

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-2-45-52
УДК 32(045)

Ресурсно-акторный анализ в политических исследованиях

С.В. Расторгуев

Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье представлен алгоритм проведения ресурсно-акторного анализа в политических исследованиях. Данный алгоритм основан на использовании SWOT-анализа и элементов теории игр. Политические акторы, ресурсы, институты анализируются по аналогии с конкурирующими на рынке компаниями. Изучается внутреннее и внешнее окружение акторов, выявляются ключевые активы и компетенции. Полученные результаты заносятся в матрицу SWOT-анализа. Силы и возможности фирмы составляют основу стратегии. Слабости и угрозы представляют потенциальные риски. На основе платежной матрицы теории игр представлены четыре возможных исхода игры акторов кейса. Показана возможность использования концепций минимальной выигрышной коалиции и вето-игроков для формирования стратегии.

Ключевые слова: ресурсно-акторный анализ; политические акторы; политические институты; политические ресурсы; стратегии; SWOT-анализ; теория игр

Для цитирования: Расторгуев С.В. Ресурсно-акторный анализ в политических исследованиях. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2022;12(2):45-52. DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-2-45-52

ORIGINAL PAPER

Resource-Actor analysis in Political Studies

S.V. Rastorguev

Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article presents an algorithm for conducting resource-actor analysis in political research. Proposed algorithm is based on the use of SWOT analysis and elements of game theory. The author analyzed political actors, resources, institutions by analogy with companies competing in the market. The internal and external environment of actors is studied, key assets and competencies are identified. The obtained results are entered into the SWOT analysis matrix. The firm's strengths and capabilities form the basis of the strategy. Weaknesses and threats pose potential risks. Based on the game theory payment matrix, the author presented four possible outcomes of the case actors' game. Also, the possibility of using the concepts of a minimum winning coalition and veto players to form a strategy is shown.

Keywords: resource-actor analysis; political factors; political institutions; political resources; strategies; SWOT analysis; game theory

For citation: Rastorguev S.V. Resource-actor analysis in political studies. *Gumanitarnye Nauki.Vestnik Finasovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2022;12(2):45-52. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-2-45-52

В политологической литературе, посвященной анализу региональных политических режимов и процессов, упоминание ресурсно-акторного анализа, как правило, связано с тремя источниками, дающими общую характеристику данному подходу [1–3]. В них конспективно указаны разновидности региональных политических акторов (губернатор, правительство,

парламент, бизнес, партии, правоохранительные органы, неправительственные организации, криминальные группы и т.д.) и ресурсов (политические, экономические, информационные) и обращается внимание на необходимость учета факторов экономики, культуры, социальной структуры, этнического состава, географии, акцентирована значимость политических лидеров,

групп интересов, формальных и неформальных институтов. Межгрупповые связи анализируются на предмет выявления иерархий, характера взаимодействия (позитивное, негативное, нейтральное) — сетевой анализ тогда еще широко не использовался. Предлагается совмещать ресурсно-акторный подход с элитистским, институциональным, политико-культурным и бихевиоралистским. В современных работах даются ссылки на использование ресурсно-акторного подхода без указания конкретного алгоритма анализа [4], обсуждаются перспективы более широкого акторного подхода [5, 6].

В представленной статье автор делает попытку представить ресурсно-акторный анализ как метод исследования статичности политических институтов, региональных политических режимов и динамики политических процессов, реализации разнообразных проектов через процедуры SWOT-анализа и матрицу теории игр на основе 4-х базовых элементов ресурсно-акторного анализа: акторы, ресурсы, институты, стратегии. Теоретически ресурсно-акторный анализ может быть использован для исследования локальной, региональной, национальной и международной политики. Однако с каждым переходом к более масштабному объекту количество акторов, ресурсов, институтов растет экспоненциально, а вариация стратегий у акторов приобретает слишком большой размах. В связи с этим ресурсно-акторный анализ наиболее пригоден для изучения локальных (организация, город, район) или региональных кейсов. При этом он одинаково подходит как для исследования уже сложившейся ситуации (статика), так и для прогнозирования будущих изменений (динамика).

