

Сравнивать рынки легковых автомобилей Беларуси и Китая бессмысленно, но модель развития автомобилестроения Китая заслуживает отдельного исследования. Автомобильная промышленность имеет длинную производственную цепочку, и необходимо постоянно совершенствовать отраслевой механизм и способствовать скоординированному развитию всей цепной отрасли. Кроме того, Китай обладает большим потенциалом в автомобилестроении, особенно в производстве автомобилей на новых источниках энергии. Сочетание передовых программных технологий Беларуси и производственных технологий Китая может стать прорывом в развитии автомобильной промышленности Беларуси.

Чжан Фэйлун, аспирант
Zhangfeilong1991@gmail.com
БГЭУ (Минск)

ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КИТАЕ

Государственное регулирование регионального развития, осуществляемое в большинстве стран в рамках региональной экономической политики, предполагает наличие конкретных целей и задач, достижение которых, как правило, осуществляется в единой системе с инструментами и другими компонентами механизма государственного регулирования. В самом общем виде специалисты во всей совокупности инструментов региональной политики обычно выделяют следующие три категории: инструменты микрополитики, инструменты макрополитики, инструменты политики координации [1, с. 198]. Недостаток этой классификации заключается в том, что она включает некоторые элементы макроэкономической политики в инструменты региональной экономической политики. Это приводит к дублированию одних и тех же инструментов в рамках разных видов государственной политики, например, в налогово-бюджетной политике, в политике занятости и др. На основе результатов анализа опыта государственного регулирования регионального развития в КНР Чен Яо, Чжан Кейюн, Ченг Донг и другие обобщили и выделили во всей совокупности инструментов государственной региональной экономической политики Китая следующие укрупненные группы: «инструменты региональной политики, основанные на типах практики», «конкретные функции инструментов региональной политики» и «инновационные инструменты региональной политики» [2–4].

На наш взгляд, инструменты региональной политики, основанные на практике, требуют более детальной классификации, и в этой связи можно выделить следующие шесть типов инструментов:

1) государственные инвестиции: общественная инфраструктура (включая промышленные парки); проекты сельскохозяйственной инфраструктуры; проекты улучшения окружающей среды; фонд регионального развития; государственное предприятие;

2) трансфертный платеж: специальный трансфертный платеж (условный); общий трансфертный платеж (безусловный);

3) экономическое стимулирование: субсидии на промышленные инвестиции; субсидии на трудоустройство или заработную плату; субсидия на аренду; субсидия на перестройку жилого района; снижение и освобождение от налогов на прибыль, таможенные льготы на импортное оборудование, возврат налогов за экспорт и др.;

4) прямое управление: система выдачи разрешений на создание нового проекта, на проект ремонта или проект расширения; разделение функциональной зоны города; система квот на строительные материалы;

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