

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-2>

УДК 339.976

Домінанти розвитку торгово-промислових палат у світі

Аббасов М.Н.

магістр міжнародної економіки
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Солодковська Г.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної торгівлі та маркетингу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

У статті розглянуто торгово-промислові палати та бізнес-асоціації не тільки як представників інтересів приватних організацій, а й як каталізаторів економічного та ділового розвитку в різних країнах. Досліджено світовий досвід формування та функціонування системи торгово-промислових палат. Ідентифіковано різні організаційно-правові форми та режими управління торговими палатами у світі: керований урядом режим, ринковий режим і співпраця з режимом уряду. На основі дослідження виявлено, що домінуючою спільною рисою нового формату в переважній більшості торгово-промислових палат світу є акцентування на необхідності врахування питань корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компаній-членів.

Ключові слова: торгово-промислова палата, комерційна дипломатія, бізнес-асоціація, державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність.

Аббасов М.Н., Солодковская А.В. ДОМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАЛАТ В МИРЕ

В статье рассмотрены торгово-промышленные палаты и бизнес-ассоциации не только как представители интересов частных организаций, но и в качестве катализаторов экономического и делового развития в различных странах. Исследован мировой опыт формирования и функционирования системы торгово-промышленных палат. Идентифицированы различные организационно-правовые формы и режимы управления торговыми палатами в мире: управляемый правительством режим, рыночный режим и сотрудничество с режимом правительства. На основе исследования выявлено, что доминирующей общей чертой нового формата в подавляющем большинстве торгово-промышленных палат мира является акцентирование на необходимости учета вопросов корпоративной социальной ответственности в деятельности компаний-членов.

Ключевые слова: торгово-промышленная палата, коммерческая дипломатия, бизнес-ассоциация, государственно-частное партнерство, корпоративная социальная ответственность.

Abbasov M.N., Solodkovska G.V. DOMINANTS OF DEVELOPMENT OF COMMERCIAL CHAMBERS IN THE WORLD

The article examines chambers of commerce and business associations not only as representatives of the interests of private organizations, but also as catalysts for economic and business development in various countries. The world experience in the formation and functioning of the system of chambers of commerce has been studied. Different organizational and legal forms and management regimes of the chambers of commerce in the world have been identified: a government-run regime, a market regime and cooperation with the government regime. Based on the research, it was revealed that the dominant common feature of the new format in the overwhelming majority of the chambers of commerce is the emphasis on the need to take into account the issues of corporate social responsibility in the activities of member companies.

Keywords: Chamber of Commerce and Industry, commercial diplomacy, business association, public-private partnership, corporate social responsibility.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах бажання держави щодо посилення зовнішньоекономічних зв'язків, зна-

чно зросла роль торгово-промислових палат, які в усьому світі визнані важливим міжнародним інститутом. Виступаючи посередником у діалозі

між владою і бізнесом, торгові палати та бізнес-асоціації служать каналом передачі даних, по якому підприємці доводять інформацію та рекомендації до влади, допомагають розвитку сприятливої ділової атмосфери у своїх країнах. Як важливий учасник комерційної дипломатії держави ТПП у своїй діяльності використовують комплекс прийомів, методів і практичних дій, що застосовуються для вирішення завдань, що стоять перед державою під час формування та реалізації зовнішньоторговельної політики, що актуалізує дане дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Визначний внесок у дослідження зазначеної проблеми зробили такі вітчизняні науковці, як: Т. Циганкова, І. Безверха, С. Шувалов, Г. Болдир, Г. Чижиков, Б. Александрова, В. Остроумова, І. Гурняк, О. Мамалига та ін. Дослідженню питань розвитку систем комерційної дипломатії у світі та місця ТПП у ній присвячено роботи таких закордонних учених, як: О. Нарей, М. Костецькі, А.Х. Раддарі, Е.М. Сатоу, К.Д. Керрієр. Проте нині відсутні узагальнені дані щодо міжкраїнових особливостей торгово-промислових палат на світовій арені.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Завданням даної роботи виступає ідентифікація домінант розвитку торгово-промислових палат у світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торгово-промислові палати та бізнес-асоціації є не тільки представниками інтересів приватних організацій, а й є каталізаторами економічного та ділового розвитку в різних країнах. Торгово-промислові палати, зокрема, дають поради та допомагають організаціям процвітати та залишатися конкурентоспроможними. У рамках цієї місії торгові палати сприяють відповідальній діловій практиці серед своїх членів.

