

СЕКЦІЯ 1 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.977

Галахова Т.О.

*аспірант кафедри міжнародного менеджменту
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ВИВЧЕННЯ

Стаття присвячена узагальненню теоретичних підходів щодо дослідження креативних індустрій як авангардного сектору сучасної економіки. Представлена історична ретроспектива періодів розвитку креативних індустрій, висвітлено сучасні їх визначення та структурні характеристики на основі компаративного аналізу класифікаційних моделей. Визначені перспективи імплементації концепції креативної економіки, основою якої виступають креативні індустрії, у стратегії національного розвитку.

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, моделі креативних індустрій, креативний капітал, креативний сектор економіки.

Галахова Т.О. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИЗУЧЕНИЯ

Статья посвящена обобщению теоретических подходов к исследованию креативных индустрий как авангардного сектора современной экономики. Представленно историческую ретроспективу периодов развития креативных индустрий, освещены современные их определения и структурные характеристики на основе компаративного анализа классификационных моделей. Определены перспективы имплементации концепции креативной экономики, основой которой выступают креативные индустрии, в стратегии национального развития.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, модели креативных индустрий, креативный капитал, креативный сектор экономики.

Galakhova T.O. CREATIVE INDUSTRY: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES STUDY

The article is devoted to the finding of generalized theoretical and methodological approaches of the creative industries as the vanguard sector of modern economy. The historical periods perspective of creative industries was submitted, the modern determinations and structural characteristics based on comparative analysis of the classification models were highlighted. The perspectives of the implementation the creative economy concept the basis of which are creative industries in the national development strategies was determined.

Keywords: creative economy, creative industries, creative industries model, creative capital, creative economy sector.

Постановка проблеми. На початку XXI ст. формується нова парадигма глобального розвитку, чому сприяють насамперед процеси креативізації технічної, економічної, соціальної та культурної сфер діяльності. У методологічному плані центральне місце в концепції креативної економіки займають поняття «знання», «інформація», «інновація», «креативність». Саме вони відображають сучасну композицію факторів прогресу та конкурентоспроможності.

Імплементація концепції креативної економіки як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються стає основою їхнього економічного зростання, структурного оновлення та соціальної консолідації. Реалізація креативного потенціалу забезпечує лідерство країн у найбільш прибуткових високотехнологічних сегментах глобального ринку.

Креативні індустрії, які являють собою матеріальну основу концепції креативної економіки, починаючи з 1990-х років становлять окремий напрям економічних досліджень. Разом з тим, теоретичне обґрунтування поняття «креативні індустрії» та методологічні підходи до їх класифікації моделей є на сьогодні не тільки актуальними, а й дискусійними питаннями у форматі новітніх наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування, класифікації та розвитку креативних індустрій розглядали у своїх наукових працях такі зарубіжні вчені як Річард Флоріда, Джон Хокінс, Девід Хезмондалш, Чарльз Лендрі, Джасти

О'Коннор, Джон Хартлі, Пітер Кук, а також вітчизняні вчені: О.В. Зеленцова, М.В. Гладких, О.Х. Менвіль, С.В. Андреева, О.С. Дорошенко, Л.І. Антошкіна, І.М. Вахович, О.М. Чуль та ін., а також експерти та аналітики впливових міжнародних організацій (ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОІВ та ін.).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Концептуалізація та системне узагальнення трактувань «креативних індустрій», а також їх класифікація з відображенням новітніх тенденцій економічного розвитку країн та реального бізнесу є відносно новим та дискусійним напрямом наукових досліджень. На сьогодні постає проблема універсальної ідентифікації креативних індустрій на основі узагальнення та селекції країнових класифікаційних моделей.

Постановка завдання. Ціль статті полягає в представленні сучасної природи поняття «креативні індустрії», проведенні на цій основі компаративного аналізу їх класифікаційних моделей задля універсалізації наукових підходів у даній проблематиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «творчі індустрії» було введено в науковий обіг у кінці XX століття (листопад 1998 року) Документом по картуванню творчих індустрій Департаменту культури, медіа та спорту уряду Великобританії з його розширенням в аналогічному документі 2001 року [1, с. 6]. За визначенням цього департаменту «креативні індустрії – це ті галузі промисловості, які ґрунтуються на індивідуальній

творчості, майстерності і таланті, маючи потенціал реалізації продуктів інтелектуальної власності, створення багатства та забезпечення робочих місць через покоління» [3, с. 5].

