УДК 339.97 (470+571)

Анна ИВАНОВА

РОЛЬ НАУЧНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАЛАТ ГЕРМАНИИ

Статья поступила в редакцию 01.12.2020

Аннотация. Анализ модели германских торгово-промышленных палат позволяет сделать вывод, что, наряду с консультационной, их экспертная (или научно-аналитическая) функция, включающая сбор эмпирических данных (опросы бизнеса и интервью с предпринимателями), аналитику (подготовка аналитических обзоров), создание экспертных кругов (совместные проекты с научными учреждениями и мероприятия с привлечением экспертов-практиков и исследователей-экономистов), является одним из ключевых видов деятельности. Рассмотрены четыре основных направления экспертной работы палат: сбор данных, взаимодействие с исследователями (подготовка аналитики), распространение информации об экспертной работе, использование результатов во время обсуждения экономических решений на уровне земельной/федеральной власти (в целях защиты интересов бизнеса). Некоторые принципы экспертной деятельности могут представлять интерес для развития торгово-промышленных палат в России и других странах-членах ЕАЭС.

Ключевые слова: ФРГ, торгово-промышленная палата, опросы, бизнес, эксперты, лоббизм, аналитика.

В ведущих западноевропейских странах и в США торгово-промышленные палаты остаются одним из ключевых инструментов лоббирования интересов бизнеса. Равно как и другие деловые союзы и ассоциации, они выполняют функцию основного посредника между предпринимателем и органами государственной власти. В ФРГ – экономическом лидере Евросоюза с давней традицией формирования групп интересов и стране, в наибольшей степени вовлеченной в международное разделение труда, – палаты тесно взаимодействуют с земельными и федеральными властями при обсуждении законопроектов (консультируют, дают свои заключения), аккумулируют позицию бизнеса, содействуют внедрению принятых решений через консультационную, административную и иную деятельность, исполняют возложенные на них экономические функции (аккредитация и пр.), представляют интересы национальной экономики за рубежом.

Система германских торгово-промышленных палат отличается от российской как организационно, так и функционально. Некоторые практики и принципы, вы-

работанные за период развития этого института, представляют интерес для России, а также для других стран–участниц Евразийского экономического союза.

В отечественной литературе наибольшее внимание уделялось вопросам лоббирования и внешнеэкономической деятельности германских торгово-промышленных палат в работах экономистов В.Б. Белова, К.С. Вяткина, Р.О. Райнхардта, А.В. Зверева, О.Н. Рыбковской, А.А. Яковлева, Н.В. Ершовой, А.А. Кинякина и др.¹ Однако малоизученной остается «экспертная функция» данного института, то есть его научно-аналитическая деятельность, которую, как правило, относят к одной из составных (сопутствующих) частей консультационной работы. Данное направление тесно связано с реализацией палатами своих посреднических функций и выступает важным инструментом их взаимодействия с органами власти, бизнесом и другими экономическими игроками; кроме того, аналитическая работа представляет научную ценность с точки зрения систематизации массива эмпирических данных, которые используют исследователи–экономисты как внутри страны, так и за рубежом. В связи с этим представляется важным рассмотреть основные направления реализации научно-аналитической функции германских торгово-промышленных палат (в том числе внешнеторговых) и обобщить основные принципы, применимые в России/ЕАЭС.

Независимая экспертная оценка при продвижении интересов

Экспертная оценка играет важную роль при обсуждении законодательных инициатив. Законотворческий процесс сопровождается вовлечением групп интересов (палат и деловых объединений как представителей экономики)², которые, в свою очередь, формулируют консолидированную позицию входящих в них фирм и подготавливают на этой основе свои предложения. Однако для их одобрения (для принятия предложения в работу органами власти) необходимо объективное основание, в частности экспертное заключение.