В зависимости от кейса определяются основные *акторы* — участники конкретного кейса, субъекты деятельности, реализующие свои собственные интересы. В качестве акторов могут выступать физические и юридические лица, группы интересов (включая формальные и неформальные организации). В частности, на региональном уровне к акторам политических процессов можно отнести: губернатора, региональное правительство, региональный парламент, мэров городов, городские представительные органы, представителей региона в Федеральном Собрании России, силовые структуры, региональные представительства федеральных органов власти, политические партии, общественные движения, организации гражданского общества (церковь, профсоюзы, бизнес-ассоциации), СМИ, корпорации, преступ-

ные группировки. В каждом конкретном кейсе выделяются центральные акторы, которые борются за возможность принятия благоприятного для них решения, реализации данного решения или противодействуют принятию и реализации неблагоприятного решения.

Любая организация — некоммерческая, государственная структура, частная фирма — представляет собой разноуровневый концентрический круг стейкхолдеров (интересантов), которые могут быть мобилизованы для достижения ее целей. Например, фирма включает следующих стейкхолдеров: собственники, топ-менеджеры, работники, члены семей сотрудников, клиенты, поставщики, фирмы из цепочки создания стоимости (смежники), потребители продукции. В определенной степени интересантами могут выступать органы власти и налоговые ведомства, причастные к налогово-бюджетным поступлениям; территориальные сообщества в местах расположения производственных объектов.

За организацией всегда стоит лидер или группа лидеров, поэтому ресурсно-акторный анализ предполагает персонификацию взаимодействия акторов. Для понимания деятельности, стиля мышления, личностных характеристик, особенностей взаимодействия акторов используются концепции политологии, психологии, менеджмента, социологии, поведенческой экономики. Актор рассматривается не изолированно, а как участник разнообразных сетей обмена ресурсами, со своими правилами, иерархиями, предпочтениями. Политические сети в современных зарубежных исследованиях принято считать горизонтальными, кооперативными, однако концепцию лучше объясняет аналогия с «феодалной лестницей» или древнеримской клиентелой. Выявить связи между акторами (людьми и организациями), определить механизмы их взаимоотношений можно через второй элемент ресурсно-акторного анализа — *институты*.

Вслед за Д. Нортом целесообразно определить институты как правила игры для акторов, ограничения, создающие мотивацию к определенному поведению [7]. В таком понимании институты включают формальные — законы, уставы, кодексы, договоры и неформальные — традиции, «понятия», устные договоренности, способы фиксации ценностей, интерпретации смыслов, процедур и алгоритмов реализации действий. Один и тот же актор вовлечен в систему разных институтов политики, экономики, социальной и духовной

сферы. Акторы как физические и юридические лица, неформальные организации, группы интересов «играют» по ситуативным комбинациям формальных и неформальных институтов, создают новые институты, получают негативные или позитивные санкции за несоблюдение или следование определенным институтам. В частности, политология изучает институты функционирования ветвей власти, выборов, партий, элит, формирования идеологии, осуществления коммуникации. В качестве неформальных институтов изучаются коррупция, клановость, конкубинат, nepotизм.

Ресурсы можно определить как любые средства, используемые для достижения целей [8]. Как правило, ресурсы классифицируются по категориям. К политическим ресурсам относятся: должностные полномочия самого актора, возможность получать содействие от акторов государственных структур в рамках их должностных полномочий, а также легитимность — ожидание выполнения приказов, требований, просьб на основе обладания должностью, харизмой, традицией. К экономическим ресурсам относятся любые активы в собственности или под управлением акторов — деньги, ценные бумаги, основной и оборотный капитал компаний. К информационным ресурсам можно отнести доступ к источникам информации, ее полнота, надежность, эксклюзивность, скорость передачи, доступ к каналам коммуникации — СМИ, СМК. Данные категории могут быть дополнены другими видами ресурсов, например, символическими, принудительными, демографическими, кадровыми и т.д. [9, 10].

