаток</b>	...	4,08		
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

524 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>Ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	1,29	...
<b>Остаток</b>	...	3,03		
<b>Итого</b>	20			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

525 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,52	180
<b>Остаток</b>	...	1,63		
<b>Итого</b>	18			

Вычислить общую сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц)

- 5,45  
 4,32  
 1,47  
 2,15  
 1,51

526 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,34	...
<b>Остаток</b>	23	...	0,05	
<b>Итого</b>	...	1,49		

Определить объем выборки.

- 23  
 21  
 20  
 25  
 22

527 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,52	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,04	
<b>Итого</b>	...	1,32		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

528 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,09	...	285
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,47		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

529 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,30	...	...
<b>Остаток</b>	23	...	0,04	
<b>Итого</b>	...	1,22		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

530 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,59	180
<b>Остаток</b>	...	...	0,05	
<b>Итого</b>	...	1,49		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

531 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,29	...	288
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,49		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

532 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,52	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,04	
<b>Итого</b>	19	1,24		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

533 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,23	162
<b>Остаток</b>	...	...	0,05	
<b>Итого</b>	...	1,28		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

534 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,17	...	282
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,31		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

535 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,45	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,04	
<b>Итого</b>	22	1,29		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

536 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,52	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,04	
<b>Итого</b>	...	1,28		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

537 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,17	...	285
<b>Остаток</b>	...	...	0,05	
<b>Итого</b>	24	1,32		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

538 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,33	282
<b>Остаток</b>	...	...	0,05	
<b>Итого</b>	...	1,28		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

539 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,09		180
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,29		

Определить объем выборки.

- 25  
 22  
 21  
 20  
 23

540 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	0,29	...	...
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,37		

Определить объем выборки.

- 25  
 20  
 21  
 22  
 23

541 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	...
<b>Остаток</b>	...	0,92	...	
<b>Итого</b>	18	1,25		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,41  
 0,46  
 0,30  
 0,36

542 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	180
<b>Остаток</b>	12	0,83	...	
<b>Итого</b>	...	1,29		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,30  
 0,33  
 0,36  
 0,46  
 0,41

543 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	480
<b>Остаток</b>	...		0,07	
<b>Итого</b>	14	1,21		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,41  
 0,33  
 0,36  
 0,30  
 0,46

544 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	...
<b>Остаток</b>	12	0,92		
<b>Итого</b>	...	1,28		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,41  
 0,33  
 0,36  
 0,30  
 0,46

545 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	182
<b>Остаток</b>	...	0,83	...	
<b>Итого</b>	20	1,16		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,46  
 0,41  
 0,33  
 0,36  
 0,30

546 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	270
<b>Остаток</b>	13	...	0,07	
<b>Итого</b>	...	1,37		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,46  
 0,41  
 0,33  
 0,36  
 0,30

547 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	380
<b>Остаток</b>	...	0,89		
<b>Итого</b>	18	1,25		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,36  
 0,41  
 0,46  
 0,30  
 0,33

548 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	342
<b>Остаток</b>	...	...	0,07	
<b>Итого</b>	14	1,32		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,36  
 0,30  
 0,46  
 0,41

549 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	
<b>Остаток</b>	12		0,08	
<b>Итого</b>	...	1,29		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,36  
 0,30  
 0,46  
 0,41

550 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	162
<b>Остаток</b>	...	0,82	...	
<b>Итого</b>	20	1,28		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,41  
 0,46  
 0,33  
 0,36  
 0,30

551 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>Ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	...
<b>Остаток</b>	...	0,83		
<b>Итого</b>	20	1,29		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,41  
 0,46  
 0,30  
 0,36

552 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>Ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	282
<b>Остаток</b>	12	...	0,08	
<b>Итого</b>	...	1,37		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,36  
 0,46  
 0,41  
 0,30

553 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>Ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	...
<b>Остаток</b>	12	0,89	...	
<b>Итого</b>	...	1,22		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

554 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>Ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	282
<b>Остаток</b>	18	0,92	...	
<b>Итого</b>	...	1,22		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,33  
 0,30  
 0,46  
 0,41  
 0,36

555 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>Ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	180
<b>Остаток</b>	...	0,82	...	
<b>Итого</b>	19	1,23		

Вычислить объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,36  
 0,46  
 0,41  
 0,33  
 0,30

556 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	342
<b>Остаток</b>	...	...	0,05	
<b>Итого</b>	18	1,22		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

557 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,65	480
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,49		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

558 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	380
<b>Остаток</b>	15	...	0,06	
<b>Итого</b>	...	1,32		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

559 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,33	...	182
<b>Остаток</b>	18	...	0,05	
<b>Итого</b>	19	...		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

560 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,42	285
<b>Остаток</b>	...	...	0,04	
<b>Итого</b>	...	1,22		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

561 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	432
<b>Остаток</b>	...	...	0,07	
<b>Итого</b>	13	1,29		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

562 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,32	282
<b>Остаток</b>	12	...	0,08	
<b>Итого</b>	...	1,28		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80  
 0,84  
 0,85  
 0,96  
 0,90

563 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,92	...	...
<b>Остаток</b>	16		0,05	
<b>Итого</b>	17	...		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80
- 0,84
- 0,85
- 0,96
- 0,90

564 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,36	...	180
<b>Остаток</b>	...	...	0,06	
<b>Итого</b>	17	...		

Вычислить не объясненную сумму квадратов отклонения (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,80
- 0,84
- 0,85
- 0,96
- 0,90

565 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	0,12	288
<b>Остаток</b>	15	...	...	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94
- 0,96
- 0,95
- 0,91
- 0,90

566 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	270
<b>Остаток</b>	15	0,89	...	
<b>Итого</b>	16	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

567 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>Ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	0,96	285
<b>Остаток</b>	15	...	...	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

568 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	432
<b>Остаток</b>	18	...	...	
<b>Итого</b>	19	0,98		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

569 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,51	180
<b>Остаток</b>	20	...		
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,96  
 0,91  
 0,94  
 0,90  
 0,95

570 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	1,05	480
<b>Остаток</b>	20	...	...	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

571 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	0,19	...	282
<b>Остаток</b>	...	...	0,08	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

572 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	1,75	...	342
<b>Остаток</b>	18	...	...	
<b>Итого</b>	...	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

573 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	380
<b>Остаток</b>	20	...	0,06	
<b>Итого</b>	21	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

574 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>Df</b>	<b>ss</b>	<b>Ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	...	...	282
<b>Остаток</b>	15	0,89	...	
<b>Итого</b>	16	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,96  
 0,95  
 0,91  
 0,90

575 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>Ss</b>	<b>Ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	1	...	...	162
<b>Остаток</b>	18	3,03	...	
<b>Итого</b>	19	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,90  
 0,95  
 0,91  
 0,94  
 0,96

576 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в некоторой отрасли. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Итоги регрессионного анализа приведены в следующей таблице:

	<b>df</b>	<b>ss</b>	<b>ms</b>	<b>F</b>
<b>Регрессия</b>	...	0,33	...	182
<b>Остаток</b>	18	...	0,05	
<b>Итого</b>	19	...		