Политическая традиция в ФРГ требует, чтобы деловые союзы или ассоциации (авторы инициатив) хорошо аргументировали свои предложения и подкрепили их исчерпывающими непротиворечивыми эмпирическими данными; были последовательными при формулировании позиции и экспертной оценки, максимально осведомленными о состоянии отрасли; продемонстрировали взаимодействие со всеми экспертными кругами, которые заняты в соответствующей сфере; заручились одобрением и поддержкой соответствующей палаты или ряда палат. Поэтому, для успешного представления позиции своих членов в органах власти и одобрения с их стороны, крупные союзы и ассоциации инвестируют средства в аналитические отраслевые исследования, привлекая для этого НИИ, палаты и другие специализированные структуры³.

¹ См. также: [Современная... 2015; Белов, 2004; Германия, 2019, 2020; Иванова, 2019].

² См. Главу 6 Общего регламента федеральных министерств (Gemeinsame Geschäftsordnung der Bundesministerien).

³ Согласно анализу работы 32 крупнейших деловых ассоциаций ФРГ, практически все объединения публикуют собственную аналитику (преимущественно анализ рынка), исследования по заказу или совместно с НИИ (анализ отрасли). Характерно наличие в штате сотрудников с научными степенями и/или структурные подразделения по аналитической работе.

Результаты аналитической работы позиционируются как вклад в развитие отрасли. В определенных случаях они доступны только компаниям–членам. Региональные отраслевые союзы и прочие узкопрофильные объединения, как правило, не располагают достаточными ресурсами для подготовки широкой качественной аналитики. В данной ситуации институты содействия малому и среднему бизнесу становятся важным подспорьем. Объединение торгово-промышленных палат Германии (далее DІNK)¹ и непосредственно входящие в нее региональные (ІНК) и внешнеторговые палаты (АНК, далее, ВТП)², при содействии информационно-коммуникационных ведомств (например, Агентство внешнеэкономической информации, GTAI³), научных центров и консалтинговых фирм, не только готовят общедоступные исследования и заключения, но и согласовывают (одобряют) и консолидируют позиции бизнес-сообществ.

В отличие от других деловых союзов, на торгово-промышленные палаты (ТПП) ФРГ возложены некоторые административные функции⁴, обязывающие их представлять интересы всех хозяйствующих субъектов территориальной единицы, на которой они расположены⁵. Так как ТПП не ангажированы политическими партиями или отраслевыми группами интересов, их экспертные заключения и проводимые с их участием исследования претендуют на беспристрастность.

Сбор эмпирических данных через конъюнктурные опросы

Как правило, региональные и внешнеторговые палаты готовят собственные исследования и ежегодные опросы бизнеса, выпускают аналитические брошюры и журналы для фирм–членов. В свою очередь, головная структура – DІNK, при их содействии, организует единообразные опросы федерального (общегерманского) уровня, нацеленные на выявление ожиданий бизнеса: «конъюнктурные опросы» (DІNK–Konjunkturumfrage). Последние позволяют собрать значительный эмпирический материал, который анализируют эксперты организации и предоставляют чиновникам для ознакомления.

Основное преимущество конъюнктурного опроса – его периодичность и масштабность. Каждая территориальная палата получает формуляр опросника от головной организации; специальный список вопросов направляется также всем внешнеторговым палатам (или соответствующим представительствам экономики, если ВТП еще не организована в стране–партнере). Поскольку в ФРГ все зарегистрированные компании (за некоторым исключением) обязаны иметь членство в соответствующей торгово-промышленной палате на территории страны [Опыт ведущих... 2004], это позволяет организациям использовать для опроса обширную контактную базу фирм–членов. Таким образом, 79 германских региональных палат (то

¹ Объединение торгово-промышленных палат Германии.

² Союзы германского бизнеса на внешних рынках, аналога которым нет в российской системе ТПП.

³ German Trade and Invest – агентство внешнеэкономической информации, финансируемое из бюджета Министерства экономики и энергетики ФРГ.

⁴ Закон о Торгово-промышленных палатах ФРГ.