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) визначає креативні індустрії як такі галузі, що «поєднують у собі створення, виробництво і комерціалізацію товарів і послуг нематеріального і культурного характеру» [1, с. 5].

Конференція ООН з торгівлі та розвитку ЮНКТАД визначає креативні індустрії як: цикли створення, виробництва, обміну і розподілу товарів і послуг, які ґрунтуються на творчому та інтелектуальному капіталі; діяльність на основі знань, що сфокусована, але не обмежується мистецтвом, потенційно орієнтовану на отримання прибутку від торгівлі та прав інтелектуальної власності; матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні або мистецькі послуги з творчим змістом та економічною цінністю, і в той же час такі продукти і послуги, що орієнтовані на досягнення та ринкових цілей. Загалом вони представляють собою динаміку нового сектора у світовій торгівлі [1, с. 8].

У історичній ретроспективі, можна виділити, на наш погляд, наступні періоди розвитку культурних креативних індустрій:

Таблиця 1

Історичний розвиток креативних індустрій

| Доіндустріальний період | Індустріальний період | Постіндустріальний період | |
|---|---|--|--|
| продукти основані на індивідуальній творчості | індустріалізація і масовізація культури | практичне і теоретичне оформлення культурних індустрій | культурні індустрії переосмислюються як ядро сектора творчих індустрій |
| XIX ст. | XX ст. | XXI ст. | |

Складено автором на основі [2, с.19-21; 10, с. 104-139; 11, с. 24]

У доіндустріальний період розвитку креативних індустрій (до другої половини XIX ст.) на перший план вийшли продукти індивідуальної творчості, тобто додана вартість креативних продуктів створювалась за рахунок творчих здібностей, знань та досвіду окремих митців. Поширення продуктів культури відзначалося високими показниками працемісткості та матеріаломісткості: копіювання художніх зразків, перепис рукописів, ремісниче відтворення предметів побуту тощо. Інноваційність даного періоду проявлялась в інтенсивному розвитку індивідуальної творчості, який забезпечив основу формування культурних індустрій.

В індустріальний період розвитку креативних індустрій (друга половина XIX ст. – перша половина XX ст.) почали превалювати масові творчі продукти, реалізація яких стала можливою за рахунок науково-технічного прогресу індустріального типу. Додана вартість креативних продуктів створювалась за рахунок промислового виробництва. У цей період зближення культури (творчості) та економіки в її комерційному вираженні сприймалося інтелектуальною елітою як втрата статусу культури. Проте, дана точка зору поступово змінювалась у позитивному напрямку цього взаємозв'язку, так як утверджувалися нові культурні та економічні цінності. Ключова інновація даного періоду – формування тісного взаємозв'язку «культура – економіка», а також утвердження культурних індустрій.

У постіндустріальний період розвитку креативних індустрій (друга половина XX ст. – XXI ст.) на перший план вийшли як продукти індивідуальної творчості, так і креативні масові продукти за рахунок розвитку науково-технологічного прогресу, насамперед, інформаційних технологій та новітніх комунікаційних систем. Додана вартість креативних продуктів створюється за рахунок інформаційних технологій та креативного капіталу, що являє собою синергічне поєднання людського, культурного, соці-

Таблиця 2

Офіційне відображення досліджень креативних галузей в європейських країнах за період 2007-2011 років