Вычислить значение коэффициента детерминации (с точностью до 0,01 единиц).

- 0,94  
 0,95  
 0,96  
 0,91  
 0,90

577 Какое из ниже приведенных высказываний верно:

- скорректированный и обычный коэффициенты множественной детерминации совпадают только в тех случаях, когда обычный коэффициент множественной детерминации больше нуля;  
 скорректированный и обычный коэффициенты множественной детерминации совпадают только в тех случаях, когда обычный коэффициент множественной детерминации меньше нуля;  
 скорректированный и обычный коэффициенты множественной детерминации совпадают только в тех случаях, когда обычный коэффициент множественной детерминации больше единицы;  
 скорректированный и обычный коэффициенты множественной детерминации совпадают только в тех случаях, когда обычный коэффициент множественной детерминации равен нулю;  
 скорректированный и обычный коэффициенты множественной детерминации совпадают только в тех случаях, когда обычный коэффициент множественной детерминации равен единице;

578 Не объясненная сумма квадратов отклонений в линейной парной модели имеет число степеней свободы, равное:

- 1  
  $n-1$   
  $n+m-1$   
  $n-m-1$   
  $n+1$

579 Общая сумма квадратов отклонений в линейной парной модели имеет число степеней свободы, равное:

- $n-1$   
 1  
  $n+1$   
  $n+m-1$   
  $n-m-1$

580 Объясненная сумма квадратов отклонений в линейной парной модели имеет число степеней свободы, равное:

- 1
- $n - 1$ ;
- $n + 1$
- $n + m - 1$
- $n - m - 1$ .

581 Постановка экономико-математической модели не включает в себя:

- предполагает установление объекта моделирования, его описание
- определение основных условий, связывающих параметры модели
- расчет по математической модели линейного программирования на ЭВМ при помощи симплекс метода и распределительно метода
- вводятся символы для учета характеристик экономического объекта и формализуются взаимосвязи между ними, тем самым формулируется математическая модель
- сбор данных, анализ, обработка и подготовка исходной информации для разработки расширенной экономико-математической модели задачи с конкретными технико-экономическими показателями и составление исходной матрицы задачи для решения на ЭВМ

582 Какое из ниже приведенных не является этапом алгоритма метода минимального элемента?

- выбирается следующее наименьшее значение и заносится максимально возможная поставка, равная минимальному значению ресурса или соответствующей потребности
- в клетку с наименьшим значением оценки ставится максимально возможная поставка, равная наибольшему значению из соответствующих запаса и потребности
- проверяется соответствие суммарного запаса и суммарной потребности
- из всех значений транспортных расходов выбирается наименьшее
- в клетку с наименьшим значением оценки ставится максимально возможная поставка, равная наименьшему значению из соответствующих запаса и потребности

583 Альтернативное решение – это:

- такое решение, при котором набор переменных или структура плана меняется, значение целевой функции равно значению  $Z$  оптимального плана
- такое решение, при котором набор переменных или структура плана не меняется, значение целевой функции больше значению  $Z$  оптимального плана
- такое решение, при котором набор переменных или структура плана не меняется, значение целевой функции 2 раза больше значению  $Z$  оптимального плана
- такое решение, при котором набор переменных или структура плана меняется, значение целевой функции 2 раза меньше значению  $Z$  оптимального плана
- такое решение, при котором набор переменных или структура плана меняется, значение целевой функции меньше значению  $Z$  оптимального плана

584 Какое из нижеприведенных высказываний относительно построения матрицы риска верно?

- Для построения матрицы риска относительно заданной платежной матрицы в играх в условиях риска нужно от наибольшего элемента каждой строки платежной матрицы отнять все элементы этой строки
- Для построения матрицы риска относительно заданной платежной матрицы в играх в условиях риска нужно от наибольшего элемента каждого столбца платежной матрицы отнять все элементы этого столбца
- Для построения матрицы риска относительно заданной платежной матрицы в играх в условиях риска нужно от наименьшего элемента каждой строки платежной матрицы отнять все элементы этой строки
- Для построения матрицы риска относительно заданной платежной матрицы в играх в условиях риска нужно от наибольшего элемента платежной матрицы отнять все элементы этой матрицы
- Для построения матрицы риска относительно заданной платежной матрицы в играх в условиях риска нужно от наименьшего элемента каждого столбца платежной матрицы отнять все элементы этого столбца

585 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- В играх человека с природой согласно «принципу недостаточного основания Лапласа» различные состояния природы оцениваются как равновероятностные
- В играх человека с природой согласно «принципу недостаточного основания Лапласа» считается, что вероятность хотя бы одного события должна быть равна нулю
- В играх человека с природой согласно «принципу недостаточного основания Лапласа» различные состояния природы могут оцениваться как равновероятностные, так и неравновероятностные
- В играх человека с природой согласно «принципу недостаточного основания Лапласа» считается, что вероятность одного состояния равна единице, а остальных – нулю
- В играх человека с природой согласно «принципу недостаточного основания Лапласа» различные состояния природы оцениваются как неравновероятностные

586 Какое из нижеприведенных высказываний относительно алгоритма решения матричной игры двух лиц Симплекс методом верно?

- Отыскание оптимальных смешанных стратегий игроков А и В сводится к паре симметричных двойственных задач
- Отыскание оптимальных смешанных стратегий игроков А и В сводится к паре симметричных, но обязательно целочисленных задач линейного программирования
- Отыскание оптимальных смешанных стратегий игроков А и В сводится к паре несимметричных двойственных задач
- Отыскание оптимальных смешанных стратегий игроков А и В сводится к задачам линейного программирования на максимум и минимум, однако, эти задачи могут и не быть двойственными задачами
- Отыскание оптимальных смешанных стратегий игроков А и В сводится к задачам линейного программирования на максимум и минимум, однако, эти задачи не являются двойственными задачами

587 Какое из нижеприведенных высказываний относительно активных стратегий в теории игр верно?

- Если игрок В начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его проигрыш будет равен умножению верхней и нижней цене игры
- Если игрок В начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его проигрыш будет не больше чем цена игры
- Если игрок В начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его проигрыш будет больше чем цена игры
- Если игрок В начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его проигрыш будет равен разности между верхней и нижней цене игры
- Если игрок В начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его проигрыш будет равен сумме верхней и нижней цене игры

588 Какое из нижеприведенных высказываний относительно активных стратегий в теории игр верно?

- Если игрок А начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его выигрыш будет не меньше чем цена игры
- Если игрок А начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его выигрыш будет определяться как сумма верхней и нижней цены игры
- Если игрок А начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его выигрыш будет определяться как разность верхней и нижней цены игры
- Если игрок А начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его выигрыш будет меньше чем цена игры
- Если игрок А начал предпринимать свою оптимальную смешанную стратегию, то его выигрыш будет определяться как произведение верхней и нижней цены игры

589 Какое из нижеприведенных высказываний относительно основных понятий теории игр верно?

