

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВИАПЕРЕВОЗОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Дзыгун Екатерина Александровна, Дзыгун Елена Александровна  
Научный руководитель – Третьякевич Г.М.  
(Белорусский национальный технический университет)*

В данной статье представлено состояние авиаперевозок в Республике Беларусь, а также перспективы их развития, которые позволят существенно улучшить качество обслуживания клиентов.

Воздушный транспорт, являясь наиболее мобильной составляющей транспортной инфраструктуры, во многом определяет деловую активность современного государства, способствует укреплению международных связей и экономическому процветанию страны.

В настоящее время гражданская авиация Республики Беларусь представляет собой многофункциональную систему, включающую 3 авиакомпании, 7 аэропортов, 2 авиаремонтных завода, 2 учреждения образования, а также ряд других авиационных организаций. Требования к безопасности полетов, к надежности и качеству авиаперевозок повышаются с каждым годом. Укрепляется материальная база авиационных предприятий, приобретается самое современное оборудование. Для обеспечения безопасности полетов и рационального использования воздушного пространства Республики Беларусь вводятся новые воздушные трассы, что позволяет увеличить интенсивность воздушного движения. Республиканским унитарным предприятием по аэронавигационному обслуживанию «Белаэронавигация» обеспечивается внедрение новейших радиолокационных и навигационных средств управления воздушным движением.

Над территорией Беларуси в сутки пролетает от 500 до 700 самолетов из 96 стран. Однако только десятая часть из них приземляется или взлетает в аэропортах нашей страны. Осталь-

ные рейсы – транзитные. Популярность белорусского воздушного пространства объясняется высоким качеством национального аэронавигационного обслуживания и радиотехнического обеспечения, высоким уровнем подготовки наших специалистов, а также допуском всех семи аэродромов республики к обслуживанию международных полетов.

Кроме того, постоянно совершенствуется аэропортовая сеть республики. Так, каждый из семи аэропортов носит статус международного, имеет надежную инженерно-техническую базу и высококвалифицированный персонал.

В соответствии с Государственной программой развития гражданской авиации на 2006–2010 годы планируется развитие областных аэропортов по следующим направлениям: привлечение зарубежных авиакомпаний к выполнению пассажирских авиаперевозок из областных аэропортов; привлечение и обслуживание бизнес-авиации в аэропортах республики; обеспечение конкурентоспособности аэропортовых услуг при транзитных посадках на дозаправку; техническое переоснащение и модернизация областных аэропортов.

Динамичными темпами развивается сегодня Национальный аэропорт «Минск», укрепляя свои технические характеристики, повышая уровень авиационной безопасности и качество обслуживания пассажиров. Аэропорт сертифицирован по II категории ИКАО и способен принимать воздушные суда всех типов без ограничения взлетной массы. Пропускная способность аэровокзального комплекса 5,8 млн авиапассажиров в год.

К концу 2007 года стала доступной возможность бронирования и продажи авиабилетов через Интернет. Эффективно работает и недавно внедренная современная методика выявления «подозрительных» пассажиров – «Профайлинг», своего рода психологическое тестирование. Данная методика заключается в применении комплекса мер по работе с пассажирами: наблюдение, беседа, изучение документов.

Дальнейшее развитие гражданской авиации связывается с переносом Минского авиаремонтного завода на территорию На-

ционального аэропорта «Минск» и модернизацией предприятия. Учитывая сложившиеся тенденции мирового авиационного рынка перенос завода предполагает строительство нового современного высокотехнологического завода-центра технического обслуживания и ремонта.

УДК 339.138

## АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

*Дорошевич Екатерина Владимировна  
Научный руководитель – Макаревич Н.В.  
(Белорусский национальный технический университет)*

В последнее время широкое развитие получил сетевой маркетинг. Его привлекательность заключается в том, что компания может предложить 4 вида прибыли, а участник сам выбирает, какой процент продаж ему получить.

Компания формирует цены на свои товары, исходя из конъюнктуры рынка, учитывая свои затраты и рентабельность. Цена товара в магазине составляет 100 %, но когда товар выходит с завода, его стоимость составляет всего 40 %, а остальные 60 % - это затраты на реализацию:

- транспортировка, экспорт, зарплата торговым работникам, магазины, склады(≈30 %);
- реклама(≈30 %) и др. виды затрат.

1. Первый вид прибыли – получение до 30 % от прямых продаж.

В сетевом маркетинге производители продают товар своим дистрибьюторам по оптовой цене (70 %), а дистрибьюторы – непосредственно потребителю, но уже по розничной цене 100 %. Скидка оптовой торговли 30 % – это