| Країна | Публікація | Організація | Рік видання |
|----------------|---|--|-------------|
| Албанія | Картування креативних галузей в Албанії | Інститут сучасних досліджень за підтримки Британської Ради, Албанія | 2007 |
| Австрія | Четвертий звіт з креативних індустрій Австрії | Федеральна палата економіки Австрії | 2010 |
| Болгарія | Дослідження ВОІВ щодо індустрій авторського права Болгарії | ВОІВ, Центр інтелектуальної власності (Болгарія), Університет національної і світової економіки (Болгарія) | 2007 |
| Хорватія | Індустрії авторського права Хорватії | ВОІВ, Хорватське патентне відомство | 2008 |
| Естонія | Креативні індустрії Естонії, Латвії та Литви | Британська Рада | 2010-2011 |
| Фінляндія | Економічний внесок індустрій авторського права Фінляндії, 2005-2008 | Організація авторського права Фінляндії, Фінський інститут авторських прав | 2010 |
| Німеччина | Культурні і креативні індустрії Німеччини, 2009 | Федеральне міністерство економіки і технологій Німеччини | 2010 |
| Угорщина | Індустрії авторського права Угорщини | Угорське відомство інтелектуальної власності | 2010 |
| Італія | Біла книга з творчості: Італійська модель розвитку, 2009 | Комерційний університет ім. Луїджі Бокконі | 2009 |
| Сербія | Експертний звіт з економічного аналізу креативного сектору Сербії | Група з креативної економіки | 2011 |
| Словенія | Культурні та креативні індустрії – стиль Словенії | Міністерство культури Республіки Словенії | 2011 |
| Швейцарія | Креативні індустрії Швейцарії (другий звіт) | Цюрихський університет мистецтв | 2008 |
| Великобританія | Креативна економіка: поза креативними індустріями | Національний фонд із підтримки науки, технологій та мистецтва у Великобританії (NESTA) | 2011 |

ального та інституційного капіталу. Культурні індустрії переосмислюються як ядро сектора креативних індустрій, з притаманними їм інноваційно-інтелектуальними рисами. Цей період характеризується появою творчих кластерів і розвитком творчої сфери послуг.

У еволюції економічної думки концепція креативної економіки, основою якої є креативні індустрії, протистояла неолібералістській доктрині, що панувала в західній економічній теорії і практиці в кінці ХХ століття. Дійсно, концепція креативної економіки передбачає активну участь держави в економічному регулюванні, проте державне управління якісно переосмислюється і трансформується від директивного стилю до стилю направляючого партнера, який допомагає ефективно взаємодіяти бізнес- та культурному компоненту економічної системи. Більше того, державне управління в концепції креативної економіки орієнтоване саме на спрямування і стимулювання даної взаємодії.

Питання розвитку креативних індустрій на національному рівні становить не тільки значний науковий інтерес, але й стає предметом офіційних аналітичних звітів по відношенню до країн ЄС, що ілюструє таблиця 2 [9, с. 46-47].

Слід наголосити, що подальший аналіз розвитку креативних індустрій неможливий без з'ясування їх базових структурних характеристик. На рівні Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії; Всесвітньої організації інтелектуальної власності; Інституту статистики ЮНЕСКО; некомерційної організації «Американці за мистецтво» (таблиця 3).

Модель класифікації креативних індустрій Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії (DCMS – UK Department for Culture Media and Sport) була розроблена в 1998 році у Великобританії, і була пов'язана з утвердженням пріоритетності таких фак-

торів соціально-економічного розвитку як креативність та інноваційність. Ця модель об'єднує в собі 13 різнопланових креативних індустрій (таблиця 3) [1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) була розроблена в 2003 році і включає галузі, що прямо чи опосередковано беруть участь у створенні, виробництві, обміні та розподілі об'єктів авторського права. Тобто основна увага в даній моделі приділяється інтелектуальній власності, що ґрунтується на креативності створених товарів та послуг, включених до класифікації. Згідно моделі розрізняють 3 підгрупи креативних індустрій: галузі, які виробляють інтелектуальну власність (основні галузі авторського права), і галузі, які необхідні для передачі товарів і послуг до споживача (взаємозалежні галузі авторського права) і проміжна група (проміжні галузі авторського права), де інтелектуальна власність є лише незначною частиною їх діяльності (таблиця 3) [6, с. 25; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Модель Інституту статистики ЮНЕСКО (2005 рік) розподіляє креативні індустрії на дві підгрупи: індустрії в основних (центральных) напрямках культурної сфери та індустрії зі значним діапазоном впливу в сфері культури (таблиця 3) [7, с. 13-15].

Модель креативних індустрій некомерційної організації «Американці за мистецтво» була розроблена в 2005 році і відзначається максимально стислим представленням креативних галузей без виділення підгруп, акцентуючи увагу саме на створенні доданої вартості за рахунок творчого потенціалу як окремих особистостей, так і організацій загалом (таблиця 3) [8].