Торговельні асоціації приймають різні форми, включаючи торговельні палати, організації роботодавців та інші види ділових мереж та асоціацій. Торгово-промислові палати є, мабуть, найпоширенішою формою приватної бізнес-асоціації у світі для захисту та підтримки інтересів бізнесу.

Місцеві бізнес-асоціації відрізняються від галузевих організацій, оскільки вони пропонують певні послуги для своїх членів, а не колективні переваги [1]. Вони забезпечують підтримкою своїх членів на міжнародному, національному та місцевому рівнях, можливостями для просування тих чи інших послуг, реєстром приміщень, загальними порадами, порадами для стартапів і надають послуги як

бізнес-довідник [2]. Унаслідок побудови та підтримки соціальних зв'язків та мереж місцеві бізнес-асоціації можуть створювати соціальний капітал, а отже, інноваційне середовище [3]. Організаційні форми торгових палат у різних країнах відрізняються. Ми виділяємо три різних режими управління торговими палатами у світі: керований урядом режим, ринковий режим і співпраця з режимом уряду.

Що стосується торгово-промислових палат, які очолюють уряд (Німеччина – представник), то вони створюються на основі керівництва та фінансування уряду. Членство є обов'язковим у цій моделі. Джерело доходу – це переважно державне фінансування за винятком членських внесків та платних послуг [4]. Інша характеристика полягає у тому, що уряд надає певні настанови та нагляд для торгової палати. Існує принцип ексклюзивності, який означає, що в одній зоні можна створювати лише одну торговельну палату одного типу.

Державний контроль над торговими палатами в країнах, що діють у рамках англо-американської правової системи (ринкової), досить послаблений. Торгово-промислові палати – юридичні особи, створені на підставі приватного права. Торгові палати, як правило, є автономними, коли компанії можуть добровільно вибирати приєднання до певної торгової палати. Палата фінансується за рахунок членських внесків та платних послуг. Роль уряду в цілому полягає не в тому, щоб перешкоджати внутрішнім справам торгових палат, він узагалі не приймає спеціальних законів, що регулюють торгові палати.

Торгово-промислові палати, побудовані за співпрацею з державним режимом, настільки різні, як вони були встановлені після вивчення та поглинання переваг та успішного досвіду двох інших режимів. Деякі із цих торгових палат приймають обов'язкову систему членства, фінансуються з членства та платних послуг плюс певне державне фінансування. Ці палати мають автономію для вирішення внутрішніх справ під керівництвом держави [5].

Розглянемо детальніше приклади та коротку характеристику окремо вибраних торгових палат або бізнес-асоціацій у світі.

Конфедерація індійської промисловості (КІП). КІП є провідною бізнес-асоціацією Індії та має понад 7 200 членів із приватного, а також державного сектору, включаючи малі та середні підприємства, а також непряме членство понад 100 тис. підприємств із близько 242 національних та регіональних галузевих

організацій. Це недержавна неприбуткова організація, керована промисловістю, що відіграє активну роль у процесі розвитку Індії та заснована в 1895 р. Розширюючи свою програму поза бізнесом, КІП допомагає галузі визначити та виконувати корпоративні програми громадянства. Партнерство з організаціями громадянського суспільства продовжує впроваджувати корпоративні ініціативи для інтегрованого та всеохоплюючого розвитку в різних сферах, включаючи позитивні дії, охорону здоров'я, освіту, засоби до існування, управління різноманіттям, розвиток навичок, розширення можливостей жінок та відповідальне використання природних ресурсів.