Для исследования положения формальной и неформальной политической организации, государственного учреждения в конкурентном политическом пространстве и определения возможных перспективных стратегий целесообразно использовать метод SWOT-анализа, который был разработан с целью изучения конкурентных преимуществ фирмы. Опираясь на теорию общественного выбора, установившую аналогию экономического и политического рынков, представляется возможным применить экономические категории для исследования политики, естественно, наполнив их политическим содержанием.

SWOT-анализ начинается с изучения внешней среды организации, которую можно представить моделью пяти сил М. Портера: клиенты, поставщики, реальные конкуренты, потенциальные конкуренты, субституты (товары, услуги-заменители) [11].

Клиентами политической организации являются физические и юридические лица, которые пользуются ее услугами, потребляют произведенную ею продукцию. При анализе клиентов можно осуществить их сегментацию по ключевым признакам (количество, социальный статус, идеология, география, доход). Также исследуется иерархия мотивов клиентов (почему они поддерживают именно эту организацию), неудовлетворенные потребности клиентов (что им можно предложить, чтобы они не ушли от организации), лояльность клиентов по отношению к организации (издержки переключения клиента на другую организацию и издержки организации по удержанию клиента).

Поставщики представляют собой совокупность физических и юридических лиц, поставляющих организации разнообразные ресурсы, используемые в основной деятельности (неспецифические ресурсы, которые можно быстро заменить аналогичными; специфические ресурсы, которые невозможно быстро заменить чем-либо). Изучение поставщиков охватывает следующие вопросы: концентрация поставщиков специфических и неспецифических ресурсов (монополия, олигополия, монополистическая конкуренция), лояльность организации (издержки переключения поставщика на другую организацию и издержки организации по удержанию поставщика).

Субституты представлены товарами/услугами из другого продуктового ряда, но удовлетворяющими ту же самую или близкую потребность клиента. В определенных обстоятельствах клиент может переключиться на субституты. При этом изучаются издержки и возможности появления новых субституты.

Конкуренты представлены организациями, работающими на тех же рынках, с теми же сегментами клиентов, что и организация. Реальные конкуренты действуют в настоящее время, потенциальные конкуренты в настоящее время неактивны, но имеют возможности выйти на рынок. Поскольку организации-конкуренты по ряду параметров идентичны исследуемой организации, то для их изучения можно использовать критерии внутреннего анализа. При анализе конкурентов необходимо идентифицировать их группу, определить барьеры входа (выхода) организаций в политическое пространство (из него), особенности их деятельности, целей, управления, корпоративной культуры, ресурсного обеспечения, географии присутствия, имиджа, PR-технологий, стратегических альянсов с другими акторами.

После составления модели пяти сил М. Портера анализируются состояние и тенденции политических, экономических, социальных, культурных, технологических процессов, влияющих на работу организации. В частности, изучаются статистические данные различных сфер жизни, динамика и направленность их изменений, меры государственного регулирования, внешнеполитические процессы, уровень технологического развития.

После проведения анализа внешнего окружения организации осуществляется внутренний анализ [12]. Он включает изучение ресурсного потенциала организации (финансы, кадры, связи, технологии, имидж), продуктовой линейки и внутренней производственной технологии (что и как создает организация; технологическая цепочка деятельности; издержки производства; практики менеджмента), эффективности реализуемой стратегии, ресурсных и организационных ограничений. В менеджменте для этого используются инструменты, которые можно частично заимствовать для политологии: финансовые коэффициенты, матрица Бостонской консалтинговой группы, матрица «Дженерал электрик», цепочка создания стоимости и др. (табл. 1).

В основе классификации лежит модель жизненного цикла продукта:

- Выход на рынок («Знак вопроса»).
- Рост продаж («Звезда»).
- Зрелость рынка — стабилизация продаж («Дойная корова»).
- Спад продаж («Собаки»).

