

ОТЗЫВ

**официального оппонента, кандидата исторических наук Расторгуева
Сергея Викторовича, на диссертацию Капкиной Анастасии
Владимировны на тему: «Политическое позиционирование крупного
российского бизнеса: механизмы и цели», представленную на соискание
ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02
– «Политические институты, процессы и технологии».**

Особая актуальность заявленной темы исследования обусловлена, во-первых, возрастающим влиянием собственников крупного бизнеса и топ-менеджеров крупных компаний на политический процесс. Во-вторых, тем обстоятельством, что государство, формируя экономическую политику, учитывает интересы хозяйствующих субъектов и конъюнктуру текущего момента. В-третьих, спецификой России, как федеративного государства, где в каждом субъекте баланс взаимоотношений «бизнес-власть» требует отдельного анализа.

Обращение к данной актуальной проблеме в диссертационной работе Капкиной А.В. обретает теоретическую значимость и важный практический смысл на современном этапе развития страны. Изучение тенденций, моделей, механизмов политического позиционирования крупного бизнеса позволит разработать и предложить наиболее эффективную концепцию взаимодействия политической власти и хозяйствующих субъектов.

В диссертационной работе грамотно сформулированы объект и предмет, логически верно сформулирована система взаимосвязанных задач. Структура диссертационного исследования отвечает поставленной автором цели определить основные механизмы политического позиционирования крупного российского бизнеса, их содержание и особенности функционирования в российских условиях, а также степень влияния на политический процесс.

Проведенное исследование содержит критическое осмысление политических технологий, применяемых крупным российским бизнесом, на федеральном и региональном уровнях власти. Выделенные диссертантом риски, возникающие при применении механизмов политического позиционирования, позволяют говорить о практической ценности работы.

Проведенный диссертантом в первой главе диссертационной работы «Теоретико – методологические подходы к определению политического позиционирования бизнеса» анализ дефиниций «политическое позиционирование», «крупный бизнес», «политический механизм», представляет собой критическое осмысление теории вопроса, основанное на привлечении множества разнообразных источников. Автор предлагает собственное понимание данных терминов, прежде всего, аргументируя допустимость расширения объема понятия «политическое позиционирование» (с. 15-19). Диссертант справедливо относит к крупному

бизнесу, позиционирующему себя политически, экономических агентов, влияющих на национальную политику с помощью налаживания трехсторонних связей с государством и обществом.

Также следует отметить приведенный диссертантом емкий обзор исследований, которые являются основой современных концепций, посвященных взаимодействию бизнеса и власти (с. 20-28). Диссертант аргументированно доказывает условность распространенных в современной отечественной политической науке моделей взаимоотношений бизнеса и региональной власти (с. 28-30). С этим можно согласиться, учитывая динамику политических и экономических процессов в российских регионах, неустойчивость смешанных форм таких моделей, обусловленную влиянием разного рода внешних факторов. Автор также приводит основные положения теории политических сетей, но обоснованно утверждает несоответствие, невозможность применения ряда ее положений той политической системе, которая сложилась в современной России.

Важным в контексте исследуемой проблематики представляется проведенный автором анализ причин социально-политических и экономических проблем, характерных для современной России, на фоне общемировых политических тенденций, включая навязывание ценностей массового потребления всему обществу (с. 41-43).

Автор, анализируя механизмы политического позиционирования, выделяет тенденцию к использованию теневых способов взаимодействия, несмотря на наличие публичных механизмов (с. 44-45, 53-87). Рассматривая каждый механизм по отдельности, диссертант выделяет положительные и отрицательные его характеристики, предлагает возможные решения по оптимизации применения этих механизмов, в том числе, в части разработки нормативно-правовой базы, способной стимулировать ориентацию на публичность отношений бизнеса и власти.