Класифікація креативних індустрій за авторськими підходами таких науковців як Девід Тросбі, Джон Хокінс та Девіда Хезмондалш представлено в таблиці 4:

Таблиця 3

Організаційний рівень класифікації креативних індустрій

| Модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії (2001) | Модель ВОІВ (2003) | Модель Інституту статистики ЮНЕСКО (2005) | Модель некомерційної організації «Американці за мистецтво» (2005) |
|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Реклама • Архітектура • Мистецтво та ринок антикваріату • Ремесла • Дизайн • Мода • Кіно та відео • Музика • Виконавські види мистецтва • Видавнича справа • Програмне забезпечення • Радіо і телебачення • Відео-та комп'ютерні ігри | <p>Основні галузі авторського права:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Реклама • Організація колективного управління майновими правами • Кіно та відео • Музика • Виконавські види мистецтва • Видавнича справа • Програмне забезпечення • Радіо і телебачення • Візуальне та графічне мистецтво <p>Взаємозалежні галузі авторського права:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Записуючі матеріали (касети, диски, CD-плеєри, інше) • Побутова електроніка • Музичні інструменти • Паперова індустрія • Фотографічне обладнання <p>Проміжні галузі авторського права:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Архітектура • Одяг, взуття • Дизайн • Мода • Предмети домашнього вжитку • Іграшки | <p>Індустрії в основних напрямках культурної сфери</p> <ul style="list-style-type: none"> • Музеї, галереї, бібліотеки • виконавські види мистецтва • Фестивалі • Образотворче мистецтво, ремесла • дизайн • видавництво • Телебачення, радіо • Фільми та відео • фотографія • Інтерактивні медіа <p>Індустрії в розширених областях культури</p> <ul style="list-style-type: none"> • музичні інструменти • звукове обладнання • архітектура • Реклама • Поліграфічне обладнання • програмне забезпечення • Аудіо-візуальне апаратне забезпечення | <ul style="list-style-type: none"> • Реклама • архітектура • Художні училища та художні послуги • дизайн • фільми • Музеї, зоопарки • Музика • виконавські види мистецтва • видавництво • Телебачення і радіо • Образотворче мистецтво |

Таблиця 4

Особистісні підходи класифікації креативних індустрій

| Модель концентричних кіл Девіда Тросбі (2001) | Модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса (2001) | Символічна текстова модель Девіда Хезмондалша (2002) |
|---|---|--|
| <p>Основні творчі галузі (центральне коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> Література Музика Виконавські види мистецтва Образотворче мистецтво <p>Інші основні культурні індустрії (друге коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> Індустрія фільмів Музеї і бібліотеки <p>Культурні індустрії (третє коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> Послуги щодо предметів культурної спадщини Видавнича справа Звукозапис Радіо і телебачення Відео-та комп'ютерні ігри <p>Суміжні галузі (останнє коло):</p> <ul style="list-style-type: none"> Реклама Архітектура Дизайн Мода | <ul style="list-style-type: none"> Реклама архітектура образотворче мистецтво Ремесла Дизайн Мода Кіно Музика Виконавські види мистецтва Видавнича справа НДДКР Програмне забезпечення Ігри Телебачення, радіо Відеоігри | <p>Основні культурні індустрії:</p> <ul style="list-style-type: none"> Реклама Індустрія фільмів Інтернет Музика Видавнича справа Радіо і телебачення Відео-та комп'ютерні ігри <p>Периферійні індустрії:</p> <p>Прикордонні культурні індустрії:</p> <ul style="list-style-type: none"> Креативне мистецтво Побутова електроніка Мода Програмне забезпечення Спорт |