Эволюция товаров/услуг по Бостонской матрице и соответствующие стратегии:

«**Знаки вопроса**» превращаются в «**звезды**» при принятии товара рынком и достаточных инвестициях в производство и маркетинг. Сами «знаки вопроса» не дают большой прибыли. Часть «знаков вопроса» будет отвергнута рынком и превратится в «собак».

«**Звезды**» дают много выручки, но не всегда приносят значительную прибыль, так как требуют больших затрат. После насыщения рынка превращаются в «дойных коров».

«**Дойные коровы**» обеспечивают наибольшую прибыль компании. Производство товаров на этой стадии стандартизировано, издержки сокращаются, маркетинговые кампании направлены на удержание старых клиентов. В идеале компания должна стремиться к максимально долгому сроку существования товара «дойной коровы». При переходе товара к последней стадии жизненного цикла «дойные коровы» становятся «собаками».

Таблица 1 / Table 1

Бостонская матрица — способ моделирования продуктового портфеля / The Boston Matrix as a way to model a product portfolio

		Доля рынка	
		большая	маленькая
Темпы роста	высокие	ЗВЕЗДЫ	ЗНАКИ ВОПРОСА
	низкие	ДОЙНЫЕ КОРОВЫ	СОБАКИ

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

«**Собаки**» сохраняются, пока приносят прибыль. Со временем они становятся убыточными — стратегия «снятия урожая» и выхода товара с рынка.

Достоинство Бостонской матрицы — наглядное распределение товаров/услуг по прибыльности, позволяющее планировать инвестиции. Сравнение продуктовой линейки компании с конкурентами позволяет наглядно представить свои и чужие источники прибыли, центры затрат, спрогнозировать ближайшие инвестиционные проекты. Слабая сторона матрицы в том, что она учитывает только два параметра — темп роста и долю рынка. Нет четких критериев для измерения (доля рынка оценивается по отношению к лидеру рынка, темпы роста рассчитываются для рынка товара/услуги). В политическом анализе Бостонская матрица позволяет «взвесить» ресурсы и институты акторов, участвующих в определенном кейсе. В частности, классифицировать имеющиеся ресурсы и используемые институты на инновационные («знаки вопроса»), принятые и развивающиеся («звезды»), стабильные и доминирующие («дойные коровы»), нисходящие («собаки»).

Особенно перспективной представляется цепочка создания стоимости М. Портера, представляющая производственный процесс в виде схемы: получение ресурсов от поставщика, производство товара (услуги), предоставление товара (услуги) клиенту с измерением затрат финансовых, материальных, человеческих, временных ресурсов. Количество звеньев в цепочке может

Таблица 2 / Table 2

Цепочка создания стоимости / Value-chain emergence

Внутренняя логистика	Производство	Маркетинг и розничная торговля	Внешняя логистика	Обслуживание
Получение, хранение, распространение ресурсов, расчет с поставщиками ресурсов	Превращение ресурсов в исходный продукт	Реклама, продвижение продуктов, выбор канала реализации, определение цены продукта	Сбор, хранение и доставка продукта клиентам	Обучение использованию продукта, сопровождение пользователя продукта
Инфраструктура (менеджмент, финансовый, блок, юридический блок, связи с органами государственной власти GR)				
Технологическое развитие (улучшение продукта и деловых процессов)				
Кадры (набор и обучение персонала, корпоративное обучение)				
Материально-техническое обеспечение (материальное обеспечение всех элементов цепочки)				

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

варьироваться от нескольких десятков до сотен. Данный вид анализа позволяет не только оценить деятельность организации, но и сравнить свою цепочку создания стоимости с аналогичными цепочками создания стоимости конкурентов. Данный инструмент анализа позволяет наглядно представить процесс принятия политических решений, механизм совершения определенных действий на основе измерения количества итераций с учетом материальных и временных издержек.