- Под оптимальной стратегией игрока понимается такая стратегия, которая обеспечит игроку средний проигрыш
- Под оптимальной стратегией игрока понимается такая стратегия, которая обеспечит игроку минимальный проигрыш
- Под оптимальной стратегией игрока понимается такая стратегия, которая при многократном повторении игры обеспечит игроку максимально возможный средний выигрыш или минимально возможный средний проигрыш
- Под оптимальной стратегией игрока понимается такая стратегия, которая обеспечит игроку максимальный выигрыш
- Под оптимальной стратегией игрока понимается такая стратегия, которая обеспечит игроку средний выигрыш

590 Какое из нижеприведенных высказываний относительно активных стратегий в теории игр верно?

- Под активными стратегиями игрока понимаются такие чистые стратегии игрока, сумма которых равна единице
- Под активными стратегиями игрока понимаются такие чистые стратегии игрока, вероятность участия которых в составе оптимальной смешанной стратегии неизвестна
- Под активными стратегиями игрока понимаются такие чистые стратегии игрока, которые входят в состав оптимальной смешанной стратегии с вероятностью отличной от нуля
- Под активными стратегиями игрока понимаются такие чистые стратегии игрока, которые не входят в оптимальную смешанную стратегию
- Под активными стратегиями игрока понимаются такие чистые стратегии игрока, вероятность участия которых в составе оптимальной смешанной стратегии известна

591 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Под смешанной стратегией игрока понимается его минимаксная стратегия
- Под смешанной стратегией игрока понимается стратегия, создаваемая путем закономерного чередования его чистых стратегий
- Под смешанной стратегией игрока понимается стратегия, создаваемая путем случайного чередования его чистых стратегий
- Под смешанной стратегией игрока понимается одна из его чистых стратегий
- Под смешанной стратегией игрока понимается его максиминная стратегия

592 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Если в игре не имеется седловая точка, то решение игры в виде чистых стратегий не существует, поэтому необходимо переходить к смешанным стратегиям
- Если в игре не имеется седловая точка, то максиминная стратегия будет оптимальной стратегией игрока А, а для игрока В оптимальная стратегия не существует
- Если в игре не имеется седловая точка, то максиминная стратегия будет оптимальной стратегией игрока В, а минимаксная стратегия оптимальной стратегией игрока А
- Если в игре не имеется седловая точка, то максиминная стратегия будет оптимальной стратегией игрока А, а минимаксная стратегия оптимальной стратегией игрока В
- Если в игре не имеется седловая точка, то минимаксная стратегия оптимальной стратегией игрока В, а для игрока А оптимальная стратегия не существует

593 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Если в игре имеется седловая точка, то решение игры в виде чистых стратегий не существует, поэтому необходимо переходить к смешанным стратегиям
- Если в игре имеется седловая точка, то максиминная стратегия будет оптимальной стратегией игрока А, а для игрока В оптимальная стратегия не существует
- Если в игре имеется седловая точка, то максиминная стратегия будет оптимальной стратегией игрока В, а минимаксная стратегия оптимальной стратегией игрока А
- Если в игре имеется седловая точка, то максиминная стратегия будет оптимальной стратегией игрока А, а минимаксная стратегия оптимальной стратегией игрока В
- Если в игре имеется седловая точка, то минимаксная стратегия оптимальной стратегией игрока В, а для игрока А оптимальная стратегия не существует

594 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Если в игре  $\alpha=\beta$ , то такая игра называется бесконечной игрой
- Если в игре  $\alpha=\beta$ , то такая игра называется игрой с седловой точкой
- Если в игре  $\alpha=\beta$ , то такая игра называется игрой с чистой стратегией
- Если в игре  $\alpha=\beta$ , то такая игра называется игрой со смешанной стратегией
- Если в игре  $\alpha=\beta$ , то такая игра называется конечной игрой

595 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Принцип, рекомендуемый игрокам придерживаться своих минимаксных и максиминных стратегий называется принципом оптимальности
- Принцип, рекомендуемый игрокам придерживаться своих минимаксных и максиминных стратегий называется принципом Минимакса
- Принцип, рекомендуемый игрокам придерживаться своих минимаксных и максиминных стратегий называется критериальным принципом
- Принцип, рекомендуемый игрокам придерживаться своих минимаксных и максиминных стратегий называется принципом оптимальности
- Принцип, рекомендуемый игрокам придерживаться своих минимаксных и максиминных стратегий называется принципом необходимости

596 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Под верхней ценой игры понимается максиминный проигрыш игрока В
- Под верхней ценой игры понимается минимаксный проигрыш игрока В
- Под верхней ценой игры понимается средний выигрыш игрока А
- Под верхней ценой игры понимается максиминный выигрыш игрока А
- Под верхней ценой игры понимается средний проигрыш игрока В

597 Какое из нижеприведенных высказываний относительно математического аппарата теории игр верно?

- Под нижней ценой игры понимается минимаксный выигрыш игрока А
- Под нижней ценой игры понимается минимаксный проигрыш игрока В
- Под нижней ценой игры понимается средний выигрыш игрока А
- Под нижней ценой игры понимается максиминный выигрыш игрока А
- Под нижней ценой игры понимается средний проигрыш игрока В

598 Какое из нижеприведенных высказываний относительно основных понятий теории игр верно?

- Под случайным ходом понимается такой предусмотренный правилами игры ход игрока, который выполняется им самим, но выбирается не им лично, а со стороны некоторого механизма случайного выбора
- Под случайным ходом понимается вероятностный ход игрока
- Под случайным ходом понимается такой предусмотренный правилами игры ход игрока, который выбирается им самим, но выполняется не им самим лично, а со стороны некоторого механизма случайного выбора
- Под случайным ходом понимается такой предусмотренный правилами игры ход игрока, который выбирается и выполняется им лично
- Под случайным ходом понимается такой ход игрока, который не предусмотрен правилами игры

599 Какое из нижеприведенных высказываний относительно основных понятий теории игр верно?