Досліджуючи особливості мережі німецьких бізнес-асоціацій, треба перш за все відзначити особливу вагу питань корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які виступають наріжним каменем у всіх без винятку торгових палатах країни. Ініціатива КСВ у Німеччині була розроблена Федеральним міністерством праці та соціальних питань (BMAS) і підтримується системою торгово-промислових палат Німеччини, що включає у себе Федеральну асоціацію німецьких роботодавців (Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände – BDA), Федеральне об'єднання німецької промисловості (Bundesverband der Deutschen Industrie – BDI), Німецьку торгово-промисловою палату (Deutscher Industrie und Handelskammertag – DIHK) та Центральну асоціацію німецьких ремесл (Zentralverband des Deutschen Handwerks – ZDH). Розглянемо кожну із цих організацій детальніше.

Німецька торгово-промислова палата (Deutscher Industrie und Handelskammertag – DIHK) визначається як головна організація 80 німецьких торгово-промислових палат. DIHK захищає інтереси німецького бізнесу від можливостей надмірного впливу політиків у німецькому політичному світі та європейських інститутах і представляє загальні бізнес-інтереси на основі широкого кола підприємців та ділових людей. Близько 3,6 млн. комерційних підприємств є статутними членами палат. Це означає, що торгова палата не залежить від індивідуальних інтересів та має особливу вагу щодо політичних органів.

Федеральне об'єднання німецької промисловості (Bundesverband der Deutschen Industrie – BDI). є провідною організацією німецької промисловості та промислових послуг, що представляють 37 галузевих конфедерацій і більше 100 тис. компаній, що налічують понад 8 млн. працівників. Це голос

німецької промисловості проти політичних установ на національному, європейському та міжнародному рівнях [5].

Федеральна асоціація німецьких роботодавців (Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände – BDA) є провідною організацією соціальної політики у німецькій бізнес-спільноті. Вона представляє інтереси малих, середніх та великих компаній з усіх секторів із різних питань, пов'язаних із соціальною та економічною політикою щодо взаємодії політиків, профспілок та громадської думки. Це голос бізнесу, що пропонує широкий спектр послуг для своїх членів. BDA захищає інтереси 1 млн. підприємств, на яких працюють 20 млн. працівників і які пов'язані з BDA через добровільне членство в більш ніж 6 500 федераціях роботодавців.

Центральна асоціація німецьких ремесл (Zentralverband des Deutschen Handwerks – ZDH) об'єднує 53 палати кваліфікованих ремісників, 36 центральних конфедерацій майстерності, а також важливі ділові та наукові інститути у Німеччині. ZDH – це форум для розроблення узгоджених позицій з усіх основних питань, пов'язаних із політикою ремесл [5]. Він представляє загальні інтереси кваліфікованих фахівців у парламенті Німеччини, уряді Німеччини та інших центральних органах влади, ЄС та міжнародних організацій. Структуру мережі німецьких бізнес-асоціацій представлено на рис. 1.

Розглядаючи практику торгово-промислових палат у неєвропейських країнах, треба відзначити діяльність Дубайської торгово-промислової палати (DCCI – Dubai's Chamber of Commerce and Industry). Заснована в 1965 р., DCCI є приватною некомерційною організацією, метою якої є підтримка ділової спільноти в Дубаї та сприяння розвитку емірату як міжнародного бізнес-центру. У 2008 р. DCCI створила центр відповідального ділового товариства для підтримки та сприяння належній практиці корпоративної соціальної відповідальності, сталого розвитку та корпоративного управління. Мета центру полягає у тому, щоб зробити бізнес-спільноту Дубаю більш відповідальною щодо виконання соціальних та екологічних потреб. Палата також просуває емірат Дубай як регіональний хаб для глобальної торгівлі, пропонуючи глобальним діловим партнерам середовище прозорості та верховенства права. Послуги DCCI включають, але не обмежуються, юридичними послугами, арбітражем та посередництвом; організацію навчальних програм, а також торгових ярмар-



Рис. 1. Мережа німецьких бізнес-асоціацій

Джерело: складено на основі [5]

ків та економічних форумів, послуг із надання кредитних рейтингів та надання доступу до оновленого дослідження та численних звітів.