В табл. 2 представлена адаптация классической цепочки создания стоимости М. Портера под политический кейс. Под ресурсами в традиции Р. Даля понимаются любые объекты, используемые для достижения целей. Названия пяти базовых блоков цепочки создания стоимости взяты у М. Портера, третий и четвертый блок поменяны местами. Четыре сквозных строки показывают виды деятельности, которые сопровождают все стадии цепочки создания стоимости: инфраструктура, технологическое развитие, управление кадрами, материально-техническое обеспечение. В зависимости от специфики акторов кейсов и характера самого кейса пять базовых блоков могут изменяться. Декомпозиция до уровня отдельных операций (деловых процессов) может увеличить цепочку до нескольких десятков блоков, каждый из которых требует затрат человеческих, материальных, временных ресурсов.

Внешний и внутренний анализ выявляет ключевые активы и компетенции организаций определенной сферы деятельности, которые позволяют ответить на вопрос: почему лидер успешен, а аутсайдер нет? Если организация обладает ключевыми активами и компетенциями, то это составляет ее силу, если не обладает, то это образует ее слабость. Также экспертным способом выявляются реалистичные перспективы организации: возможности и угрозы, исходящие из внешнего окружения. Для идентификации возможностей используется матрица, ранжирующая ситуации по шкале вероятности (высокая, средняя, низкая) и силе воздействия на организацию (сильное, умеренное, малое). Для идентификации угроз используется матрица, ранжирующая ситуации по шкале вероятности (высокая, средняя, низкая) и возможным последствиям для организации (разрушительное, критическое, тяжелое).

Таким образом, силы и слабости организации выявляются в ходе внутреннего анализа, возможности и угрозы — в ходе анализа внешнего окружения. Полученные результаты заносятся в матрицу SWOT (табл. 3).

В экономическом анализе в поле Strength («Сила») могут располагаться финансовые источники, компетентность персонала, искусство конкуренции, качество товаров (услуг), доступ к уникальным ресурсам, бренд, производственные мощности, распределительная сеть, эффективная

Матрица SWOT-анализа / SWOT-analysis matrix

		О 1. 2. 3.	Возможности	Т Угрозы 1. 2. 3.
S	Сильные стороны			
1. 2. 3.		Силы и возможности (основа разработки стратегии)		Силы и угрозы (использование силы для устранения угроз)
W	Слабые стороны			
1. 2. 3.		Слабости и возможности (преодоление слабостей за счет возможностей)		Слабости и угрозы (минимизация слабостей и угроз)

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

реклама, уникальная технология, надежное управление, надежные поставщики, надежные клиенты, современное оборудование, знание потребителей, ценовое преимущество, четкая стратегия, административный ресурс, монопольное положение.

В поле Weakness («Слабость») могут быть указаны высокие издержки, износ оборудования, высокая стоимость товаров (услуг) в сравнении с конкурентами, недостаток финансирования, низкая мотивация персонала, низкий уровень сервиса, отсутствие четкой стратегии, плохой имидж, слабая гибкость управления, слабая политика продвижения на рынке, слабая сеть распределения, устаревшие технологии, узкий ассортимент товаров (услуг), низкий уровень менеджмента.

В поле Opportunities («Возможности») попадают следующие элементы: снижение торговых барьеров, рост спроса, расширение ассортимента товаров, появление новых технологий, ослабление ограничивающих законов, низкая активность конкурентов, доступность ресурсов, возможность обслуживания дополнительных групп потребителей, благоприятный сдвиг в валютных курсах, бюджетная поддержка, альянс с лидером рынка, открытие доступа к дешевым финансовым ресурсам, обслуживание новых крупных клиентов.

В поле Threats («Угрозы») указывают замедление роста рынка, неблагоприятный сдвиг в курсах валют, усиление конкуренции, появление альтернативных товаров, появление новых конкурентов, новые законодательные ограничения, рост налогов, ужесточение требований поставщиков, угрозу национализации, угрозу недружествен-

ного поглощения, появление новых технологий, несовместимых с основным бизнесом компании, неблагоприятную конъюнктуру мирового рынка.

