

Продвижение космических услуг в различных аудиториях

Гвенетадзе Мария Автандиловна

Студент (бакалавр)

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф.

Решетнева, Красноярск, Россия

E-mail: marygven@gmail.com

В современном так называемом информационном обществе значимую роль занимают средства массовой коммуникации, навигационные системы, системы прогнозирования и многое другое, что является двигателем развития различных институтов общества. Наука - главный инструмент удовлетворения разнообразных общечеловеческих потребностей. Без результатов деятельности космической науки невозможно производство и функционирование передовых технологий, являющихся основой экономического развития. Вышеперечисленное явилось причиной возникновения новой сферы услуг, учитывая технологию и источник данных для их осуществления, называемой «космическими услугами».

Участники рынка космических услуг — заказчики, потребители, производители и поставщики. Заказчиками и потребителями могут выступать такие юридические лица, как органы государственной власти, космические агентства, российские, международные и иностранные коммерческие и некоммерческие организации, а также физические лица - предприниматели, ученые, различные специалисты и другие граждане. Производителями и поставщиками в данном сегменте выступают научно-исследовательские, проектные и опытно-конструкторские организации и подразделения, испытательные центры, космические агентства, предприятия космической промышленности, организации, осуществляющие управление и эксплуатацию космических средств, компании, осуществляющие коммерческое координирование и использование космических систем непосредственно в интересах потребителей и поставщиков космических услуг [1].

Результаты мониторинга Земли из космоса могут использоваться в работе органов власти, контролирующих органов, научных, общественных организаций и бизнеса для получения разносторонней информации, необходимой для оценки состояния окружающей среды, прогноза и предотвращения природных и техногенных катастроф, метеорологических, природно-ресурсных и других исследований, а также для управления территориями и для планирования экономики [3].

В течение длительного времени информация, получаемая с помощью космических средств, стоила чрезвычайно дорого, а доступ для обработки и распространения результатов космической деятельности в форме космических услуг широкого потребления практически отсутствовал. Конечно, развитие Интернет-коммуникации обеспечило возможность доступа к космическим услугам практически любому пользователю и функционирование рынка космического производства и потребления превратилось в многомиллиардный бизнес-процесс (сегодня рынок космических услуг оценивается специалистами в сумму порядка 5 млрд долл. в год), однако сегодня только 40 государств могут являться участниками данного процесса, а развитой космической инфраструктурой, позволяющей самостоятельно оказывать основные виды космических услуг, обладают в полной мере только Россия и США [1].

Говоря о российской действительности, трудности в использовании данных дистанционного зондирования Земли все же возникают. Прогрессу этого рынка в нашей стране мешают все еще консервативные проявления постсоветского периода, а именно, многое у нас является «государственной тайной», что выражается в засекреченности космических данных. Некоторые данные, конечно, можно рассекретить, но стоимость этой услуги выше

стоимости космического снимка, что развивает бизнес различных спекулятивных организаций. Такие организации действуют примерно так: сначала компания получает снимок посредством Интернета от западного производителя (они на сегодня являются лидерами данной отрасли), далее на снимок ставят гриф «секретно» и продают заказчику либо с этим грифом, либо за дополнительную плату рассекречивают.

В России рынок космических услуг и развитие дистанционного зондирования Земли зависят от количества государственных заказов (преимущественно оборонного характера), поэтому использование результатов космической деятельности для удовлетворения нужд потребителя остается открытым. Наблюдается и положительная динамика: взаимодействие государства и частных организаций, совершенствование законодательства в сфере геопространственных данных [3].

В корпоративном секторе возникают свои проблемы. Во-первых, сложность пользования и анализа пространственных данных, полученных посредством космического мониторинга, во-вторых, сложность в сопоставлении этих данных с существующими корпоративными базами и, в-третьих, проблема в формировании структур для поддержания обработки и использования пространственных данных. Сложно доказать, что существенные затраты на обеспечение кадровой подготовки и оплаты труда специалистам помогут в совершенствовании бизнес-процессов и увеличении прибыли предприятия. Для решения последней проблемы может помочь демонстрация примеров применения таких систем, выгод внедрения технологий.

Основной формат использования корпоративных геоинформационных систем — web-ГИС — способствует популярности картографических Интернет-сервисов за счет того, что ими можно пользоваться без специальной подготовки, с базовыми навыками пользования компьютером [2].

Для укрепления позиций России на мировом рынке космических услуг предполагается реализация политических задач: предоставление открытого доступа к результатам космического мониторинга Земной поверхности; оказание бесплатных космических услуг для групп потребителей (госструктуры, общественные организации, учебные заведения и др.); развитие инфраструктуры систем мониторинга; продвижение отечественных услуг на зарубежные рынки; удовлетворение потребностей в результатах космической деятельности производственной сферы, быта и отдыха граждан Российской Федерации; обеспечение территориальной и финансовой доступности таких услуг широким слоям населения. Успехи государственной политики ускорят развитие российского рынка космических услуг, реализуя права граждан на информацию, на безопасность жизни, личного имущества, экспортировать обширные объемы отечественных космических продуктов и услуг [1].

Таким образом, переориентация национальной космической программы в сторону удовлетворения потребностей граждан в информации, полученной посредством ДЗЗ, а также создание необходимых экономических и политических условий для успешного функционирования частных организаций на рынке космических услуг позволит превратить развивающуюся сферу космической деятельности в самокупаемую экономическую систему, востребованную область бизнеса и инвестиционных вложений.

Источники и литература

- 1) Азаренко Л.Г. Состояние и перспективы развития отечественного и зарубежных рынков сбыта космических услуг // Сервис. 2011. №. 2. С. 80–88.
- 2) Андрианов В.Ю., Щербина С.В. Корпоративные ГИС // Рациональное управление

предприятием. 2013. № 1. С. 22-26.

- 3) Балагуров А.А., Гершензон О.Н. Земля из космоса: законодательство, правовое регулирование и судебная практика. М., 2014. С. 95-96.

Слова благодарности

Выражаю благодарность моему научному руководителю Михайлову Алексею Валерияновичу, кандидату филологических наук, доценту, заведующему кафедрой общественных связей сибирского государственного аэрокосмического университета им. акад. М.Ф.Решетнева.