

УДК (14pt)

**НАЗВАНИЕ СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (ЗАГЛАВНЫМИ
БУКВАМИ, 14pt, п/ж)**

И. О. Фамилия автора на русском языке (14pt, п/ж)

Место работы/учебы автора на русском языке (14pt)

Аннотация. (12pt, п/ж) Текст аннотации на русском языке. (12pt).

Ключевые слова: (12pt, п/ж) перечень ключевых слов на русском языке. (12pt).

**НАЗВАНИЕ СТАТЬИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (ЗАГЛАВНЫМИ
БУКВАМИ, 14pt, п/ж)**

И. О. Фамилия автора на английском языке (14pt, п/ж)

Место работы/учебы автора на английском языке (14pt)

Abstract. (12pt, п/ж) Текст аннотации на английском языке. (12pt).

Keywords: (12pt, п/ж) перечень ключевых слов на английском языке. (12pt).

Текст статьи (14pt). Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст статьи
Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст статьи
Текст статьи Текст статьи

Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст статьи Текст
статьи Текст статьи Текст статьи.

Список литературы (12pt, п/ж)

1. (12pt).
2. (12pt).
3. (12pt).
4. (12pt).

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

УДК 339.13

ОЦЕНКА ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЛИМОНАДА

А. Е. Булганина

Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

Н. С. Андряшина

Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

Аннотация. В статье отражены результаты опроса потребителей лимонада. Опрос проведен в 2018 году, выборка вероятностная. Показаны вкусовые предпочтения жителей Нижнего Новгорода по виду, материалу и форме упаковки. Потребителям нравится лимонад со вкусом мандарина, ананаса, банана, яблока и клубники. Большая часть респондентов выбирают

пластиковую цилиндрическую упаковку. Оценен спрос на объем разовой покупки, который составляет 300-600 мл в среднем ценовом диапазоне. Отражены предпочтения респондентов по месту покупки (крупный сетевой магазин и магазин шаговой доступности), яркому дизайну упаковки с фоном бело-зеленого цвета с изображением фруктов на упаковке. При выборе лимонада нижегородцы обращают внимание на выкладку товара, наличие рекламных роликов по телевидению и акций стимулирования сбыта на месте продажи.

Ключевые слова: опрос, потребители, лимонад, спрос.

ASSESSMENT OF THE PREFERENCES OF CONSUMERS OF LEMONADES

A. E. Bulganina

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

N. S. Andryashina

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University

Abstract. The article reflects the results of a survey of lemonade consumers. The survey was conducted in 2018, the sample is probabilistic. Taste preferences of residents of Nizhny Novgorod by type, material and form of packaging are shown. Consumers love Mandarin, pineapple, banana, Apple and strawberry flavored lemonade. Most of the respondents choose plastic cylindrical packaging. The demand for the volume of a single purchase, which is 300-600 ml in the average price range, is estimated. The preferences of respondents at the place of purchase (a large chain store and a convenience store), bright package design with a background of white and green color with the image of fruits on the package are reflected. When choosing lemonade Nizhny Novgorod pay attention to the layout of the goods, the presence of commercials on television and promotions to promote sales at the point of sale.

Keywords: survey, consumers, lemonade, demand.

Производители продукции с целью оценки спроса на товарный ассортимент изучают региональный рынок [1, 2]. Для оценки спроса и предпочтений потребителей авторами был проведен опрос жителей Нижнего Новгорода [3]. Выборка составила 21 человек. Средний возраст опрошенных потребителей лимонада – 19,5 лет, минимальный 11 лет, а максимальный 42 года. Результаты опроса следующие.

Большинство потребителей лимонада выбирают вкус мандарина и ананаса (по 52%, 11 чел.), банана 48% (10 чел.), яблока и клубники (по 43%, 9 чел.).

Список литературы

1. Андрияшина Н.С., Гарин А.П. Оценка комплексного развития продукта на базе современных методов управления качеством (на примере отдельного производства) // Экономические и гуманитарные науки. 2016. №4(291). С. 74-88.
2. Булганина С.В., Лебедева Т.Е., Булганина А.Е. Рынок сока: выбор потребителя // Наука Красноярья. 2017. Т. 6, №3-4. С. 106-108.
3. Кузнецов В.П. Формирование организационно-экономического механизма управления корпорацией: монография. Н. Новгород, 2004.