- Под личным ходом понимается вероятностный ход игрока
- Под личным ходом понимается такой предусмотренный правилами игры ход игрока, который выбирается и выполняется им лично
- Под личным ходом понимается такой предусмотренный правилами игры ход игрока, который выполняется им самим, но выбирается не им лично, а со стороны некоторого механизма случайного выбора
- Под личным ходом понимается такой ход игрока, который предусмотрен правилами игры
- Под личным ходом понимается такой предусмотренный правилами игры ход игрока, который выбирается им самим, но выполняется не им самим лично, а со стороны некоторого механизма случайного выбора

600 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Под устойчивостью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается существование пропорциональных зависимостей между коэффициентами переменных модели и целевой функции
- Под устойчивостью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается изменение оптимального плана задачи при изменении коэффициентов целевой функции
- Под устойчивостью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается неизменность оптимального плана задачи при изменении коэффициентов целевой функции
- Под устойчивостью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается влияние изменения правых сторон ограничений задачи на целевую функцию
- Под устойчивостью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается влияние изменения коэффициентов переменных в ограничениях задачи на целевую функцию

601 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Под чувствительностью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается существование пропорциональных зависимостей между коэффициентами переменных модели и целевой функции
- Под чувствительностью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается изменение оптимального плана задачи при изменении коэффициентов целевой функции

- Под чувствительностью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается неизменность оптимального плана задачи при изменении коэффициентов целевой функции
- Под чувствительностью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается влияние изменения правых сторон ограничений задачи на целевую функцию
- Под чувствительностью экономико-математических моделей выраженных в виде задачи линейного программирования понимается влияние изменения коэффициентов переменных в ограничениях задачи на целевую функцию

602 Какое из нижеприведенных высказываний относительно алгоритма решения линейной модели оптимизации двойственным Симплекс методом (применяются модифицированные жордановы исключения) верно?

- Для перехода от условно-оптимального плана к оптимальному плану при решении задачи линейного программирования на максимум исключаются дробные числа из Z-строки
- Для перехода от условно-оптимального плана к оптимальному плану при решении задачи линейного программирования на максимум исключаются отрицательные элементы из столбца свободных членов Симплекс таблицы
- Для перехода от условно-оптимального плана к оптимальному плану при решении задачи линейного программирования на максимум исключаются положительные элементы из Z-строки Симплекс таблицы
- Для перехода от условно-оптимального плана к оптимальному плану при решении задачи линейного программирования на максимум исключаются отрицательные элементы из Z-строки Симплекс таблицы
- Для перехода от условно-оптимального плана к оптимальному плану при решении задачи линейного программирования на максимум исключаются положительные элементы из столбца свободных членов Симплекс таблицы

603 Какое из нижеприведенных высказываний относительно алгоритма решения линейной модели оптимизации двойственным Симплекс методом (применяются модифицированные жордановы исключения) верно?

- Для отыскания условно-оптимального плана при решении задачи линейного программирования на максимум Двойственным Симплекс методом в Симплекс таблице исключаются дробные числа из Z-строки
- Для отыскания условно-оптимального плана при решении задачи линейного программирования на максимум Двойственным Симплекс методом в Симплекс таблице исключаются положительные элементы из столбца свободных членов
- Для отыскания условно-оптимального плана при решении задачи линейного программирования на максимум Двойственным Симплекс методом в Симплекс таблице исключаются отрицательные элементы Z-строки
- Для отыскания условно-оптимального плана при решении задачи линейного программирования на максимум Двойственным Симплекс методом в Симплекс таблице исключаются отрицательные элементы из столбца свободных членов
- Для отыскания условно-оптимального плана при решении задачи линейного программирования на максимум Двойственным Симплекс методом в Симплекс таблице исключаются положительные элементы из Z-строки

604 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,78$  и  $b_1=5,45$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,28 и 2,53 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_1$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 5  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 2  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$

605 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=7,62$  и  $b_1=2,53$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 3,05 и 1,28 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_0$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 3  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 2  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости

606 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,33$  и  $b_1=7,62$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,28 и 2,53 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_1$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при всех уровнях значимости

607 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,45$  и  $b_1=2,78$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,28 и 2,53 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_1$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при всех уровнях значимости

608 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,33$  и  $b_1=7,62$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,28 и 4,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_0$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 1  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 2  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

609 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,33$  и  $b_1=7,62$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 2,78 и 4,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_0$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 1  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 2  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 5  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при всех уровнях значимости

610 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,33$  и  $b_1=7,62$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 2,78 и 4,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_1$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 3  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 2  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$

611 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,45$  и  $b_1=2,78$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,28 и 2,53 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_0$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 4  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 5  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости

612 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=7,62$  и  $b_1=2,53$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 3,05 и 1,28 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_1$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 1  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 2  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

613 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,33$  и  $b_1=7,62$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 4,78 и 2,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_1$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 1  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 4  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 2  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 5  
коэффициент  $b_1$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости

614 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,78$  и  $b_1=5,45$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,28 и 2,53 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_0$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 5  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при всех уровнях значимости
- 2  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$

615 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,33$  и  $b_1=7,62$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 4,78 и 2,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,86$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,31$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,36$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициент уравнения регрессии  $b_0$  будет статистически значимым (с точностью до 0,01 единиц):

- 5  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 2  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  будет статистически значим при всех уровнях значимости

616 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,25$  и  $b_1=3,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,75 и 1,48 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,81$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,23$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,17$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

617 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,15$  и  $b_1=3,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,75 и 1,08 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,81$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,23$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,17$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

618 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,15$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,45 и 1,48 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,81$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,23$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,17$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

619 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,25$  и  $b_1=4,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,48 и 1,75 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,81$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,23$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,17$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

620 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=2,18$  и  $b_1=3,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,08 и 1,75 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,81$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,23$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,17$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициенты  $b_0$  и  $b_1$  оба статистически значимы при уровне значимости  $\alpha=0,1$

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

621 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 10-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,15$  и  $b_1=5,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,25 и 1,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,81$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,23$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=3,17$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

622 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 16-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,18$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,48 и 2,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,75$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,12$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,92$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

623 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 16-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=5,18$  и  $b_1=3,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 2,45 и 1,25 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,75$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,12$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,92$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

624 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 18-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,18$  и  $b_1=3,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 2,45 и 1,75 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,73$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,10$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,89$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим ни при каких уровнях значимости

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

625 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 18-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=2,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,75 и 1,08 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,73$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,10$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,89$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим ни при каких уровнях значимости

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициенты  $b_0$  и  $b_1$  оба статистически значимы при уровне значимости  $\alpha=0,1$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

626 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 18-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=3,15$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,48 и 1,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,73$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,10$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,89$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

4

коэффициенты  $b_0$  и  $b_1$  оба статистически значимы при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим ни при каких уровнях значимости

627 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 18-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,15$  и  $b_1=2,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,08 и 1,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,73$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,10$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,89$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим ни при каких уровнях значимости
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

628 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 18-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=2,18$  и  $b_1=4,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,75 и 1,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{крит}=1,73$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,10$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{крит}=2,89$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

629 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 18-ти отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=2,18$  и  $b_1=3,15$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,25 и 1,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,73$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,10$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,89$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

630 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 24-х отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=2,18$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,08 и 2,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,71$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,06$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,80$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

2

коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

631 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 24-х отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,18$  и  $b_1=3,15$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,48 и 1,08 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,71$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,06$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,80$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

2

коэффициенты  $b_0$  и  $b_1$  статистически значимы при всех уровнях значимости

1

коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

5

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости

4

коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

3

коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$

632 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 24-х отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=4,18$  и  $b_1=5,25$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,45 и 2,45 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,71$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,06$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,80$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

