

Плюсами данного вида подготовки персонала является то, что компания сразу готовит специалистов «под себя». Параллельно с основным обучением происходит знакомство с работой компании, что в дальнейшем способствует лучшему пониманию процессов, происходящих в компании, а, следовательно, и повышению эффективности руководителей. Также большим преимуществом является то, что программа шагает в ногу со временем, т.е. изменить программу проще, нежели это сделать в государственных учреждениях. Для обучения используются данные только настоящих компаний и данные только за последние 3-5 лет.

В связи с кризисом 2008 года многие компании решили отказаться от корпоративных институтов, т.к. это требует немалых дополнительных затрат (полтора года обучения стоит около 5000\$ на одного студента). Но компании, которые смотрят в будущее, не прекратили деятельность по подготовке кадров, т.к. высокопрофессиональный руководитель может вывести предприятие из кризиса без существенных потерь.

Таким образом, для успешной работы компании необходимо иметь хорошо подготовленных топ-менеджеров. Одним из лучших способов найма таких специалистов является предварительная подготовка и обучение студентов и сотрудников компании на курсах специально созданного корпоративного университета, т.к. руководители сразу обучаются специфике предприятия, а также при обучении используются только «свежие» данные и методы работы.

## **ПРИДОРОЖНЫЙ СЕРВИС В БЕЛАРУСИ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ, ВОЗМОЖНОСТИ**

**Юрчик Т.С.**

*Научный руководитель – Ругалева И.Е.*

Придорожный сервис – это перспективный и прибыльный бизнес. Спрос на него есть всегда, поскольку он призван удовлетворять широкий диапазон потребностей человека – от базовых до эстетических.

В настоящее время на автомобильных дорогах Республики Беларусь функционирует 331 автозаправочная станция, 151 газозаправочный пункт, 335 предприятий торговли, 444 пункта питания, 54 гостиницы, 47 моек, 79 охраняемых стоянок и 97 пунктов технического обслуживания.

Среди рассматриваемых проблем стоит отметить неравномерность расположения объектов придорожного сервиса. Так, на трассе М1 – Брест–Минск–граница РФ, где дорожный сервис развит на порядок

выше, в сравнении с другими трассами, имеются такие участки дорог протяженностью в 60–70 км, на которых не имеется объектов питания вовсе, в то время как для этой категории дорог рекомендованное расстояние между объектами общепита составляет 30–40 км.

Для привлечения посетителей бесспорно необходимо опираться на высокий уровень сервиса и создание уютного интерьера. Это в свою очередь позволит приобрести популярность за достаточно короткий срок.

Пользователями услуг пункта придорожного сервиса являются в основном дальнбойщики, водители и пассажиры частных автомобилей, туристические группы, семьи с детьми, приезжие и местные жители. Имея положительные впечатления об уровне оказания услуг в данном пункте, они смогут стать его постоянными клиентами, в силу того, что проезды через данную местность являются зачастую многократными. Помимо этого они могут разрекламировать его в своем коллегам, знакомым и т.д.

Да и сама реклама не потребует существенных затрат: броская, яркая вывеска над входом, несколько небольших щитов-указателей, размещенных вдоль дороги, информация на заправках помогут найти путь к точке общепита.

При удачном ведении бизнеса кафе может со временем превратиться в своего рода загородный центр отдыха, способный предложить такие услуги, как бильярд, боулинг, сауна и т.п.

В свою очередь создание объектов придорожного сервиса не только способствует освоению транзитного и туристического потенциала района, области, но и имеет социальное значение, поскольку способно обеспечить занятость населения близлежащих, как правило, сельских населенных пунктов.

Спрос был, есть и будет. Предложений же пока мало. Достаточно сравнить уровень и впечатления о придорожном сервисе у ближайших соседей, конкуренция в данном секторе рынке которого довольно высока.

Помимо этого, само открытие дела в этой сфере является гораздо более легким процессом. Так, в России для ведения деятельности придорожного кафе необходимо зарегистрировать ИП. Открытие ООО будет необходимо лишь в том случае, если в ассортимент продукции будет входить алкоголь. После подготовки помещения следует пройти согласования с Роспотребнадзором, СЭС и пожарной службой, а также оформить лицензию на продажу спиртного при необходимости.

Во многом тормозят процесс освоения белорусских дорог бюрократические вопросы. Во всевозможных инстанциях приходится долго

и зачастую мучительно согласовывать документацию, касательно места размещения объекта, его архитектурно-дизайнерского оформления. Причина возникающего вопроса – расстояние кафе от дороги. Известны случаи, когда вопросы по предоставлению участка так и не были решены. Строительство в придорожной полосе местным органом власти было запрещено, а предложенная альтернатива – не ближе чем на 50 метров к трассе. В таком случае естественно возникает вопрос о целесообразности строительства объекта придорожного сервиса вдали от самой дороги.

В то же время с 1.01.2012 г. в Беларуси указом №431 «О некоторых мерах по совершенствованию отношений в области изъятия, предоставления и использования земельных участков» был упрощен порядок предоставления земель для строительства объектов придорожного сервиса. Теперь земельные участки будут предоставляться без проведения аукционов, а их вопросами предоставления должны будут заниматься районные, а не областные исполкомы.

Во многом полезно было бы предоставлять долгосрочные налоговые льготы, ввести единую лицензию на оказание комплекса услуг и упростить порядок ее получения. И тем не менее остается надеяться, что при установлении четкого перечня организаций по получению согласования на строительство, инвесторов, желающих вложить в данную сферу, станет гораздо больше.

## **ТАМОЖЕННЫЕ СОЮЗЫ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ СОЗДАНИЯ И РАСПАДА**

**Юшкевич А.С.**

*Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Ивашутин А.Л.*

В наше время торговля и тесное взаимодействие стран жизненно необходимы для их существования и развития. Без взаимовыгодных экономических отношений невозможно развиваться на сопоставимом уровне со странами-соседями. Для активизации таких отношений и создаются таможенные союзы.

Что представляет собой таможенный союз? Таможенный союз, например, в рамках Евразийского экономического сообщества — форма торгово-экономической интеграции Беларуси, Казахстана и России, предусматривающая единую таможенную территорию, в пределах которой во взаимной торговле товарами не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер. При этом страны-участники таможенного союза применяют единый