⁵ См. подробнее о функциях и деятельности палат [Иванова, 2019; А.А. Яковлев..., 2017].

есть свыше 5 млн юридических лиц¹⁾ регулярно направляют экспертам ДИНК ответы до 27 тысяч респондентов [ДИНК... 2019: 57]. Исходя из данных опросов 2015–2020 гг., помимо малых и средних предприятий в них участвует до 4% фирм (около 1 тыс.) со штатом более 500 сотрудников, то есть 6,2% от общего числа крупных компаний ФРГ²⁾. В итоговый анализ, как правило, включают результаты дополнительного исследования о состоянии мирового рынка, составленного по результатам опросов в ВТП (свыше 90 организаций, число опрошенных фирм – до 6 тыс.).

ДИНК потенциально способна аккумулировать мнения и сведения о состоянии большинства фирм в Германии (и даже за ее пределами). Однако участие в опросе добровольное – не все предприятия готовы оказать содействие исследованию. Кроме того, палатам важно установить сотрудничество с фирмой в долгосрочной перспективе, что особенно важно в отношении крупных предприятий. В данном случае эффективное привлечение респондентов во многом зависит от квалификации кадров на местах и централизованной работе по формированию имиджа организации. По мере участия крупного бизнеса конкуренцию конъюнктурному опросу могут составить исследования на базе Федерального союза германской промышленности (BDI). Они ежегодно проводятся Институтом исследований миттельштанда (г. Бонн) IFM с 2009 г. и включают в среднем до 4,3 тыс. представителей крупного бизнеса (26,8%)³⁾, что значительно превышает аналогичный показатель палат.

Конъюнктурный опрос начали проводить в ФРГ с 1977 г. два раза в год (январь, сентябрь). С 2000 г. было принято решение расширить базу эмпирических данных: добавить опрос по итогам первого полугодия (апрель). Структура предполагает основную неизменную часть из семи вопросов (или Standartkatalog) и соответствующие актуальным экономическим темам дополнительные опросы, призванные сделать итоговый анализ более объективным. Например, с 2009 г. [Außenwirtschaftsreport... 2020] региональные палаты получают формуляры для опроса о внешнеэкономической деятельности.

В целом задача основной части – показать взгляд на реальную экономическую ситуацию с точки зрения объектов экономической политики. Она достигается за счет нескольких вопросов общего характера:

1) Как вы оцениваете текущее положение фирмы? (ответы: «хорошо», «удовлетворительно», «плохо» – и далее аналогичные).

2) Как будет меняться положение фирмы в течение 12 месяцев?

3) Как будет развиваться экспорт фирмы в течение 12 месяцев?

4) Как изменятся внутренние инвестиции в фирму в течение 12 месяцев?

¹⁾ См: URL: [de/die-ihk/ihk-transparent/zahlen-und-fakten/registrierte-mitgliedsunternehmen](https://www.dink.de/die-ihk/ihk-transparent/zahlen-und-fakten/registrierte-mitgliedsunternehmen) (дата обращения: 02.07.2019)

²⁾ По данным IFM, к крупному бизнесу ФРГ относятся около 16 тыс. компаний со штатом свыше 500 сотрудников и оборотом более 50 млн евро.

³⁾ См. Серию опросов «Die größten Familienunternehmen in Deutschland». Например: [Die größten... 2018].

5) Как изменится число проживающих в Германии сотрудников фирмы в течение 12 месяцев?¹

Торгово-промышленные палаты ранжируют ответы фирм по категориям отрасли и размера. На федеральном уровне появляется деление по сумме взносов социального страхования [DINK... 2019: 57] и региону. На основе полученных данных палаты составляют прогнозы регионального развития, проводят компаративный анализ результатов прошлых лет и готовят рекомендации для отдельных отраслей, регионов и федеральных министерств. В своей работе эксперты DINK используют также сведения, полученные от внешнеторговых палат. Кроме того, они организуют дополнительные короткие экспертные опросы «ТПП–бизнес–барометр» (*INK–Unternehmensbarometer*), посвященные актуальным темам [Wachsende, 2017]). В среднем DINK проводит еще до пятнадцати тематических опросов в год с меньшим числом участников (не более пяти тысяч человек).

