

УДК 658.8:655.4/.5

**ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЭТАПА  
ДЛЯ ВЫПУСКА СБОРНИКА СТИХОТВОРЕНИЙ  
(НА ПРИМЕРЕ СБОРНИКА СТИХОТВОРЕНИЙ «НАЕДИНЕ»)**

Кучук А. А., Сафронова А. А., Зарипова В. М.

Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика  
С. П. Королёва (национальный исследовательский университет), г. Самара

Перед тем, как задумывать выпуск издания, необходимо проанализировать ситуацию на рынке: популярно ли будет издание, что нужно сделать для успешных продаж, какие стратегии выбрать издательству. Маркетинговая деятельность оказывает наиболее активное влияние на деятельность издательства в начале производственного цикла, на этапе тематического и при его завершении – на этапе реализации выпущенной продукции.

Собираясь выпускать сборник стихотворений двух авторов, мы провели анализ внешней среды издательства с целью оценить потребности читателей путём изучения данных Российского книжного союза и динамики продаж художественной литературы. Несмотря на всё невероятное разнообразие книжного ассортимента, предлагаемого современному потребителю, базовыми для российского печатного книжного рынка остаются в настоящий момент ниши образовательной и детской книги, а также художественной литературы для взрослых. Следовательно, если говорить о стихотворениях, то стихотворения для детей будут иметь (как впрочем, и всегда) большую популярность при продаже, чего не скажешь, например, о «взрослой» поэзии. Тем не менее, в обществе есть запрос на поэзию: в крупных городах России проводят ежегодные поэтические фестивали, проходят поэтические спектакли.

В соответствии с результатами маркетинговых исследований и на примере популярности двух молодых поэтов – Веры Полозковой и Ес Сои – для продвижения своего сборника стихотворений «Наедине» мы выбрали следующие пути.

1. Публикация стихотворений в социальных сетях.
2. Создание аккаунтов на серверах Проза.Ру или Стихи.Ру.
3. Публикация стихотворений в университетском сборнике «Черные дыры букв» и факультетской газете «Vip-info».
4. Перепоэты стихотворений через своих друзей и участие в литературных конкурсах.

Применимо к самому сборнику стихотворений было решено использовать такие способы распространения, как размещение сборника в электронном виде в группе авторов в «ВКонтакте», а также размещений новостей о сборнике на страницах авторов.

Таким образом, с помощью маркетингового анализа рынка на примере выпуска сборника стихотворений «Наедине» был выбран оптимальный путь продвижения издания, среди которых публикация стихотворений в социальных сетях, создание аккаунтов на серверах Проза.ру и Стихи.ру, в университетском сборнике «Черные дыры букв» и газете «Vip-info».