

5) государственные закупки: доля обязательных закупок для компаний из отсталых регионов;

6) общественное местоположение: распространение или корректировка местоположения государственных органов и государственных предприятий.

Источники

1. *Armstrong, M. Regional Economics and Policy* / M. Armstrong, J. Taylor ; transl.: Liu Naiquan, Jia Yanli, Zhang Xueliang ; ed. Li Na. — Shanghai : People's Press, 2007. — 198 p.

2. *Chen Yao. International experience of assistance to underdeveloped regions* / Chen Yao // *Rev. of Econ. Research*. — 2000. — № 28. — P. 37–48.

3. *Zhang Keyun. Regional Economic Policy* / Zhang Keyun. — Beijing : The Commercial Press, 2005. — 510 p.

4. *Cheng Dong. Innovation of China's Regional Economic Policy Tools: Theory and Practice* / Cheng Dong // *Guizhou Social Sci.* — 2016. — № 4. — P. 120–126.

*Н. Н. Щипакова, младший научный сотрудник
nadya.shchipakova@gmail.com*

НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь (Минск)

КОНЪЮНКТУРНЫЕ ОПРОСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛУЧЕНИЯ ОПЕРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Конъюнктурные опросы являются одним из инструментов экономического анализа. Впервые они появились в Германии осенью 1949 г. В то время они имели цель дополнить данные немецкой статистики и получать результаты с максимальной оперативностью. Важной особенностью опросов стала невысокая стоимость проведения и получения результатов [1].

В 1961 г. в рамках специальной программы Комиссии Европейского Союза методика была гармонизирована, и опросы стали проводиться по единой системе во всех европейских странах. С 1992 г. было начато проведение подобных опросов и в странах СНГ.

Конъюнктурные опросы являются источником специфической информации. Они содержат данные о том, как руководители организаций оценивают объективные условия своего существования. Они обеспечивают доступ к информации, которая не может быть собрана через традиционные системы статистического наблюдения.

В ходе конъюнктурных опросов собирается в основном качественная информация, а не количественные данные, типичные для обычной статистической отчетности предприятий. В результате такая анкета имеет несколько особенностей. Во-первых, она содержит небольшое количество вопросов и, как следствие, не требует от респондента много времени на заполнение. Во-вторых, вопросы анкеты касаются основных показателей деятельности предприятия, которые хорошо известны руководителям. В-третьих, подавляющая часть вопросов анкеты затрагивает только направление изменения показателей и не требует указания числовых сведений, что снижает опасения респондентов, связанные с раскрытием коммерческой тайны. В-четвертых, простота заполнения анкеты позволяет руководителям заполнять анкету самостоятельно, без обращения к документам или специалистам предприятия. В-пятых, постоянный набор вопросов анкеты и участие в опросах одних и тех же респондентов тоже способствуют быстрому заполнению анкеты. В-шестых, быстрое и комфортное для респондентов заполнение анкеты позволяет организатору опросов оперативно собирать анкеты и получать результаты опросов. Важно, чтобы цели опроса и последующее использование его результатов были совершенно ясны для участников опроса. Любое сомнение респондента в честности или порядочности

организатора опроса ведет к умышленному искажению ответов, пропуску отдельных вопросов или просто к незаполнению всей анкеты, но если организатору опросов удастся установить доверительные и необременительные (для респондентов, конечно) отношения с руководителями предприятий, то он получает в свое распоряжение качественный канал оперативного сбора принципиально новой информации.

В настоящее время результаты конъюнктурных опросов широко используются различными категориями пользователей. Основными получателями результатов являются государственные органы, исследовательские организации, международные организации, средства массовой информации, а также сами участники опросов.

С 1994 г. в Республике Беларусь Научно-исследовательским экономическим институтом (НИЭИ) Министерства экономики Республики Беларусь проводятся конъюнктурные опросы руководителей предприятий по единой европейской методике.

Источник

1. Цухло С. В. Конъюнктурные опросы предприятий в системе современной статистики [Электронный ресурс] / С. В. Цухло // НИУ «Высшая школа экономики». — Режим доступа: <https://vgmu.hse.ru/data/2018/07/04/1152920852/%D0%A6%D1%83%D1%85%D0%BB%D0%BE%202-2018.pdf>. — Дата доступа: 28.02.2022.

*Н. С. Шелег, д-р экон. наук, профессор
sheleg-na@mail.ru*

*В. М. Самаль, аспирант
БГЭУ (Минск)*

ПРАВОВЫЕ ГАРАНТИИ И ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ БЕЛАРУСИ

Правовые основы и основные принципы осуществления инвестиций на территории Республики Беларусь определяет Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. «Об инвестициях», который направлен на привлечение инвестиций в экономику Республики Беларусь, обеспечение гарантий, прав и законных интересов инвесторов, а также их равной защиты.

Согласно ст. 5 указанного закона, осуществление инвестиций на территории Республики Беларусь основывается на следующих принципах:

- инвесторы, а также государство, его органы и должностные лица действуют в пределах Конституции Республики Беларусь и принятых в соответствии с ней актов законодательства Республики Беларусь (принцип верховенства права);
- инвесторы равны перед законом и пользуются правами без всякой дискриминации (принцип равенства инвесторов);
- инвесторы осуществляют инвестиции добросовестно и разумно без причинения вреда другому лицу, окружающей среде, историко-культурным ценностям, без ущемления прав и защищаемых законом интересов других лиц или злоупотребления правами в иных формах (принцип добросовестности и разумности осуществления инвестиций);
- вмешательство в частные дела не допускается, за исключением случаев, когда такое вмешательство осуществляется на основании законодательных актов Республики Беларусь в интересах национальной безопасности (в том числе охраны окружающей среды, историко-культурных ценностей), общественного порядка, защиты нравственности, здоровья населения, прав и свобод других лиц (принцип недопустимости произвольного вмешательства в частные дела);