Итак, в Германии пока нет аналогов конъюнктурному опросу как *регулярному механизму* со сравнимым числом постоянных респондентов. Кроме того, он служит подспорьем для исследователей. Несмотря на трудности прогнозирования в условиях пандемии коронавируса [Белов, 2020: 6], анализ DINK становится одним из важных показателей состояния экономики, которые учитываются при разработке мер поддержки бизнеса. Так, во время мирового финансового, а также долгового кризиса ЕС прогноз экспертов DINK по ВВП был вторым по точности [Schumann, 2012: 487], опережая тринадцать институтов, международные организации, федеральное правительство и прогноз на уровне Евросоюза.

Особенности работы внешнеторговых палат

Внешнеторговые палаты ФРГ – двусторонние деловые союзы на территории страны–партнера со свободным членством, бюджет которых состоит из членских взносов и (иногда) государственного софинансирования определенных направлений деятельности. ВТП обладают рядом ключевых функций: представление интересов своих членов в ФРГ и в стране пребывания; интересов германской экономики в стране–партнере, обеспечение услуг для фирм и информирование участников объединения о состоянии экономики и об экономических отношениях. Членами палаты могут стать зарубежные компании, заинтересованные в развитии двустороннего экономического сотрудничества.

По мере своих возможностей ВТП организуют собственные опросы фирм–членов и ежегодный опрос по формуляру DINK, результаты которого публикуются отдельно и могут быть использованы в основном анализе конъюнктурного опроса².

Большинство ВТП распространяют периодику с экономической аналитикой о стране пребывания. Самостоятельно или с привлечением консалтинговых фирм и НИИ, они готовят актуальную информацию по отраслям для своих действующих и потенциальных членов, информируя об актуальных тенденциях экономические от-

¹ Также имеет место ряд вопросов, уточняющих мотивацию инвестирования и актуальные риски. См: Формуляр опросника (основная часть). URL: bit.ly/2Jq4PmC (дата обращения: 02.07.2019)

² Например, АНК World Business Outlook Frühjahr 2020. URL: bit.ly/3gzJbsF (дата обращения: 16.11.2020)

дела германских посольств и аффилированные структуры. Рынок для малого и среднего предпринимательства, как правило, оценивает GTAI (если его филиал есть в стране–партнере). Его научная работа в этом направлении финансируется в рамках соответствующих федеральных программ поддержки интернационализации бизнеса.

Совместные публикации возможны, в том числе в рамках союзов палат. Например, публикация 2019 г. «Бизнес в нефтегазовом секторе: возможности для немецких фирм»¹ готовилась GTAI совместно с DINK и объединением германских ВТП Global Cluster for Oil & Gas². Последнее образовано в 2014 г. германскими двусторонними палатами, работающими на территории стран–поставщиков энергоресурсов. Побудительным мотивом к сотрудничеству стало желание повысить качество анализа энергетического рынка и приумножить сведения о нем, что повлекло бы за собой своевременное информирование германских предприятий нефтегазовой отрасли об их возможностях и перспективах. Подобная постановка цели указывает на ведущую роль экспертной функции в работе ВТП³.

Проведение опросов двусторонними внешнеторговыми палатами имеют свои трудности. Во-первых, в них непостоянное количество членов. В этом случае эксперты стараются обеспечить максимальную представленность наиболее крупных/важных фирм. Во-вторых, в число опрашиваемых входят не только германские, но и национальные, и локализованные компании страны пребывания, данные от которых потенциально могут исказить результаты опроса, так как последние действуют в другом правовом поле. Здесь большую роль играет компетентность исследователей при сборе и анализе данных для конкретной палаты.