Розглядаючи характерні особливості австралійської системи ТТП, слід звернути увагу на Австралійську торгово-промислово палату (ACCI – Australian Chamber of Commerce and Industry) [5]. Австралія характеризується активною діяльністю декількох великих корпорацій, які контролюють велику частку ринку та об'єднані в могутні промислові асоціації, з одного боку, і великою кількістю дезорганізованих малих і мікропідприємств із меншими бізнес-асоціаціями на місцевому рівні – з іншого [6]. Вона поєднує у собі сили бренду міжнародної, національної та місцевої торгової палати з можливістю австралійських бізнес-асоціацій фахівців. Торгово-промислова палата держав і територій об'єднана як Австралійська торгово-промислова палата (ACCI), до якої приєднуються галузеві асоціації, які є національною мережею ACCI. Ця мережа налічує понад 300 тис. приватних підприємств, у яких працюють більше 3 млн. працівників, більшість з яких – малі та середні підприємства. Представництво та розроблення політики на національному рівні є частиною місії ACCI. Це включає у себе численні традиції ділової адвокатури – від торгівлі до економіки та оподаткування, працевлаштування, питань охорони праці та соціальної політики.

Однією з найпотужніших та найвпливовіших у світі є Торгово-промислова палата США (USCC – US Chamber of Commerce). Торгова палата Сполучених Штатів (USCC) – американська лобістська група, орієнтована на бізнес. Вона не є урядовим агентством Сполучених Штатів. Місія USCC – зміцнити конкурентоспроможність економіки США. Вона визначає себе як найбільша у світі федерація бізнесу, що представляє більше 3 млн. підприємств та організацій будь-якого масштабу, сектору та регіону.

Характерною особливістю Торгово-промислової палати США є її активна лобістська діяльність, яка є досить прозорою. Щорічно Палата звітує перед своїми членами, скільки коштів було витрачено на питання просування інтересів її членів. Динаміку щорічних витрат Торгово-промислової палати США можна розглянути у рис 2.

Палата США відрізняється від місцевих та державних торговельних палат, розташованих у багатьох містах та штатах по всій країні. Місцеві та державні торговельні палати створюються та діють незалежно, хоча вони можуть бути пов'язаними з Торговельною палатою США. Станом на 2015 р. у Палати була всесвітня мережа зі 116 партнерів Американської торговельної палати, розташованих у 106 країнах.

Федерація торгово-промислових палат Пакистану (FPCCI – Pakistan's Federation of Chambers of Commerce and Industry) заснована в 1950 р. і виступає за висловлювання колективної думки, занепокоєння та прагнення приватного сектору та надання корисних рекомендацій і стійку допомогу пакистанському уряду в її зусиллях щодо сприяння експорту, заохочення іноземних інвестицій та стимулювання економічної активності в країні. FPCCI представляє 44 торгово-промислові палати, дев'ять жіночих торгово-промислових палат, п'ять палат малих торгових палат, 103 пакистанські асоціації, що представляють галузі промисловості, торгівлі та послуг. FPCCI створила постійні комітети з корпоративної соціальної відповідальності для заохочення відповідальної ділової практики. У 2014 р. було 14 комітетів. Постійний комітет із КСВ буде створено для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності місцевих підприємств шляхом переосмислення меж їхніх учасників: упровадження стратегій, спрямованих на забезпечення довіри не лише акціонерів, а й