5

- коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

633 \*

Исследуется зависимость затрат на рекламу  $Y$  от годового оборота  $X$  в 24-х отраслях. Для этого собрана информация по предприятиям этой отрасли о годовом обороте  $x_i$  и соответствующих расходах на рекламу  $y_i$ . Найдены коэффициенты уравнения регрессии  $b_0=3,25$  и  $b_1=5,18$ . Стандартные ошибки этих коэффициентов составляют 1,45 и 1,75 единиц соответственно. Известно, что при 90% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=1,71$ , при 95% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,06$ , а при 99% доверительной вероятности  $t_{\text{крит}}=2,80$ . Определить при каких уровнях значимости коэффициенты уравнения регрессии будут статистически значимыми (с точностью до 0,01 единиц):

- 5  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровне значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при всех уровнях значимости
- 1  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при всех уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 2  
коэффициент  $b_0$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$
- 3  
коэффициент  $b_0$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$ , а коэффициент  $b_1$  статистически значим только при уровне значимости  $\alpha=0,1$
- 4  
коэффициент  $b_0$  статистически значим ни при каких уровнях значимости, а коэффициент  $b_1$  статистически значим при уровнях значимости  $\alpha=0,1$  и  $\alpha=0,05$

634 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 3f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2f дней – 3 манат, 2f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 3f дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 4,13
- 4,42
- 4,46
- 4,02
- 4,87

635 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 6, 2, 2, 3, 6, 5, 6, 2, 5, 3, 5, 2, 6, 6, 2, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 4,87
- 4,42
- 4,13
- 4,10
- 4,46

636 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 3f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 2f дней – 3 манат, 3f дней – 5 манат, 4f дней – 6 манат и f дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц) :

- 2,23
- 1,43
- 5,83
- 6,43
- 4,23

637 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 6, 3, 2, 5, 5, 2, 2, 3, 6, 5, 6, 3, 5, 3, 5, 3, 3, 6, 3, 5. Необходимо построить статистический ряд и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 4,05
- 1,50
- 5,45
- 6,25
- 2,15

638 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 3 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 3 манат, 6 дней – 5 манат, 4 дней – 6 манат и 7 дней – 8 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,88
- 5,94
- 5,77
- 5,24
- 5,19

639 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 5f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, f дней – 3 манат, 4f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 2f дней – 8 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 4,10
- 4,87
- 4,42
- 4,46
- 4,13

640 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 2f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, f дней – 3 манат, 5f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 2f дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 1,49
- 4,77
- 2,21
- 6,30
- 5,84

641 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (25 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, 5 дней – 3 манат, 2 дней – 5 манат, 7 дней – 6 манат и 5 дней – 7 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,64
- 1,51
- 4,32

- 2,21  
 6,30

642 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении 2f дней объемы ежедневных продаж составляли 1 манат, f дней – 4 манат, 5f дней – 5 манат, 3f дней – 6 манат и 5f дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,77  
 5,24  
 5,19  
 5,88  
 5,94

643 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении f дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 15f дней – 4 манат, 9f дней – 6 манат, 6f дней – 7 манат и 4f дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,84  
 5,64  
 5,24  
 5,94  
 5,54

644 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении f дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 6f дней – 4 манат, 15f дней – 6 манат, 4f дней – 7 манат и 9f дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 4,23  
 6,43  
 1,43  
 5,83  
 5,53

645 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 6; 4; 5; 6; 5; 6; 4; 5; 6; 5; 4; 8; 4; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 2,05  
 2,35  
 4,05  
 5,65  
 5,45

646 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 6; 4; 5; 6; 8; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 4; 6; 8; 4; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 2,05  
 2,35  
 4,05  
 5,65  
 5,45

647 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении f дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 6f дней – 4 манат, 9f дней – 6 манат, 15f дней – 7 манат и 4f дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины X – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,91  
 2,41  
 4,10  
 1,51  
 6,31

648 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 5; 4; 5; 8; 5; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 2,05

- 2,35
- 4,05
- 5,65
- 5,45

649 Анализируются объемы ежедневных продаж некоторого товара за 20 дней. Получены следующие данные: 4; 8; 4; 5; 4; 5; 4; 5; 6; 4; 5; 8; 5; 4; 8; 5; 6; 8; 5; 6. Необходимо построить статистический ряд и определить выборочный средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 2,05
- 2,35
- 4,05
- 5,65
- 5,45

650 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 7 дней – 4 манат, 9 дней – 6 манат, 8 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,97
- 2,37
- 5,57
- 4,37
- 1,47

651 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 8 дней – 4 манат, 7 дней – 6 манат, 9 дней – 7 манат и 5 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,24
- 5,84
- 5,54
- 5,64
- 5,94

652 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 5 дней – 4 манат, 7 дней – 6 манат, 9 дней – 7 манат и 8 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,97
- 2,37
- 5,57
- 4,37
- 1,47

653 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных. В течении  $f$  дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат,  $6f$  дней – 4 манат,  $4f$  дней – 6 манат,  $15f$  дней – 7 манат и  $9f$  дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 6,30
- 6,74
- 6,31
- 6,43
- 6,75

654 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 8 дней – 4 манат, 5 дней – 6 манат, 7 дней – 7 манат и 9 дней – 9 манат. Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 4,23
- 6,43
- 1,43
- 5,83
- 5,53

655 Продавец анализирует объемы ежедневных продаж на основе месячных данных (35 рабочих дней). В течении 6 дней объемы ежедневных продаж составляли 2 манат, 9 дней – 4 манат, 8 дней – 6 манат, 5 дней – 7 манат и 7 дней – 9 манат.

Необходимо построить закон распределения случайной величины  $X$  – объема ежедневных продаж и определить средний ожидаемый объем продаж (вычисления проводить до 0,01 единиц):

- 5,24
- 5,84
- 5,54
- 5,64
- 5,94

656 Какое из нижеприведенных высказываний не верно? 1. Если вектор  $X$  входит в область допустимых решений задачи линейного программирования и доставляет целевой функции максимальное значение, то этот вектор является оптимальным решением задачи; 2. Если вектор  $X$  входит в область допустимых решений задачи линейного программирования и доставляет целевой функции минимальное значение, то этот вектор является оптимальным решением задачи; 3. Если вектор  $X$  входит в область допустимых решений задачи линейного программирования, то этот вектор является одним из решений задачи; 4. Если вектор  $X$  входит в область допустимых решений задачи линейного программирования, то этот вектор является одним из опорных решений задачи; 5. Если вектор  $X$  входит в область допустимых решений задачи линейного программирования, то этот вектор является одним из оптимальных решений задачи;

