

Секция «17.4 Актуальные проблемы управления аэрокосмической отраслью»

Ценностное предложение космического туризма в России: структура, потребительские сегменты и факторы формирования спроса

Научный руководитель – Ковалевская Наталья Владимировна

Волкова Анастасия Валентиновна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет космических исследований, Москва, Россия

E-mail: volk.a.v@yandex.ru

Современный этап развития космонавтики характеризуется быстрым ростом интереса к коммерческим полетам в космос, известным как космический туризм. В рамках настоящего исследования предлагается рассматривать космического туриста как физическое лицо либо группу лиц, совершающих поездку в космическое пространство исключительно на коммерческой основе.[7] В статье анализируется ценностное предложение через механизмы формирования платежеспособного спроса. Рынок частных космических полетов в России находится на раннем этапе своего развития, в результате чего, ключевым объектом анализа в работе является не технологическая составляющая инфраструктуры, а конфигурация сервисного продукта и его способность в значительной степени снижать неопределенность услуги и трансформировать уникальный опыт космического полета в структурированное рыночное предложение.[1]

В данной работе мы исследуем модель ценностного предложения для космического туризма в России, выделим мотивационно-поведенческие сегменты спроса и систематизируем группы факторов его формирования на российском рынке с учетом институциональных особенностей отрасли. Особенно стоит уделить внимание тому, что космический туризм относится к сегменту «ультрапремиального опыта», где потребительское решение определяется не массовостью предоставления услуги, а уникальностью и статусностью предложения, высокой пороговой стоимостью входа и особой ролью доверия к лицу, предоставляющему услугу.[8] В рамках этого космический туризм в России это комплексный сервисный продукт с длительным жизненным циклом, ведь в отличие от традиционного понятия туризма, объектом сделки выступает не путевка, а доступ к незабываемому опыту. Исходя из этого, в формировании потребительской структуры спроса упор делается на мотивационно-поведенческие особенности портрета потребителя, где наиболее релевантными клиентами будут те, у кого доминирует статусность и желание выделяться, люди относящиеся к сверхбогатому классу, ориентированные на эмоциональную отдачу, уникальные воспоминания и впечатления; а так же научно-образовательный сегмент, где космический туризм рассматривается не с точки зрения отдыха, а со стороны задачи участия в научно-прикладных исследованиях и социальных миссиях. Для каждого из сегментов будет формироваться свое соотношение факторов роста и барьеров ценностного предложения.[2]

Существенная доля ценностного предложения услуги будет формироваться за счет организационных и институциональных компонентов: безопасность, техническая надежность (Россия обладает надежным, многолетним опытом пилотируемых запусков, что формирует доверие к национальной космической отрасли), инфраструктура подготовки (медицинская и физическая подготовка космического туриста; тренировки в центре подготовки космонавтов; информационное сопровождение и PR-поддержка; возможность участия в научных исследованиях).

Ключевые слова: Ценностное предложение, космический туризм, развитие частной космонавтики в России, целевая аудитория, каналы сбыта, инфраструктура, формирование спроса, «Target Avatar» (целевой аватар), орбитальный полет, суборбитальный полет, популяризация космоса в России, окололунный полет, МКС, корабль «Союз МС».

Источники и литература

- 1) Ефимова Е. А. Космический туризм: новейшая отрасль мировой экономики // Мир новой экономики. 2024. Т. 18. № 2. С. 6–16. DOI: 10.26794/2220-6469-2024-18-2-6-16.
- 2) Osterwalder A., Pigneur Y., Bernarda G., Smith A. Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Hoboken: John Wiley & Sons, 2014.
- 3) АО «Главкосмос». Коммерческие космические полеты к МКС [Электронный ресурс]. URL: Glavkosmos - Let's Go To Space! (дата обращения: 28.02.2026).
- 4) Интерфакс. Россия планирует отправить космических туристов на МКС в III– IV квартале 2025 года (новость от 08.08.2024) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/russia/975667> (дата обращения: 28.02.2026).
- 5) Коммерсантъ. «Роскосмос» намерен развивать космический туризм на Российской орбитальной станции (03.06.2025) [Электронный ресурс]. URL: Роскосмос намерен развивать космический туризм на базе орбитальной станции – Коммерсантъ (дата обращения: 28.02.2026).
- 6) Пospelова А. В. Космический туризм: текст научной статьи // CyberLeninka (электронный ресурс). 2019. URL: КОСМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ (дата обращения: 28.02.2026).
- 7) РБК. Космический туризм: что надо знать (11.04.2024) [Электронный ресурс]. URL: Космический туризм: как возник, перспективы, цена | РБК Тренды (дата обращения 28.02.2026)
- 8) РБК. Оператор назвал цену полета туриста к МКС на «Союзе» (26.09.2021) [Электронный ресурс]. URL: Оператор назвал цену полета туриста к МКС на «Союзе» — РБК (дата обращения: 28.02.2026).
- 9) TASS. Russian space firm signs deal to send two tourists to orbital station in 2023 (25.06.2020) [Electronic resource]. URL: Russian space firm signs deal to send two tourists to orbital outpost in 2023 - Science & Space - TASS (обращение: 28.02.2026).