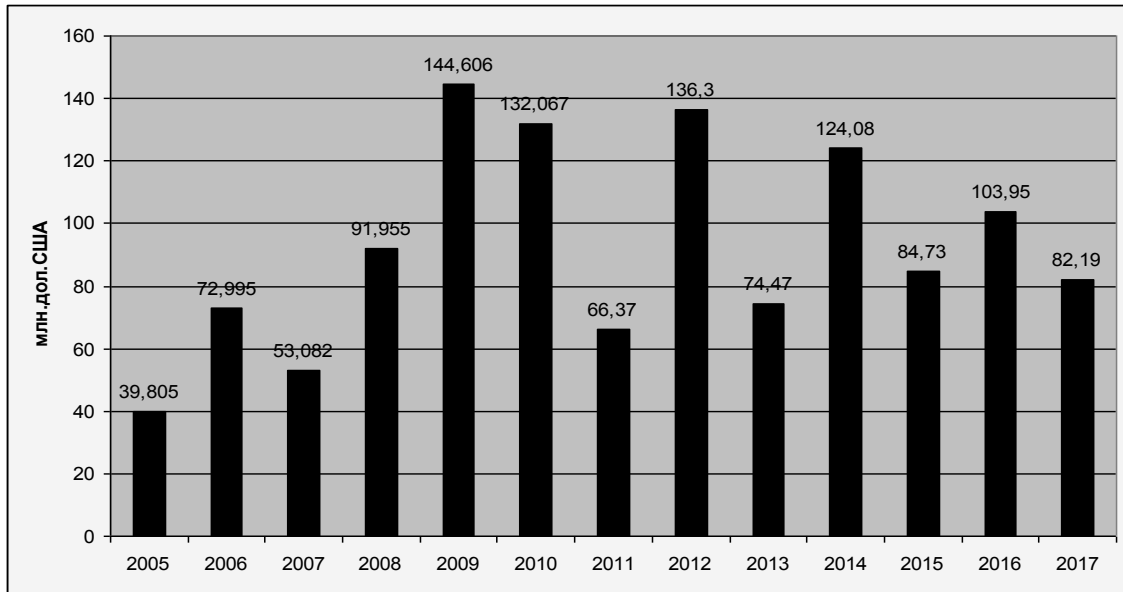


Рис. 2 Витрати Торгово-промислової палати США на лобіювання, 2005–2017 рр., млн. дол. США

Джерело: складено на основі [10]

усіх залучених елементів і суб'єктів господарювання. Це спричинило прагнення постійної комісії FPCCI з КСВ до інтеграції КСВ в основні ділові практики та в рамках організаційної місії та бачення у письмовій політиці, дії та дусі.

Торгова палата Великобританії (ВСС – British Chambers of Commerce) – це ділова мережа з акредитованими палатами в регіонах Великобританії та на ринках по всьому світу. ВСС потрапляє до структури палат, орієнтованих на ринок, описаних вище. Основними функціями є: представництво та лобіювання; надання послуг, включаючи навчання; громадська підтримка; колективний маркетинг; аспекти соціальної/гендерної підтримки [7; 8]. Дослідження показали, що доступ до мереж послуг є найважливішими мотивами членства в Палаті, хоча вони тісно пов'язані з іншими перевагами, такими як представництво, і сприймається як результат діяльності палат [8]. У добровільній системі керівництво кожної палати реагує на місцеві потреби та вимоги своїх членів. Через Асоціацію британських торговельних палат (АВСС) – добровільного органу, до складу якого входять усі середні та великі британські палати – основні послуги такі: представництво, ділова інформація та міжнародна торгівля. Крім того, багато палат беруть участь у великому бізнес-тренінгу, а значна кількість – у бізнес-консультаванні та інших послугах [9].

Ми провели порівняльну характеристику досліджуваних бізнес-асоціацій світу (табл. 1)

На основі дослідження виявлено, що домінуючою спільною рисою нового формату в переважній більшості торгово-промислових палат світу є акцентування на необхідності врахування питань корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компаній-членів. Також усе більше уваги у діяльності ТПП приділяється екологічним та гендерним питанням та елементам сталого розвитку. Також виявлено тренди, які спостерігаються у всіх названих країнах: посилення ролі державних органів, особливо МЗС, упровадження нових форм взаємодії з приватними агентами економічної дипломатії, головним чином, через механізми державно-приватного партнерства (зовнішньоторговельна палата/торгово-промислові палати, експортно-кредитні і страхові агентства), конвергенція аж до злиття агентств із просування експорту та залучення інвестицій; підвищення автономності субнаціональних регіонів та їхня зовнішньоекономічна діяльність для залучення прямих іноземних інвестицій, «економізація» дипломатичних служб (загальні підходи, персонал), поширення візитів на найвищому та високому рівні як дієвий інструмент економічної дипломатії.

