

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЭД СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Информационное обеспечение внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности (ВЭД) является неотъемлемой частью системы мер по обеспечению национальных интересов Республики Беларусь.

Государственной программой информационного обеспечения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 годы (далее — Государственная программа) с учетом анализа выполнения предыдущих государственных программ определены цели и задачи по дальнейшему развитию системы информационного обеспечения национальных интересов Республики Беларусь за рубежом, приоритетные направления по формированию положительного политического и экономического имиджа Республики Беларусь, информационному сопровождению деятельности Президента Республики Беларусь, Правительства Республики Беларусь и Национального собрания Республики Беларусь, внедрению современных коммуникационных приемов и технологий по связям с общественностью и средствами массовой информации в существующую в стране систему информационной работы с зарубежными государствами и международными организациями, а также механизм финансирования мероприятий по реализации указанной программы.

Кроме Государственной программы информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь на 2006—2010 годы, также действует Национальная программа развития экспорта на 2006—2010 годы. В рамках данной программы Гомельским облисполкомом ежегодно подготавливается стратегия развития экспорта Гомельской области.

Это два основных нормативно-правовых документа, регулирующих информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности. Кроме того, вопросами информационного обеспечения занимаются гомельские отделения таких крупных республиканских организаций, как Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен, Белорусская торгово-экономическая палата и Белорусская товарная биржа. Этими организациями совместно с Гомельским областным исполнительным комитетом реализуется ряд проектов, а также издаются полиграфические издания экономического характера, распространяемые на крупных областных мероприятиях, а также за рубежом, разрабатываются мультимедийные презентации как в Гомельской области в целом, так и для отдельных экономических проектов.

В целях представления в сети Интернет экспортного и научно-технического потенциала республики по согласованию с МИД Национальным центром маркетинга и конъюнктуры после комплексной модернизации в 2007 г. введен в эксплуатацию портал информационной поддержки экспорта www.export.by.

В рамках программы информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности БелТПП совместно с отраслевыми министерствами и ведомствами, областными и Минским городским исполнительными комитетами ежегодно проводят конкурс «Лучший экспортер года». «Виртуальные выставки» (www.virtualexpo.by) представляют собой многофункциональный информационный ресурс. Проект содержит расширяемый перечень тематических разделов-выставок. В каждом разделе-выставке размещены стенды участников. Виртуальные стенды экспонентов могут быть представлены в виде унифицированной подачи информации как текстовой, так и графической.

Таким образом, можно сделать выводы о том, что в Гомельской области информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности развито на достаточно высоком уровне.

*А.А. Церковская
БГЭУ(Минск)*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Целью данной работы является комплексное рассмотрение, анализ и оценка социальной ответственности бизнеса, которая приносит пользу как самому предприятию, так и обществу в целом. Корпоративная социальная ответственность (КСО) определяется как добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах.

При теоретическом рассмотрении данного понятия можно выделить два основных подхода. При классическом подходе (М. Фридман) КСО заключается в максимизации прибыли организаций и честной уплате налогов. Социально-экономический подход предусматривает ответственность, которая выходит за рамки создания прибыли и включает защиту и повышение благосостояния всего общества.

Приверженцы классического подхода утверждают, что если бизнес возьмет на себя социальные обязательства, то это обернется потерями акционеров, работников организации, потребителей, повлечет за собой лишние затраты, «размывание» целей, нарушит правила максимизации.