Модель концентричних кіл була розроблена Девідом Тросбі в 2001 році і базувалась на розумінні креативної цінності товарів та послуг, завдяки якій креативні індустрії відрізняються від інших галузей економіки. Стверджується, що креативні ідеї можна представити у вигляді концентричних кіл, де центр – це ідеї креативного мистецтва (розглядаються у формі звуку, тексту і зображень) з високим ступенем вираження культурного змісту, а останнє коло – ідеї з високим рівнем вираження комерційного змісту. Тобто культурний контекст ідей з кожним колом поступається комерційному і навпаки. Модель об'єднує в собі наступні 4 підгрупи: основні креативні галузі, інші основні креативні індустрії, креативні індустрії, суміжні галузі (Таблиця 4) [5, с. 110-133; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса була розроблена в 2001 році. Дана модель включає в себе 15 секторів креативної економіки без розподілу на підгрупи і ґрунтується на твердженні, що креативні індустрії охоплюють сферу створення та продажу креативних ідей та витворів, включаючи комерційну професійну та любительську діяльність (Таблиця 4) [10, с. 104-139; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Символічна текстова модель була розроблена Девідом Хезмондалшем у 2002 році. Культура суспільства формується в даній моделі на символічних текстах чи повідомленнях, які передаються за допомогою різних носіїв, таких як кіно, радіо та преса. Дана модель об'єднує в собі 3 підгрупи креативних індустрій (основні, периферійні, граничні) (Таблиця 4) [4, с. 97; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Як бачимо, модель Міністерства культури, медіа та спорту Великої Британії; модель некомерційної організації «Американці за Мистецтво» та модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса не передбачають класифікацію креативних індустрій з виділенням підгруп на протигагу іншим чотирьом моделям (Модель концентричних кіл Девіда Тросбі, Символічна текстова модель Девіда Хезмондалша, Модель ВОІВ, Модель Інституту статистики ЮНЕСКО). Такі відмінності пояснюються різними цільовими орієнтаціями та способами інтерпретації структурних характеристик креативних галузей. Ми вважаємо, що на сьогодні існує необхідність універсалізувати визначення та стандартизувати класифікації як основу для розробки стратегій розвитку креативних індустрій.

Висновки з проведеного дослідження:

1. Креативні індустрії, які являють собою матеріальну основу концепції креативної економіки, починаючи з 1990-х років проходять етап методологічної ідентифікації. На сьогодні вони є динамічним та високоприбутковим сектором світової економіки. Реалізація концепції креативної економіки як на національному, так і на міжнародному рівні відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу.

2. Узагальнюючим визначенням креативних індустрій, на нашу думку, може їх трактування як нового, динамічного, трансформаційного та транскордонного (перехрестя третинного і четвертинного) сектору сучасної економіки, що ґрунтується на реалізації креативного капіталу (синергійне поєднання людського, культурного, соціального та інституційного капіталу) на мікро- та макро- та глобальному рівнях.

3. Структурні характеристики креативних індустрій відображають порівняння класифікаційні моделі, що були розроблені в період 2000-2005 років на рівні організаційного рівні (модель Міністерства культури, медіа та спорту Великої Британії; Модель Інституту статистики ЮНЕСКО, модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності, модель некомерційної організації «Американці за Мистецтво») та особистісному, втіленому у наукових дослідженнях вчених-економістів (модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса, модель концентричних кіл Девіда Тросбі, символічна текстова модель Девіда Хезмондалша). На сьогодні актуальним залишається питання розробки універсалізованої системи класифікації креативних індустрій для одержання, акумуляції та суспільного використання уніфікованих та релевантних статистичних даних, що посилять наукову обґрунтованість подальших досліджень у даній сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- UN Creative economy report (2010) «Creative economy: a feasible development opinion». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf.
- UN Creative economy report (2013) «Widening local development pathways.» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.
- DCMS (2001). The Creative industries mapping document 2001. London, HMSO.

4. David Hesmondhalgh (2002), *The Cultural Industries*, London: Sage Publications.
5. David Throsby (2001), *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.
6. World Intellectual Property Organisation (2003), *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*, Geneva: WIPO.
7. UNESCO Institute for Statistics (2005), *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*, Montreal: UIS.
8. Americans for the Arts. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.americansforthearts.org>.
9. UNESCO (2012), *Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches*, UNESCO-UIS.
10. Джон Хокинс Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – М.: Издательский дом «Классика – XXI», 2011. – 256 с.
11. Зеленцова Е.В., Гладких Н.В., *Творческие индустрии: теории и практики*. – М.: Издательский дом «Классика – XXI», 2010. – 240 с.

