

• рекомендації по пріоритетним напрямленням розвитку різних областей підприємства

- описание целевой аудитории и ее состояние
- перечень конкурентов и их положение на рынке
- позиционирование нашего предприятия
- сроки реализации проектов
- взаимосвязь перспективных проектов с существующими
- отличительные черты, достоинства и недостатки разрабатываемых изделий
- сравнительный анализ изделий КБЮ и изделий конкурентов

Также в структуру предприятия входят подразделения, в функции которых частично входит реализация рекламной деятельности предприятия.

В ряде случаев КБ «Южное» планирует организационный процесс в рекламе с учетом рекламных агентств, типографий, т.к. не располагает необходимыми средствами для изготовления и размещения рекламы.

С целью повышения эффективности и оптимизации работ рекламной деятельности КБ «Южное» целесообразно пересмотреть структуру организации рекламной деятельности предприятия; планировать и организовывать рекламную деятельность в рамках комплексных целевых программ в полном объеме; проводить постоянный мониторинг носителей рекламной информации и, в соответствии с тенденциями рекламного рынка, учитывать обратную связь с потребителями рекламной продукции КБ «Южное», использовать в рекламных целях наиболее оптимальные варианты.

Література:

1. **Базиєв Г.Л.**, Тарасович В.М., Анн Х. Маркетинг/Г.Л. Базиєв, В.М. Таасєвич, Х. Анн.-М., 2003.-718 с.
2. **Маркетинговые коммуникации** / А.А. Романов, А.В. Панько. — М.: Эксмо, 2006. — 432 с.
3. **Мезенцев Е.А.** Реклама в коммуникационном процессе / Е. А. Мезенцев. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. — 64 с.
4. **Котлер Ф.** Маркетинг менеджмент: пер. с англ. / Ф. Котлер. — СПб.: Питер, 2002. — 752 с.
5. **Организация рекламной деятельности:** Учеб. пособие для нач. проф. образования / В.Н. Хапенков, О.В. Сагинова, Д.В. Федюнин. — М.: Издательский Центр «Академия», 2005.-240 с.
6. **Понкратов Ф.Г.**, Важенев Ю.К. Основы рекламы: Учебник — 9 изд. перераб. и доп. — Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. - 532 с.
7. **Пономарева А. М.** Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. М.: ИЕК «МарТ»; Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2004. — 240с. 8. zakon.rada.gov.ua

КОСМІЧНИЙ ТУРИЗМ: РЕАЛІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

А.О. Кочнева

Національний авіаційний університет
м. Київ

E-mail: alisa-kochneva@yandex.ru

Прагнення людини підкорити космічний простір стало причиною низки визначних наукових відкриттів та технологічних проривів, а нині стає мотивуючим чинником розвитку нового виду туризму. Нині космічні подорожі стали реальністю. Космічний туризм — феномен ХХІ сторіччя. Як будь-яке нове явище він викликає неоднозначні судження, а отже потребує глибокого наукового осмислення.

Процес становлення та розвитку космічного туризму розглядається більшістю дослідників як одна з форм освоєння навколосемного простору. Такий підхід, зокрема, реалізовано у роботах російських спеціалістів Пісарєвського С.Л., Васильєвої В.С., Шарова П.С. За кордоном у такого роду дослідженнях домінує ринковий підхід. Основним об'єктом наукових студій Michel Van Pelt, John Spencer, Steve Kortenkamp, Kenny Kemp стали технологічні можливості, інвестиційні та економічно-правові механізми організації подорожей у космос.

Науково-технічний прогрес протягом ХХ століття дав змогу втілити у життя давню мрію людства про підкорення космосу. У 1957 р. в СРСР запустили на орбіту перший супутник, згодом, 12 квітня 1961 р. Юрій Гагарін здійснив перший політ у космос. З того часу космічні технології постійно вдосконалюються, дозволяючи говорити про інтенсивне та різнобічне освоєння навколосемного простору. Одним з напрямів такого освоєння є космічний туризм.

Нині у світі в рік здійснюється біля 70-80 комерційних запусків космічних ракет і тільки один з них — за участі космічного туриста. Якщо порівняти ці цифри з показниками авіаційного бізнесу, де 70-80 комерційних зльотів відбувається щохвилини, стає зрозумілим: космічний туристичний бізнес — підприємство інноваційне і ризиковане, а отже, орієнтуватися виключно на державне фінансування безперспективно. Тільки усесторонній і збалансований розвиток індустрії космічних вражень, зокрема і її наземного сегменту, дозволить розширити ресурсну базу космічних досліджень і залучити приватні інвестиції, оскільки без подальших технологічних нововведень масові орбітальні та суборбітальні польоти для туристів залишаться неможливими.

Вирішальну роль у привабленні інвестицій у космічний туристичний бізнес відіграє потенційний попит на космічні враження, обсяги якого дозволяють сподіватися на значні прибутки.