На основании выработанной классификации, диссертант исследует механизмы политического позиционирования крупных компаний, действующих на территории 10 субъектов Российской Федерации. Научной новизной является подход к отбору регионов для последующего анализа, основанный на их доходности по отношению к федеральному бюджету. Согласно этой выборке, диссертант рассматривает 5 регионов, которые являются донорами (Ханты-Мансийский АО, Ямало-Ненецкий АО, Республика Татарстан, Москва, Санкт-Петербург), и 5 регионов, которые дотируются из федерального бюджета (Республика Ингушетия, Чеченская Республика, Республика Дагестан, Республика Алтай, Республика Тыва). На основе эмпирических данных, диссертант анализирует практическую реализацию каждого механизма в конкретном регионе, что позволяет выявить основные риски применения этих механизмов, выработать рекомендации для эффективного взаимодействия региональных, федеральных властей и представителей крупных компаний, планирующих развивать бизнес в данных регионах (с. 87-127).

Автор проводит компаративистский анализ применения механизмов политического позиционирования крупного бизнеса в двух типах регионов и делает вывод о наличии двух моделей, для которых характерны примерно одинаковые наборы применяемых механизмов. С мнением автора можно согласиться: чем более экономически развит регион, чем больше в нем ресурсов, тем более крупный бизнес заинтересован присутствовать в таком регионе, и наоборот: чем меньше регион может дать ресурсов для развития бизнеса, тем меньше интерес бизнеса к этому региону. Исключение составляет привлечение крупного бизнеса под условие государственных гарантий – эти случаи также рассмотрены диссертантом. Соответственно, в наиболее развитых и богатых ресурсами регионах используются практически все основные механизмы политического позиционирования. В регионах, менее привлекательных для бизнеса, используется меньшее количество механизмов политического позиционирования (с. 145-155).

Диссертант при написании квалификационной работы основывался на обширных теоретико-методологической и эмпирической базах, посвященных изучению заявленной проблематики. При этом он смог дополнить ее собственными научными результатами, квинтэссенция которых изложена в заключительной части работы. В частности, диссертант выделил возможные сферы прикладного применения полученных результатов практической части исследования, определил роль и потенциал объекта диссертационного исследования в условиях социально-экономических и политических трансформаций (с. 155-164). Также следует отметить методологическую последовательность аналитических процедур, логическую обоснованность выводов, позволяющих верифицировать полученные результаты исследования в соответствии с научными критериями.

Несмотря на высокий профессиональный уровень диссертационного исследования, тем не менее, хотелось бы обратить внимание на ряд недостатков.

Во-первых, работа значительно выиграла бы, если бы в дополнение к выборке для практической части исследования, автор также использовал бы выборку, основанную на анализе регионов по нескольким Федеральным округам, что могло бы дать более репрезентативную картину, отвечающую цели исследования.

Во-вторых, можно было бы подробнее изложить результаты исследования особенностей политического позиционирования компаний с государственным участием и частных корпораций, а также акцентировать специфику политической активности крупного бизнеса на федеральном и региональном уровне.

В-третьих, для концептуализации оригинального авторского подхода, верного по существу, используются устоявшиеся в науке концепты «политическое позиционирование» и «социальный заказ», имеющие иное смысловое наполнение, нежели вкладываемое в них диссертантом. В связи с этим можно порекомендовать автору диссертации развивать понятийный аппарат политологии не только в границах существующей терминологии, но

и аргументировать допустимость использования новых концептов, тем более, что в работе для этого есть все предпосылки.

Высказанные замечания не снижают в целом высокой оценки диссертационного исследования, представляющего собой законченный и содержательный труд. Научные публикации и автореферат Капкиной А.В. полностью отражают содержание диссертации.

В целом, диссертационная работа Капкиной Анастасии Владимировны на тему: «Политическое позиционирование крупного российского бизнеса: механизмы и цели» соответствует требованиям п. 8 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК Министерства образования и науки РФ, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – «Политические институты, процессы и технологии».

Доцент кафедры «Общая политология»

Федерального государственного образовательного

бюджетного учреждения высшего образования

«Финансовый университет при Правительстве

Российской Федерации»

к. и. н., доцент

Сергей Викторович Расторгуев

125993, ГСП-3, г. Москва, Ленинградский проспект, 49, 3 этаж, к. 301,302, телефон 8 (499) 943 93 11, E-mail: SRastorguev@fa.ru