УДК 338(477):330:322

Марущак Д.Ю.
*здобувач кафедри міжнародної економіки
Черкаського державного технологічного університету*

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕГРАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ АСЕАН

Розкрито сутність впливу інвестиційної стратегії на розвиток економіки країн АСЕАН. Визначено та проаналізовано механізми реалізації інвестиційної політики, що вимагають стратегічного підходу. Проводиться аналіз масштабів міжнародних іноземних вливань в економіку країн АСЕАН, а також вивчаються особливості участі самих держав-членів інтеграційного угруповання в інвестуванні за кордоном.

Ключові слова: інвестиції, стратегія, інвестиційні можливості, конкурентоспроможність, інвестиційна стратегія, стратегічні напрями, державне регулювання.

Марущак Д.Ю. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕГРАЦИОННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ АСЕАН

Раскрыта сущность влияния инвестиционной стратегии на развитие экономики стран АСЕАН. Определены и проанализированы механизмы реализации инвестиционной политики, требующие стратегического подхода. Проводится анализ масштабов международных иностранных вливаний в экономику стран АСЕАН, а также изучаются особенности участия самих государств-членов интеграционной группировки в инвестировании за рубежом.

Ключевые слова: инвестиции, стратегия, инвестиционные возможности, конкурентоспособность, инвестиционная стратегия, стратегические направления, государственное регулирование.

Marushchak D.U. INVESTMENT POLICY AS A MEANS OF INVESTMENT STRATEGY INTEGRATION ASSOCIATION ASEAN

The essence of the impact of investment strategy for economic development of ASEAN. Identified and analyzed mechanisms for implementing investment policies that require a strategic approach. An analysis of international foreign inflows extent into the economy of the ASEAN countries, as well as study the features of participation of Member States themselves integration group to invest abroad.

Keywords: investment strategy, investment opportunities, competitiveness, investment strategy, strategic direction, and regulation.

Постановка проблеми. На тлі загальної мінливої ситуації в глобалізованому світовому просторі заслуговують особливої уваги економічні процеси, що відбуваються в одному з найдинамічніших регіонів світу, – Південно-Східної Азії. Лідером цієї організації є країна Сінгапур, яка в 2014 році зайняла перше місце серед 189 країн світу, по легкості ведення бізнесу [8].

Постановка завдання. На основі викладеного, можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі основних інструментів інвестиційної політики АСЕАН.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдяки своєму вигідному географічному положенню, багатим запасам природних і трудових ресурсів країни АСЕАН є дуже привабливими для зарубіжних інвесторів. Оскільки інтенсивність припливу іноземного капіталу протягом періоду існування об'єднання була різною, то можна виділити кілька етапів у процесі формування системи взаємодії країн АСЕАН із зарубіжними інвесторами.

Уряд країн, що розвиваються намагається стимулювати інвестиції та створити сприятливий інвестиційний клімат, який приваблює іноземних інвесторів

у свої країни. У результаті, приплив інвестицій розглядається як життєво важливе доповнення до зусиль в області розвитку.

АСЕАН підписав різні економічні угоди, які роблять значний вплив на поліпшення інвестиційного клімату в регіоні. Ці угоди спрямовані на підвищення, у тому числі конкурентоспроможності регіону і привабливості для інвестицій, виробництва, торгівлі та бізнесу взагалі. З точки зору інвесторів, ці угоди збільшити охоплення галузей, відкритих для інвестицій, лібералізація інвестиційного режиму, забезпечують значно збільшення розміру ринку, а також сприяють руху інвестицій і доступу на виробничі підприємства регіону.

Основним завданням Економічного співтовариства АСЕАН є створення єдиного ринку та виробничої бази з п'яти основних елементів: вільне переміщення товарів, послуг, інвестицій і робочої сили, і вільний потік капіталу. У свою чергу, мета комплексної інвестиційної угоди АСЕАН (АСІА), яка набрала чинності 29 березня 2012 складає зміцнення інвестицій АСЕАН шляхом створення вільного, відкритого, прозорого і комплексного інвестиційного режиму для вітчизняних та міжнародних інвесторів по всій