Для политического анализа целесообразно составить свой список элементов, который распределяется между четырьмя полями матрицы. Часть элементов можно заимствовать из экономического анализа либо непосредственно, либо, наполнив политическим содержанием.

На базе проведенного SWOT-анализа организации можно предложить стратегические альтернативы. Они основываются на сочетании выявленных сильных сторон и возможностей. Риски организации заключены в сочетании слабостей и угроз. Организация разрабатывает план действий, чтобы силы и возможности нейтрализовали и перевесили слабости и угрозы.

План действий акторов с учетом имеющихся ресурсов составляет последний элемент ресурсно-акторного анализа — *стратегию*. При выборе стратегии «кооперация» оба игрока получают выигрыш, при выборе стратегии «конфликт» — убытки. Комбинация стратегий «кооперация-конфликт» ведет к игре с нулевой суммой, когда выигрыш одного актора означает проигрыш другого. В упрощенной модели каждый актор играет против каждого актора, но чаще всего формируются коалиции, которые возможно рассматривать как отдельных акторов. Используя матрицу теории игр, можно предложить следующие стратегии (табл. 4).

При выборе стратегии целесообразно учитывать две концепции. Первая — минимальная выигрышная коалиция [13, 14]. Она предполагает,

Таблица 4 / Table 4

Платежная матрица «кооперация»-«конфликт» / Payment matrix “cooperation”-“conflict”

		Игрок 1	
		кооперация	конфликт
Игрок 2	кооперация	Игра с положительной суммой 2:2	Игра с нулевой суммой 0:4
	конфликт	Игра с нулевой суммой 4: 0	Игра с отрицательной суммой -1: -1

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

что все акторы нацелены на максимальный результат при минимальных затратах; количество ресурсов ограничено и за них борются те, кто ими обладают. Владельцы ресурсов защищают их; те, кто хочет приобрести ресурсы — нападают; борьба может идти за освоение новых ресурсов (колонизация новых сфер). Для победы необходимо объединиться в минимальную выигрывающую коалицию. Суть концепции в том, что минимальное число победителей разделит выигрыш на меньшее число игроков, чем если бы была

сформирована большая коалиция. Вторая — это концепция вето-игроков Дж. Цебелиса [15]. Она описывает акторов, которые в силу собственных предпочтений могут либо способствовать изменению статус-кво, либо противиться этому. На исход игры будут влиять такие факторы, как количество вето-игроков, диапазон их идеологических установок, готовность к кооперативным действиям. Преимущество приобретает тот вето-игрок, который первым формулирует повестку дня.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гельман В., Рыженков С., Бри М., ред. Россия регионов: трансформация политических режимов. М.: Весь мир, Берлин: Berliner Debatte; 2000. 374 с.
2. Туровский Р.Ф. Политическая регионалистика. М.: Издательский Дом ГУ ВШЭ; 2006.
3. Персональный сайт Н. Баранова. Анализ регионального политического режима. URL: <https://www.nicbar.ru/politology/study/kurs-politicheskaya-regionalistika/189-lektsiya-10-analiz-regionalnogo-politicheskogo-protssesa>
4. Белоконов С. Ю., Игнатовский Я. Р., Печенкин Н. М. Динамика общественно-политических настроений и анализ результатов выборов в Республике Хакассия в 2018. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2019;9(4):19–24.
5. Авдонин В. С., Семёнов А. В., Гилёв А. В. Проблемы и направления российских исследований субнациональной политики. *Политическая наука*. 2017;(4):18–19.
6. Скопин А. Ю., Климов А. И., Зайцев Д. Г. Акторный подход в современных социальных науках: экономике, социологии и политологии. URL: <https://www.hse.ru/data/2012/12/16/1300987726/Скопин%20А.Ю.,%20Климов%20А.И.,%20Зайцев%20Д.Г.%20Ак..в%20современных%20социальных%20науках.pdf>
7. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. Пер с англ. М.: Фонд экономической книги «Начала»; 1997.
8. Dahl R. Who Governs? Democracy and Power in an American City. New Haven: Yale University Press; 1961.
9. Etzioni A. A Comparative Analysis of Complex Organizations: On Power, Involvement, and Their Correlates. New York: Free Press; 1961.
10. Rogers M.F. Instrumental and Infra-resources: The Bases of Power. *American Journal of Sociology*. 1974;(9):1418–1433.
11. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокой результативности и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер; 2019. 716 с.
12. Аакер Д. Бизнес-стратегия. От изучения рыночной среды до выработки беспроигрышных стратегий. М.: Эксмо; 2007. 464 с.
13. Gamson W. A theory of coalition formation. *American sociological review*. 1961;26(3);373–382;