- 3 и 4
- 4 и 5
- 1 и 2
- 1 и 3
- 2 и 3

657 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Если в ограничениях задачи линейного программирования число неравенств больше числа уравнений, то данная задача линейного программирования не имеет решение;
- Если в ограничениях задачи линейного программирования число неравенств меньше числа уравнений, то данная задача линейного программирования не имеет решение;
- Если в задаче линейного программирования количество переменных больше числа ограничений, то данная задача линейного программирования не имеет решение;
- Если в задаче линейного программирования количество переменных меньше числа ограничений, то данная задача линейного программирования не имеет решение;
- Если в задаче линейного программирования условия задачи противоречивы, то данная задача линейного программирования не имеет решение;

658 Какое из нижеприведенных высказываний верно? 1. Если в задаче линейного программирования условия задачи непротиворечивы, то она имеет решение; 2. Если в задаче линейного программирования условия задачи непротиворечивы, то она имеет только опорное решение; 3. Если в задаче линейного программирования условия задачи противоречивы, то она не имеет решение; 4. Если в задаче линейного программирования условия задачи противоречивы, то она имеет только оптимальное решение;

- 1
- 3 и 4
- 1 и 3
- 1 и 2
- 2

659 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Если в задаче линейного программирования отыскивается максимальное значение функции, то обязательно должно быть  $n > m$ ;
- Если в задаче линейного программирования  $n$
- В задаче линейного программирования может отыскиваться максимальное значение;
- Если в задаче линейного программирования отыскивается минимальное значение целевой функции, то система ограничений обязательно должно быть в виде “ $\geq$ ”;
- Если в задаче линейного программирования отыскивается максимальное значение целевой функции, то система ограничений обязательно должно быть в виде “ $\leq$ ”;

660 Какое из нижеприведенных высказываний верно?

- Под критерием оптимальности модели понимается математическое отображение экзогенных параметров;
- Под критерием оптимальности модели понимается математическое отображение этапов построения модели;
- Под критерием оптимальности модели понимается математическое отображение алгоритма решения модели;
- Под критерием оптимальности модели понимается математическое отображение поставленной цели;
- Под критерием оптимальности модели понимается математическое отображение эндогенных параметров;

661 Пусть экономико-математическая модель, построенная в виде задачи линейного программирования, включает  $n$  переменных и  $m$  линейно независимых ограничений, причем  $n > m$ . Тогда в оптимальном плане будут иметь положительные значения:

- $n - m + 1$  переменных
- $n + m$  переменных

- Не более  $m$  переменных
- Не более  $n$  переменных
- $n-m$  переменных

662 Системный анализ экономической системы рассматривается как 3-х этапный процесс: 1. Постановка задачи, определение целей и критериев оценки 2. Анализ исследуемой системы 3. Разработка концепции развития системы и подготовка возможных вариантов решений. Какие из этих этапов не реализуемы в условиях рыночной экономики без использования экономико-математических методов и моделей?

- 1 и 2
- 1, 2 и 3
- 1
- 2 и 3
- 1 и 3

663 Какое из нижеприведенных высказываний относительно адекватности экономико-математической модели верно?

- Под адекватностью экономико-математической модели понимается полное соответствие модели экономической системе;
- Под адекватностью экономико-математической модели понимается противоречивость условий модели
- Под адекватностью экономико-математической модели понимается непротиворечивость условий модели;
- Под адекватностью экономико-математической модели понимается соответствие модели экономической системе по тем свойствам, которые считаются существенными для исследования;
- Под адекватностью экономико-математической модели понимается существование методов решения модели;

664 Какое из нижеприведенных высказываний относительно определения экономико-математической модели верно?

- Экономико-математическая модель - это математическое отображение выходов экономической системы;
- Экономико-математическая модель - это существующие знания об экономической системе.
- Экономико-математическая модель - это отображение основных характеристик экономических систем в виде таблиц, диаграмм и схем;
- Экономико-математическая модель - это формально-математическое отображение основных характеристик экономической системы с точки зрения поставленной цели;
- Экономико-математическая модель - это математическое отображение входов экономической системы;

665 \*

Как вычисляется коэффициент корреляции  $S_{xy}$  случайных величин  $X$  и  $Y$ ?

- 5
- $$\rho_{xy} = \frac{\delta_y}{\delta_x \delta_y}$$
- 1
- $$\rho_{xy} = \frac{\delta_x \cdot \delta_y}{\delta_{xy}}$$
- 2
- $$\rho_{xy} = \frac{\delta_x}{\delta_y}$$
- 3
- $$\rho_{xy} = \frac{\delta_{xy} \cdot \delta_x}{\delta_y}$$
- 4
- $$\rho_{xy} = \frac{\delta_{xy} \cdot \delta_y}{\delta_x}$$

666 \*

Если  $\delta$  - среднее квадратическое отклонение,  $\bar{x}$  - выборочное среднее, то как вычисляется выборочный коэффициент вариации?

- 1
- $$V = \delta \cdot \bar{x} \cdot 100\%$$
- 3
- $$V = (\delta + \bar{x}) \cdot 100\%$$
- 2

$$V = \frac{\bar{x}}{\delta} \cdot 100\%$$

 4

$$V = \frac{\delta}{X} \cdot 100\%$$

 5

$$V = \left(1 - \frac{\delta}{\bar{x}}\right) \cdot 100\%$$

667 Какое из нижеприведенных формул отображает выборочную дисперсию:

 2

$$D = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})$$

 1

$$D = \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$$

 5

$$D = \sum_{i=1}^n (x_i \bar{x} + \bar{x}^2)$$

 4

$$D = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i \bar{x} - \bar{x}^2)^2$$

 3

$$D = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$$

668 Какое из нижеприведенных высказываний относительно основного принципа проверки статистической гипотезы верно?

1. Если наблюдаемое значение критерия принадлежит критической области, то нулевая гипотеза отклоняется  
 2. Если наблюдаемое значение критерия не принадлежит критической области то нулевая гипотеза принимается  
 3. Если наблюдаемое значение критерия принадлежит критической области, то нулевая гипотеза принимается  
 4. Если наблюдаемое значение критерия не принадлежит критической области то нулевая гипотеза отклоняется

 1 и 3

 1 и 4

 1 и 2

 2 и 4

 3 и 4

669 Какое из нижеприведенных высказываний не верно?

 Под статистической гипотезой понимается гипотеза о виде закона распределение или о параметрах известного распределения

 Под статистической гипотезой понимается гипотеза о достоверности или недостоверности статистических данных

 Статистическим критериям называют случайную величину, которая служит для проверки нулевой гипотезы

 Гипотеза, которая будет приниматься в случае отклонения нулевой гипотезы, называется альтернативной гипотезой

 Гипотеза, подлежащая проверке, называется нулевой гипотезой

670 При заданной выборки в виде статистического ряда выборочное среднее вычисляется по формуле:

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^R n_i x_i$$

 3

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sqrt{\sum_{i=1}^R n_i x_i}$$

 4

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n M(x)$$

 5

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^R n_i x_i$$

3

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sqrt{\sum_{i=1}^R n_i x_i}$$

2

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^R n_i x_i$$

1

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

4

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n M(x)$$

1

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

2

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^R n_i x_i$$

3

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sqrt{\sum_{i=1}^R n_i x_i}$$

4

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n M(x)$$

1

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

2

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^R n_i x_i$$

671 Какое из нижеприведенных не относится к распределениям, используемых в эконометрике?