Даже с учетом погрешностей, результаты периодических опросов внешнеторговых палат отражают наличие *изменений* в настроении бизнеса, ключевые проблемы и достижения экономической политики в стране пребывания. Это обусловлено тем, что ВТП, по аналогии с региональными палатами, соблюдают необходимые требования (принципы) проведения опроса, в их числе: (1) постоянство состава опрашиваемых компаний; (2) установление контактов с представителями крупных фирм; (3) участие в опросе ключевых игроков рынка. Более того, ВТП в некоторых случаях может быть единственной авторитетной организацией, проводящей анализ состояния германского бизнеса в стране. Остальные два ключевых института содействия внешнеэкономической деятельности за рубежом – посольства и информационные центры – не передают практику ежегодных опросов.

Механизмы взаимодействия палат с бизнесом и внешними агентами на базе опросов

Взаимодействие со СМИ и правительственными структурами. СМИ оповещают общественность и политиков о результатах аналитической работы. Как указывает исследователь и руководитель одного из подразделений DINK А. Шуман, «информирование широких слоев населения следует рассматривать как способ

¹ “Doing Business in The Oil Gas Sector: Opportunities for German Companies”.

² Global Cluster for Oil & Gas включает ВТП Алжира, Азербайджана, Бразилии, Мексики, Нигерии, Норвегии, России, Саудовской Аравии, ОАЭ и США.

³ Отметим, что с развитием инструментов поддержки ВЭД их ориентация на сбор экономической информации постоянно росла [Иванова, 2019].

обеспечить поддержку политическим решениям» [Schumann, 2012: 488]. Для вовлечения СМИ опросы регулярно освещаются на пресс-конференциях, за которыми следуют интервью для телевидения, радио и печати. Представителей министерств информируют об итогах проведенного исследования и приглашают в качестве докладчиков на презентации конъюнктурного опроса [Schumann, 2012: 488]. Кроме того, проводятся совместные сессии, обсуждение результатов с участием деловых объединений, представителей науки и экономических ведомств. Большую роль играет взаимодействие с Центральным банком, а также с Экспертным советом по экономике (Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung)¹, который использует данные ДИНК при подготовке своих ежегодных экономических отчетов [Vog... 2018], что повышает авторитет опроса в глазах предпринимателей.

Международный уровень. Руководство организации информирует о результатах конъюнктурного опроса Еврокомиссию и Европарламент [Schumann, 2012: 488]. Проводит презентации для заинтересованных зарубежных представительств и организаций немецкого бизнеса, а также международных делегаций. Внешнеторговые палаты, в свою очередь, опираются на собственные исследования при осуществлении своих репрезентативных функций в государстве-партнере. Они направляют информацию о своих опросах в СМИ страны пребывания, в структуры информационной поддержки (посольство и GTAI), местным органам власти и своим членам, среди которых могут быть не только фирмы, но и деловые союзы, в том числе германские ВТП из других стран.

Так, используя широкую сеть контактов, ДИНК сообщает результаты своей экспертной деятельности в высшие эшелоны власти. Распространение информации об исследовании повышает престиж объединения. Сложная коммуникационная стратегия связывает его с региональными и внешнеторговыми палатами, входящими в них фирмами, министерствами экономики, иностранных дел и прочими заинтересованными министерствами и ведомствами, политиками, деловыми СМИ, общественными организациями, независимыми экспертными советами, комитетами и органами на международном уровне, зарубежными представительствами.

Выводы и рекомендации

Для германских внешнеторговых и региональных торгово-промышленных палат экспертно-аналитическая работа представляет собой один из ключевых видов деятельности. Для осуществления репрезентативных функций и оказания поддержки своим членам они должны опираться на результаты профессионального анализа, где ведущее место занимает конъюнктурный опрос Объединения торгово-промышленных палат Германии. Его эффективность и политическая значимость определяется совокупностью четырех компонентов:

1) наличие организационного ресурса для сбора всеобъемлющих эмпирических данных (максимальное участие фирм в опросах и их постоянство);

¹ Совет консультирует органы власти по вопросам экономической политики. С 1963 г. на него возложена задача предоставления независимой экспертной оценки макроэкономических изменений.