14. Riker W.H. The theory of political coalitions. New Haven: Yale univ. press; 1962. 300 p.
15. Tsebelis G. Veto players and institutional analysis. *Governance: an international journal of policy and administration*. 2000;13(4):441–474.

REFERENCES

1. Gelman V., Ryzhenkov S., Bree M., eds. Russia of regions: transformation of political regimes. Moscow: Ves mir, Berlin: Berliner Debatte; 2000. 374 p. (In Russ.).
2. Turovsky R.F. Political regionalism. Moscow: HSE Publishing House; 2006. (In Russ.).
3. Baranov N. [Personal site]. Analysis of the regional political regime. URL: <https://www.nicbar.ru/politology/study/kurs-politicheskaya-regionalistika/189-lektsiya-10-analiz-regionalnogo-politicheskogo-protssesa>. (In Russ.).
4. Belokonev S. Yu., Ignatovsky Ya.R., Pechenkin N.M. Dynamics of socio-political sentiments and analysis of the election results in the Republic of Khakassia in 2018. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finasovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2019;9(4):19–24. (In Russ.).
5. Avdonin V.S., Semenov A.V., Gilev A.V. Problems and directions of Russian studies of subnational policy. *Political science*. 2017;(4):18–19. (In Russ.).
6. Skopin A. Yu., Klimov A. I., Zaitsev D.G. Actor approach in modern social sciences: economics, sociology and political science. URL: <https://www.hse.ru/data/2012/12/16/1300987726/Skopin%20A.Yu.,%20Klimov%20A.I.,%20Zaitsev%20D.G.%20Ak.in%20modern%20social%20sciences.pdf>. (In Russ.).
7. North D. Institutions, institutional changes and the functioning of the economy. Per from English. Moscow: Foundation of the economic book “Nachala”; 1997. (In Russ.).
8. Dahl R. Who Governs? Democracy and Power in an American City. New Haven: Yale University Press; 1961.
9. Etzioni A. A Comparative Analysis of Complex Organizations: On Power, Involvement, and Their Correlates. New York: Free Press; 1961.
10. M.F. Instrumental and Infra-resources: The Bases of Power. *American Journal of Sociology*. 1974;(9):1418–1433.
11. Porter M. Competitive advantage: how to achieve high performance and ensure its sustainability. Transl. from Eng. Moscow: Alpina Publisher; 2019. 716 p. (In Russ.).
12. Aaker D. Business strategy. From studying the market environment to developing win-win strategies. Moscow: Eksmo; 2007. 464 p. (In Russ.).
13. Gamson W. A theory of coalition formation. *American Sociological Review*. 1961;26(3):373–382;
14. Riker W.H. The theory of political coalitions. New Haven: Yale University Press; 1962. 300 p.
15. Tsebelis G. Veto players and institutional analysis. *Governance: An International journal of Policy and Administration*. 2000;13(4):441–474.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Сергей Викторович Расторгуев — доктор политических наук, профессор департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0003-1185-9374>
SRastorguev@fa.ru

ABOUT THE AUTHOR

Sergey V. Rastorguev — Doctor of Political Science, Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0003-1185-9374>
SRastorguev@fa.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 27.01.2022; принята к публикации 10.02.2022.
Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.
The article was received on 27.01.2022; accepted for publication on 10.02.2022.
The author read and approved the final version of the manuscript.