Висновки з цього дослідження. Варто розглядати торгово-промислові палати та бізнес-асоціації не тільки як представників інтересів приватних організацій, а й як каталізаторів економічного та ділового розвитку в різних країнах. Організаційні форми торгових палат у різних країнах відрізняються. Ми виділя-

Порівняльна характеристика торгово-промислових палат світу

Назва організації	Рік заснування	Кількість членів	Особливості
Конфедерація індійської промисловості	1895	100000	Недержавна неприбуткова організація. Відіграє активну роль у процесі розвитку Індії. Впроваджує корпоративні ініціативи в різних сферах, у тому числі розширення прав жінок.
Мережа німецьких бізнес-асоціацій	1861	3600000	Особлива увага приділяється питанням корпоративної соціальної відповідальності. Захист інтересів німецького бізнесу від можливостей надмірного впливу політиків.
Дубайська торгово-промислової палати	1965	201000	Приватна некомерційна організація. Сприяння належній практиці корпоративної соціальної відповідальності. Просуває емірат Дубай як регіональний хаб для глобальної торгівлі.
Австралійська торгово-промислова палата	1826	300000	Характеризується активною діяльністю декількох великих корпорацій, які контролюють велику частку ринку, і великою кількістю дезорганізованих малих і мікропідприємств. Представництво та розроблення політики на національному рівні.
Торгово-промислова палата США	1912	30000000	Одна з найпотужніших та найвпливовіших палат у світі. Лобістська група, орієнтована на бізнес, що не є урядовим агентством. Всесвітня мережа зі 116 партнерів розташованих у 106 країнах світу.
Федерація торгово-промислових палат Пакистану	1950	Точні дані відсутні	Виступає за висловлювання колективної думки, приватного сектору. Допомога уряду щодо сприяння експорту та залучення інвестицій. Заохочення відповідальної ділової практики. Розділ на чоловічі та жіночі торгові палати.
Британські торговельні палати	1860	104000	Ділова мережа з акредитованими палатами в регіонах Великобританії та на ринках у всьому світі. Основними функціями є представництво та лобіювання, аспекти соціальної/гендерної підтримки.

Джерело: складено авторами

емо три різних режими управління торговими палатами у світі: керований урядом режим, ринковий режим і співпраця з режимом уряду.

Торгово-промислові палати, які підпорядковуються уряду (Німеччина – представник), створюються на основі керівництва та фінансування уряду. Членство є обов'язковим у цій моделі. Джерело доходу, головним чином, – державне фінансування за винятком членських внесків та платних послуг. Державний контроль над торговими палатами в країнах, що діють у рамках англо-американської правової системи (ринкової), досить послаблений. Палата фінансується за рахунок членських внесків та платних послуг. Палати, побудовані за співпрацею з державним режимом, дуже різні. Ці палати мають автономію для вирішення внутрішніх справ під керівни-

цтвом держави. Деякі із цих торгових палат приймають обов'язкову систему членства, фінансуються з членства та платних послуг плюс певне державне фінансування.

Досліджуючи особливості торгових палат світу можна відзначити, що найбільші торгові палати світу витрачають багато коштів на лобіювання інтересів бізнес-структур. Зокрема, Американська та Європейська торгові палати використовують цей інструмент дуже часто.

На основі дослідження виявлено, що домінуючою спільною рисою нового формату в переважній більшості торгово-промислових палат світу є акцентування на необхідності врахування питань корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компаній-членів.

Місія Європейської палати полягає у створенні сприятливого для бізнесу та конкурен-

ції економічного середовища в Європі та за її межами. У Європейській торговій палаті членами є майже 93% підприємств малого та середнього бізнесу. Європейська палата має за ціль розвиток партнерства Європейського Союзу, який гарантує умови, ринки та ресурси, необхідні для зростання бізнесу.