- распределение Стьюдента  
 закон случайного распределения  
 распределение Фишера  
 нормальный закон распределения  
 распределение X- и квадрат

672 Средним квадратическим отклонением случайной величины X называют:

- квадратный корень математического ожидания этой случайной величины  
 квадрат математического ожидания этой случайной величины  
 умножение дисперсии этой случайной величины на среднее квадратическое отклонение  
 квадрат дисперсии этой случайной величины  
 квадратный корень дисперсии этой случайной величины

673 Какое из нижеприведенных выражений не относится к свойствам дисперсии?

2

$$D(CX) = C^2 D(X)$$

1

$$D(C) = 0, \text{ где } C - \text{константа}$$

5

$$D(ax + b) = a^2 D(x), \text{ где } a \text{ и } b - \text{константы}$$

4

$D(X \pm Y) = D(X) - D(Y)$ , где  $X$  и  $Y$  - независимые случайной величины

3

$D(X \pm Y) = D(X) + D(Y)$ , где  $X$  и  $Y$  - независимые случайной величины

674 Под дисперсией случайной величины  $X$  понимается:

- Математическое ожидание отклонения случайной величины от ее математического ожидания  
 Математическое ожидание отклонения квадрата этой случайной величины от ее математического ожидания  
 Абсолютная величина отклонения этой случайной величины от ее математического ожидания  
 Математическое ожидание квадрата отклонения случайной величины от ее математического ожидания  
 Математическое ожидание квадрата отклонения квадрата этой случайной величины от ее математического ожидания

675 Для описания среднего разброса случайной величины используются:

- Только среднее квадратическое отклонение  
 Математическое ожидание и дисперсия  
 Математическое ожидание и среднее квадратическое отклонение  
 Только дисперсия  
 Дисперсия и среднее квадратическое отклонение

676 Какое из нижеприведенных формул не отображает свойств математического ожидания?

5

$$M(XY) = M(X) \cdot M(Y)$$

1

$$M(XY) = M(X) - M(Y)$$

2

$$M(C) = C, \text{ здесь } C - \text{ константа}$$

3

$$M(CX) = C \cdot M(X)$$

4

$$M(X \pm Y) = M(X) \pm M(Y)$$

677 Как вычисляется математическое ожидание дискретной случайной величины?

4

$$M(X) = \sum_{i=1}^n X_i + \sum_{i=1}^n P_i$$

5

$$M(X) = \sum_{i=1}^n X_i P_i$$

1

$$M(X) = \sum_{i=1}^n X_i^2 P_i$$

2

$$M(X) = \sum_{i=1}^n X_i P_i^2$$

3

$$M(X) = \sum_{i=1}^n (X_i + P_i)^2$$

678 Какие из нижеприведенных считаются числовыми характеристиками случайной величин? 1. Математическое ожидание 2. Дисперсия 3. Среднее квадратическое отклонение 4. Среднее числовое отклонение

- только 2 и 3  
 1, 2 и 3  
 только 1 и 2  
 только 3 и 4

- 2, 3 и 4

679 Под законом распределения дискретной случайной величины понимается:

- Соответствие между всеми возможными значениями случайной величины и их вероятностями  
 Вычисление ее конкретных значений  
 Несоответствие между всеми возможными значениями случайной величины и их вероятностями  
 Соответствие между тем или иным конкретным значением этой случайной величины и неопределенностями внешней среды  
 Несоответствие между тем или иным конкретным значением этой величины и неопределенностями внешней среды

680 Какое из нижеприведенных высказываний не верно?

- Под случайной величиной понимается величина, которая в результате наблюдения принимает то или иное значение, заранее не известное и зависящее от величинных обстоятельств  
 Под случайной величиной понимается величина, которая в результате наблюдения принимает одну из известных значений и не зависящее от случайных обстоятельств  
 Различают дискретные и непрерывные случайные величины  
 Дискретной называют такую случайную величину, которая принимает отдельные, изолированные значения с определенными вероятностями  
 Непрерывной называют такую случайную величину, которая может принимать любое значение из некоторого числового промежутка

681 Вероятность наступления события А или В находится по формуле:

- 3  
 $P(A+B) = P(B-A)$   
 2  
 $P(A+B) = P(A) + P(A) + P(A \cdot B)$   
 1  
 $P(A+B) = P(A) + P(B)$   
 5  
 $P(A+B) = P(A) + P(B) - P(A \cdot B)$   
 4  
 $P(A+B) = P(A) - P(B) - P(A \cdot B)$

682 Если вероятность наступления события А определяется по формуле  $P(A) = m/n$ , то какое из нижеприведенных условий обязательно выполнится для m и n?

- 2  
 $n > m + 1$   
 5  
 $m = \frac{n}{2}$   
 4  
 $0 \leq m \leq n$   
 3  
 $m > n + 1$   
 1  
 $0 \leq n \leq m$

683 Если n - число повторений одного и того же эксперимента в одинаковых условиях, m - число экспериментов из n проведенных, в которых произошло событие А, то как будет определяться вероятность события А?

- 1  
 $P(A) = \frac{n}{m}$   
 5  
 $P(A) = n \cdot m$   
 4  
 $P(A) = 1 - \frac{n}{m}$   
 3

$$P(A) = \frac{m}{n}$$

2

$$P(A) = 1 - \frac{m}{n}$$

684 Вероятность события –это:

- Числовая характеристика, определяющая степень возможности данного результата в условиях проводимого эксперимента
- такое число, значение которой меньше нуля, которое отображает возможности данного результата
- такое число, значение которой не меньше единицы, которое отображает возможности данного результата
- Совокупность теоретических и эмпирических знаний о степени возможности определенного результата, имеющиеся у исследователя до начала эксперимента
- Совокупность теоретических знаний о степени возможности определенного результата, имеющиеся у исследователя в условиях проводимого эксперимента

685 Какое из нижеприведенных высказываний не верно?

- Любая активность, результат которой неоднозначен, называется экспериментом
- Вероятность события –это:
- Вероятность события –это совокупность теоретических знаний, которая известна исследователю без проведения эксперимента о возможности определенного результата
- Вероятность события –эта числовая характеристика, определяющая степень возможности данного результата в условиях проводимого эксперимента
- Результат эксперимента называется событием

686 Система ограничений оптимизационной модели экономического процесса нелинейна. Какое из нижеприведенных высказываний верно для целевой функции этой модели?

