

Левкин, Г. Г. Организация маркетингового продвижения учебной и научно-популярной литературы: логистический подход / Г. Г. Левкин // Инновационная экономика и общество. – 2024. – № 1 (43). – С. 33 – 40.

УДК 339.371

Г. Г. Левкин

Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС), г. Омск, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ УЧЕБНОЙ И НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ: ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Аннотация. В статье рассмотрены особенности организации розничной продажи учебной литературы в цифровой среде за счет сотрудничества авторов и издательств. Сформулированы преимущества от коллаборации участников издательской деятельности и обосновано значение авторов для формирования книжной культуры в обществе. При описании процесса заказа и продажи печатных версий была использована концепция логистики. Показаны преимущества участия авторов учебной литературы при анализе потребительского спроса в личном кабинете. Для определения механизма воздействия на целевую аудиторию была сформулирована гипотеза о том, что существующая практика оформления заказа на печатные книги не соответствует запросам целевой аудитории. Для проверки гипотезы был проведен эксперимент, в процессе которого в качестве информационного канала взаимодействия с целевой аудиторией была использована социальная сеть www.ok.ru. В качестве изменяемых целевых параметров коммерческого процесса были использованы интерфейс интернет-магазина, каталожная цена на книгу, ценовая политика продавца. Изменение целевых параметров привело к моментальному увеличению спроса, что нашло отражение в личном кабинете автора. В результате исследований были разработаны рекомендации для сотрудников интернет-магазина и получена обратная связь. Использование разработанных рекомендаций позволит повысить качество услуг в электронной коммерции и увеличить охват покупателей по отдельным направлениям учебной деятельности и видам научно-популярной литературы. Кроме коммерческой составляющей в деятельности издательства и авторов учебной литературы была определена необходимость формулирования миссии, которая заключается в распространении качественного контента и воспитании читательской культуры молодого поколения. Миссия преподавателя-автора и миссия издательства должны быть содружественными и направлены на повышение общего образовательного уровня общества и патриотическое воспитание за счет научного обоснования особенностей русской цивилизации.

Ключевые слова: книга, учебное пособие, интернет-магазин, ценообразование, маркетинг, прямые продажи, организация коммерческой деятельности, миссия, целевая аудитория

Grigory G. Levkin

Omsk State Transport University (OSTU), Omsk, the Russian Federation

ORGANIZATION OF MARKETING PROMOTION OF EDUCATIONAL AND POPULAR SCIENCE LITERATURE IN AN ONLINE STORE: LOGISTIC APPROACH

Annotation. The article examines the features of organizing the retail sale of educational literature in the digital environment through cooperation between authors and publishing houses. The benefits of collaboration between participants in publishing activities are formulated and the importance of authors for the formation of book culture in society is substantiated. When describing the process of ordering and selling printed versions, the concept of logistics was used. The advantages of the authors of educational literature are shown when analyzing consumer demand in your personal account. To determine the mechanism of influence on the target audience, a hypothesis was formulated that the existing practice of placing an order for printed books does not meet the needs of the target audience. To test the hypothesis, an experiment was conducted, during which the social network www.ok.ru was used as an information channel for interaction with the target audience. The interface of the online store, the catalog price of the book, and the seller's pricing policy were used as variable target parameters of the commercial process. The change in target parameters led to an immediate increase in demand, which was reflected in the author's personal account. As a result of the research, recommendations were developed for employees of the online store and feedback was received. The use of the developed recommendations will improve the quality of services in e-commerce and increase the coverage of buyers in certain areas of educational activity and types of popular scientific literature. In addition to the commercial component in the activities of the publishing house and the authors of educational literature, the need to formulate a mission was identified, which is to disseminate quality content and educate the reading culture of the younger generation. The mission of the teacher-