2) успешная преемственность практики опросов: анализа данных, составления, проведения опроса (в т.ч. особенности учета характеристик региональной экономики, порядок взаимодействия с контактными лицами от фирм);

3) взаимодействие с исследовательскими институтами и/или наличие квалифицированных специалистов и экспертных групп для подготовки анализа по актуальной экономической повестке;

4) наличие коммуникационной стратегии, нацеленной на повышение престижа опроса для фирмы (проведение мероприятий с целью презентации результатов, пресс-конференции с политиками, создание инфоповода и т.д., свидетельства применения опроса при подготовке политических решений).

Таким образом, экспертная составляющая требует значительных организационных ресурсов, долгосрочного планирования, сохранения и передачи опыта, собственной имиджевой стратегии, взаимодействия с научным сообществом. Одновременно она выступает ключевым элементом в подготовке аргументации и обоснования выдвигаемых палатой предложений на уровне представления экономических интересов, ее участия в подготовке экономических решений в роли экспертного органа наряду с научными институтами и экспертными комитетами/комиссиями.

Используемый ДИНК научно-аналитический инструментарий представляет интерес для российского делового сообщества, в первую очередь для торгово-промышленных палат РФ и других стран ЕАЭС. Работа на данном направлении может быть более эффективной за счет внедрения новых технологических (телекоммуникационных) решений и государственных программ, стимулирующих взаимодействие с научными учреждениями при подготовке долгосрочной стратегии опроса, создания методологии и принципов учета данных. Необходимы популяризация экономических прогнозов, представленных составителями опроса в сравнении с прогнозами научных центров; повышение привлекательности участия в опросе в противовес принудительному участию; популяризация результатов экспертной работы, приоритет тесного взаимодействия со СМИ; финансовая поддержка палаты (или иного ключевого института прямого взаимодействия с бизнесом) в первые несколько лет апробации методики опроса. При этом, само по себе обязательное членство фирм в региональных палатах не является залогом формирования широкой эмпирической базы исследования.

Список литературы

Белов В. Б., Баранова К. К., Громыко Ал. А., Рубинский Ю. И. (2004) Опыт ведущих западноевропейских стран в сфере поиска оптимальных взаимоотношений государства с частным бизнесом. Под ред. В.Б. Белова. ИЕ РАН – Квадрат С, Москва.

Белов В. Б. (2020) COVID-19 – Game changer европейской экономики? *Научно-аналитический вестник Института Европы РАН*, № 3. С. 4–12. DOI: 10.15211/vestnikieran32020412

Германия. 2019. (2020) Отв. ред. В. Б. Белов. Институт Европы РАН, Москва. DOI: 10.15211/report12020_368

Иванова А. К. (2019) Корпоративная традиция в формировании функциональной поддержки ВЭД ФРГ. *Мировая экономика и международные отношения*. т. 63, № 11. С. 56–65. DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-11-56-65

Современная Германия: экономика и политика. (2015) Под ред. В. Б. Белова. Институт Европы РАН: издательство «Весь мир», Москва.

Яковлев А. А., Ершова Н. В., Фрейнкман Л. М. (2017) Эволюция коллективных форм взаимоотношений иностранного бизнеса с государством в России. Журнал институциональных исследований. Т. 9. № 4. С. 16–36. DOI: 10.17835/2076-6297.2017.9.4.016-036