- Если число эндогенных параметров меньше числа нелинейных ограничений модели, то должно отыскиваться только минимальное значение этой функции
- Если число эндогенных параметров меньше числа линейных ограничений модели, то должно отыскиваться только минимальное значение этой функции
- Целевая функция строится исходя из поставленной цели и может отыскиваться как наибольшее, так и наименьшее значение этой функции
- Если число эндогенных параметров превышает числа линейных ограничений модели, то должно отыскиваться только максимальное значение этой функции
- Если число эндогенных параметров превышает числа нелинейных ограничений модели, то должно отыскиваться только максимальное значение этой функции

687 В оптимизационной модели экономической системы отыскивается максимальное значение целевой функции. Тогда:

- Ограничения модели могут быть как линейными, так и не линейными
- Число линейных ограничений модели должно превышать числа неизвестных величин
- Число линейных ограничений модели должно быть меньше числа эндогенных параметров
- Ограничения модели обязательно должны быть линейными
- Ограничения модели обязательно должны быть не линейными

688 В оптимизационной модели экономической системы:

- Нет зависимости между числом экзогенных и числом эндогенных параметров
- Число эндогенных параметров может быть больше числа экзогенных параметров, но обязательно должно быть меньше числа ограничений
- Число эндогенных параметров обязательно должно быть меньше число экзогенных параметров
- Число эндогенных параметров может быть меньше числа экзогенных параметров, но обязательно должно превышать числа ограничений
- Число эндогенных параметров обязательно должно превышать число экзогенных параметров

689 Какое из нижеприведенных высказываний относительно оптимизационной модели экономической системы верно?

- Оптимизационная модель экономической системы одновременно может быть как линейной так и нелинейной моделью
- Оптимизационная модель экономической системы одновременно может быть как целочисленной, так и дробно-линейной моделью
- Оптимизационная модель экономической системы одновременно может быть как детерминической, так и статической моделью
- Оптимизационная модель экономической системы не может одновременно быть и целочисленной, и дробно-линейной моделью

690 Если оптимизационная модель экономической системы построена в виде однокритериальной модели, то:

- Отыскание наибольшего или наименьшего значения целевой функции зависит от числа эндогенных параметров этой модели
- В данной модели обязательно отыскивается наибольшее значение целевой функции
- В данной модели обязательно отыскивается наименьшее значение целевой функции
- Отыскание наибольшего или наименьшего значения целевой функции зависит от числа экзогенных параметров этой модели
- независимо от характера ограничений этой модели может отыскиваться как наибольшее, так и наименьшее значение целевой функции

691 Какое из нижеперечисленных высказываний не верно?

- В эконометрическом моделировании за этапом параметризации идет этап верификации
- Этап спецификации является начальным этапом в эконометрическом моделировании
- Этап верификации в эконометрическом моделировании выполняется после этапов спецификации и параметризации
- Этап параметризации в эконометрическом моделировании опережает этапа спецификации по времени, но проводится после этапа верификации
- В эконометрическом моделировании за этапом спецификации идет этап параметризации

692 В чем заключается сущность этапа верификации в эконометрическом моделировании?

- Использование построенной модели для прогнозирования изучаемого экономического процесса
- Построение эконометрических моделей, т.е. представление экономических моделей в математической форме, удобной для проведения эмпирического анализа
- Использование построенной модели для объяснения поведения исследуемых экономических показателей
- Оценка параметров построенной модели, делающих выбранную модель наиболее адекватной к реальным данным
- Проверка качества найденных параметров модели и самой модели в целом

693 В чем заключается сущность этапа параметризации в эконометрическом моделировании?

- Использование построенной модели для объяснения поведения исследуемых экономических показателей
- Построение эконометрических моделей, т.е. представление экономических моделей в математической форме, удобной для проведения эмпирического анализа
- Проверка качества найденных параметров модели и самой модели в целом
- Оценка параметров построенной модели, делающих выбранную модель наиболее адекватной к реальным данным
- Использование построенной модели для прогнозирования изучаемого экономического процесса

694 В чем заключается сущность этапа спецификации в эконометрическом моделировании?

- Построение эконометрических моделей, т.е. представление экономических моделей в математической форме, удобной для проведения эмпирического анализа
- Использование построенной модели для прогнозирования изучаемого экономического процесса
- Проверка качества найденных параметров модели и самой модели в целом
- Оценка параметров построенной модели, делающих выбранную модель наиболее адекватной к реальным данным
- Использование построенной модели для объяснения поведения исследуемых экономических показателей

695 К основным задачам эконометрики относятся:

- Достоверная защита экономической системы от влияния внешней среды
- Определение числа степеней свободы экономической системы
- Определение структуры экономической системы
- Построение эконометрических моделей, точное отображение экономических моделей в математической форме
- Устранение противоречий между эконометрическими и эмпирическими моделями

696 Чем объясняется необходимость применения математической статистики в эконометрике?

- Математическая статистика отдает предпочтения не количественному, а качественному анализу экономических процессов
- Математическая статистика не опирается на реальные экономические показатели и поэтому способствует более точному описанию внутренней структуры процессов
- Зависимости между показателями экономических систем всегда носят строгий функциональный характер и не допускает наличия каких-либо случайных отклонений
- Зависимости между показателями экономических систем всегда не носят строгий функциональный характер, а допускает наличие каких-либо случайных отклонений

697 Что является основным инструментом исследования в эконометрике?

- Линейное программирование
- Нелинейное программирование
- Математическая статистика
- Общая теория статистики
- Закон больших чисел

698 Основное различие моделей математической экономики и эконометрических моделей заключается в следующем :

- Если модели математической экономики нелинейны, то эконометрические модели линейны
- Если модели математической экономики строятся и анализируются без использования реальных числовых данных, то эконометрические модели строятся на базе эмпирических данных
- Если в моделях математической экономики присутствуют две эндогенные параметры, то в эконометрических моделях только один эндогенный параметр
- Если модели математической экономики линейны, то эконометрические модели нелинейны
- Если модели математической экономики строятся и анализируются на базе эмпирических данных, то эконометрические модели строятся без использования реальных числовых данных

699 2. Какое из нижеприведённых высказываний верно? 1. Эконометрика – позволяет найти количественное подтверждение либо опровержение того или иного экономического закона или гипотезы 2. Эконометрика определяет механизм функционирования того или иного экономического закона 3. Эконометрика дает качественную оценку влияния внешней среды на функционирование того или иного экономического закона 4. Эконометрика есть механизм прогнозирования экономических показателей

- только 3
- 1 и 4
- только 1
- только 2
- 2 и 4

700 1. Какое из нижеприведённых высказываний верно? 1. Эконометрика - как научное направление занимается построением математических моделей реальных экономических процессов на базе реальных статистических данных, их анализом и совершенствованием. 2. Эконометрика - как научное направление занимается построением математических моделей абстрактных экономических процессов на базе реальных статистических данных, их анализом и совершенствованием. 3. Эконометрика как научное направление занимается качественными аспектами реальных экономических процессов

- только 2
- только 3
- 2 и 3
- 1 и 2
- только 1