Розглянувши основні особливості торгових палат ЄС, ми зробили такі висновки: незалежно

від організаційно-правової моделі палати основну частину доходів отримується від членських внесків; в англосаксонській моделі ТПП має більш тісний контакт із бізнесом через те, що палата підпорядковується не державним установам, а функціонує відповідно до приватно-правового акту. Але надходження до бюджету палати менше ніж у континентальній моделі через добровільне членство.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Bennett R.J. The Logic of Local Business Associations: An Analysis of Voluntary Chambers of Commerce. *Journal of Public Policy*. 1996. № 15(3). P. 251–279.
2. Bennett R.J., Krebs G. Local Economic Development Partnerships: An Analysis of Policy Networks in EC-LDA Local Development Strategies. *Regional Studies*. 1994. № 28(2). P. 119–140.
3. Maennig W. and Ölschläger M. Innovative Milieux and Regional Competitiveness: The Role of Associations and Chambers of Commerce and Industry in Germany. *Regional Studies*. 2011. № 45(4). P. 441–452.
4. Maennig W., Ölschläger M., Schmidt-Trenz H.-J. Organisations and regional innovative capability: the case of the chambers of commerce and industry in Germany, *Environment and Planning C. Government and Policy*. 2015. № 33. P. 811–827.
5. Promoting Responsible Business Practices: A Case of Chambers of Commerce / U. Braendle, A. Rahdari, H. Dehkordi, 2016.
6. Bennett R.J. Business Associations And Their Potential To Contribute To Economic Development: Re-exploring An Interface Between The State And Market. *Environment and Planning*. 1998. № 30(8). P. 1367–1387.
7. Grant W. Business and Politics in Britain (2nd ed.), London: Macmillan. Husted, B. and Allen, D. (2006). Corporate Social Responsibility in the Multinational Enterprise: Strategic and Institutional Approaches. *Journal of International Business Studies*. 1993. № 37(6). P. 838–849.
8. Bennett R.J. Local Business Voice: The History of Chambers of Commerce in Britain, Ireland, and Revolutionary America 1760–2011. Oxford: Oxford University Press, 2011.
9. Офіційний сайт Європалати. URL: <http://www.eurochambres.eu/Content/Default.asp>.
10. World Chambers Congress Sydney 2017 International Chamber of Commerce. Report. URL: <https://www.worldchamberscongress.org/>.

REFERENCES:

1. Bennett, R. J. (1996). "The Logic of Local Business Associations: An Analysis of Voluntary Chambers of Commerce". *Journal of Public Policy*, 15(3): 251-279.
2. Bennett, R. J., and Krebs, G. (1994). "Local Economic Development Partnerships: An Analysis of Policy Networks in EC-LDA Local Development Strategies". *Regional Studies*, 28 (2): 119-140.
3. Maennig, W., and Ölschläger, M. (2011). "Innovative Milieux and Regional Competitiveness: The Role of Associations and Chambers of Commerce and Industry in Germany". *Regional Studies*, 45(4): 441-452.
4. Maennig, W.; Ölschläger, M., and Schmidt-Trenz, H.-J. (2015). "Organisations and regional innovative capability: the case of the chambers of commerce and industry in Germany, Environment and Planning C". *Government and Policy*, 33: 811-827
5. Braendle U. Promoting Responsible Business Practices: A Case of Chambers of Commerce / U. Braendle, A. Rahdari, H. Dehkordi., 2016.
6. Bennett, R. J. (1998). "Business Associations And Their Potential To Contribute To Economic Development: Re-exploring An Interface Between The State And Market". *Environment and Planning*, 30(8): 1367-1387
7. Grant, W. (1993). Business and Politics in Britain (2nd ed.), London: Macmillan. Husted, B. and Allen, D. (2006). "Corporate Social Responsibility in the Multinational Enterprise: Strategic and Institutional Approaches". *Journal of International Business Studies*, 37(6): 838-849.
8. Bennett R. J. (2011). Local Business Voice: The History of Chambers of Commerce in Britain, Ireland, and Revolutionary America 1760–2011. Oxford: Oxford University Press
9. EuroChamber. About. (n.d.). Retrieved August 2, 2018, from <http://www.eurochambres.eu/Content/Default.asp>
10. World Chambers Congress Sydney 2017 International Chamber of Commerce. Report. (2017). Retrieved August 2, 2018, from <https://www.worldchamberscongress.org/>.