Відповідно до вимог цільової аудиторії нині активно розвиваються наступні види космічного туризму: відвідування тематичних космічних парків, космічних центрів та космодромів; здійснення параболічних та суборбітальних польотів, участь у орбітальних польотах різної тривалості з відвідуванням МКС. В перспективі – польоти на Місяць, відвідування космічних готелів та міжпланетні подорожі.

Суборбітальні польоти – найближче майбутнє космічного туризму. Технічні їх можливості доведена вдалими випробуваннями пілотованих людиною космічних кораблів «SpaceShipOne» та «SpaceShipTwo». Політ на борту 8-місного «SpaceShipTwo» триватиме близько 150 хвилин, включаючи п'ятихвилинне знаходження в невагомості, коли на Землю і космос можна буде подивитися крізь великі ілюмінатори.

Орбітальні проекти значно дорожчі, хоча саме цей вид космічного туризму вже став реальністю (відвідування 7 космічними туристами МКС). Нині дієтяться орбіти Землі можна лише трьома способами, використовуючи російський «Союз», американський «Space Shuttle» та «Shenzhou». . . Планується також організувати вихід космічного туриста у відкритий космос за 15 млн. долл. Майбутнє орбітальних польотів втілюється у проєктах з розробки багатомісних (не дасть можливість здешевити квитки) пілотованих космолетів багаторазового використання здатних доставляти на орбіту або на космічні станції-готелі астронавтів та туристів і повертати їх на Землю.

Аналізуючи наявний стан технологічних розробок у галузі ракетно-космічної індустрії та беручи до уваги обсяги здійснених інвестицій і розміри потенційного попиту можна виділити наступні тенденції розвитку ринку космічного туризму. Основні зусилля суб'єктів ринку спрямовуються на подолання прірви між можливостями сучасної космічної техніки та вимогами, що визначають параметрами попиту. Найважливішими серед них є: забезпечення безпеки пасажирів і навколишнього середовища, зниження вимог до стану здоров'я потенційного туриста, здешевлення та підвищення регулярності рейсів, професійне кадрове забезпечення та ефективна міжнародно-правова регламентація суборбітальних польотів. Слід зазначити про невизначеність до цього часу правового статусу такої категорії фізичних осіб як «космічні туристи» і необхідності у найближчому майбутньому встановлення такого статусу на міжнародному рівні. На даний час також не вирішено питання щодо правового регулювання космічного туризму та надання послуг. Вирішення цієї проблеми необхідно тому, що дана діяльність має глобальний характер, включаючи глобальність її наслідків та задля того, щоб забезпечити найбільш сприятливі умови ділового співробітництва держав.

У майбутньому, космічні кораблі повинні мати операційні характеристики подібні до сучасних авіалайнерів, зокрема, низькі витратами палива, велику кількість місць та високі стандарти безпеки. Для досягнення цих цілей необхідно здійснення наступних кроків: сформувати у суспільстві чітке уявлення про реальність космічних подорожей, на основі розбудови наземного сегменту індустрії космічних вражень; сконцентрувати ресурсні можливості на реалізації найбільш реальних проєктів, а саме – відновленні польотів на МКС та організації суборбітальних подорожей. Останні мають всі перспективи стати масовими вже до 2020 р. (за існуючими оцінками до 2022 р. суборбітальними туристами стануть 15 тис. людей).

Проведений аналіз ринку космічного туризму дозволяє стверджувати його величезний потенціал. Вже нині державні корпорації, приватні компанії, окремі особи інвестують сотні мільярдів доларів на рік у розвиток космічних технологій, щоб зробити космічні подорожі реальними, отже в найближчому майбутньому космічний туризм стане масовим, індустрія космічних вражень буде розвиватися пригломашливими темпами, стимулюючи виникнення десятка прибуткових субринків.

Список використаної літератури

1. **Васильєва В.С.** Космический туризм: состояние и перспективы / Васильева В.С. // Туризм: право и экономика. 2007, № 3 с.31.
2. **Каденюк Л.** Місія – космос. Сер. «Українці у світовій цивілізації» / Каденюк Л. – К.: Пульсари. – 328 с.
3. **Космонавтика XXI века** / [отв.ред. Б.Е. Черток]. – М.: Вид-во «РГСофт», 2010. – 864с.
4. **Писаревський Е.Л.** Правовые основы космического туризма / Писаревський Е.Л. // Туризм: право и экономика. 2006, № 2 с.14.
5. **Anderson Eric** The space tourist's handbook: where to go, what to see, and how to prepare for the ride of your life / Eric Anderson, Joshua Piven. – Quirk Books, 2005. – 192 p.
6. **Spencer John** Space tourism: do you want to go? / John Spencer, Karen L. Rugg. – Apogee Books, 2004 – 220 p.