References

- Belov V.B., Baranova K.K., Gromyko A.I., Rubinskij Yu.I. (2004) Opyt vedushchih zapadnoevropejskix stran v sfere poiska optimal'nyh vzaimootnoshenij gosudarstva s chastnym biznesom [The experience of leading Western European countries in the search for optimal relations between the state and private business]. Pod red. V.B. Belova. IE RAN – Kvadrat S, Moscow. (in Russian).
- Belov V.B. (2020) COVID-19 – Game changer evropejskoj ekonomiki? [COVID-19 – Game Changer of the European Economy?]. *Nauchno-analiticheskij vestnik Instituta Evropy RAN*, № 3, pp. 4–12. DOI: 10.15211/vestnikieran32020412 (in Russian).
- Belov V.B., ed. (2018) Germaniya. 2017. [Germany. 2017]. Institut Evropy RAN, Moscow. (in Russian).
- Germaniya. 2019 [Germany. 2019] (2020) Otv. red. V.B. Belov. Institut Evropy RAN, Moscow. DOI: 10.15211/report12020_368 (in Russian).
- Ivanova A.K. (2019) Korporativnaya tradiciya v formirovanii funkcional'noj podderzhki VED FRG [The Impact of the German Corporate Tradition on Formation of Foreign Economic Support System for Business]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*. t. 63, № 11, pp. 56–65. DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-11-56-65 (in Russian).
- Sovremennaya Germaniya: ekonomika i politika [Modern Germany: economics and politics]. (2015) Pod red. V.B. Belova. Institut Evropy RAN: izdatel'stvo "Ves' mir", Moscow. (in Russian).
- Belov V.B. ed. (2015) Deutschlandverstehen: Russlands wissenschaftliche Elite schaut auf das heutige, moderne Deutschland. Institute of Europe RAN, Ves' Mir. Moscow.
- Yakovlev, A.A., Ershova, N.V., Freinkman, L.M., (2017) The Evolution of the Collective Forms of Interaction between Foreign Business and Government in Russia. *Journal of Institutional studies*. № 4 16–36.
- Außenwirtschaftsreport 2020. Ergebnisse einer Umfrage bei den deutschen Industrie- und Handelskammern. DIHK. 2020, p. 17.
- DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2019. (2019). DIHK, IHK. Berlin.
- Schumann A., Schlotböller D. (2012). Die DIHK-Konjunkturumfrage als Instrument der wirtschaftspolitischen Beratung. *WiSt Heft 9*, 2012. Berlin, pp. 465–488.
- Vor Wichtigen Wirtschaftspolitischen Weichenstellungen. Jahresgutachten 2018/19 (2018). URL: bit.ly/3o2nwM4 (accessed: 03.07.2019)
- Wachsende Herausforderungen treffen auf größeren Optimismus Das IHK-Unternehmensbarometer zur Digitalisierung. 2017. URL: bit.ly/33vq7qi (accessed: 17.04.2020)
- Die größten Familienunternehmen in Deutschland. Unternehmensbefragung 2018 – Kooperationen mit Start-ups. IFM Bonn. 2018. URL: bit.ly/2WbX4Ec (accessed: 11.11.2020)

The Role of Scientific Activities in the Germany's Chambers of Commerce

Received 01.12.2020

Author: Ivanova A., Researcher, Institute of Europe RAS. **Address:** 11-3, Mokhovaya Str., Moscow, Russia, 125009. **E-mail:** annaivanova@instituteofeurope.ru

Abstract. The analysis of a model of the German Chambers of Commerce helps to explore the assumption, that along with consulting, expert function (scientific and analytical), viz. collecting of empirical data (business surveys and interviews with entrepreneurs), analytics (preparation of analytical reviews for member firms), expert networking (joint projects with scientific institutions; holding events with the involvement of practicing experts and economic researchers) is one of its key activities. Four main directions are formulated in this area: data collection, interaction with researchers (preparation of analytics), dissemination, and the use of the results on decision-making level (regional/federal government) in order to protect business interests. In conclusion, the author highlights a number of relevant principles for chamber-nets developing in RF and other EAEU countries.

Key words: Germany, Chamber of Commerce, survey, business, experts, lobbyism, analytics.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope12021121129>