

АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ І ДЕТЕРМІНАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ОБЛАСТЕЙ ВПЛИВУ

Напередодні парламентських виборів 2006 роки істотну роль грає створення ефективною структури політичної партії в умовах зміни громадської думки щодо тих або інших процесів, що проходять в суспільстві. При побудові структури партійної організації важливо подивитися на партію ззовні, побачити її очима суспільства, оцінити її сильні і слабкі сторони. Без суттєвої підтримки хоча б частини суспільства партія не може розраховувати на подолання виборчого бар'єру та входження у владу.

Будь-яке суспільство неоднорідно. Воно розпадається на структурні одиниці, групи, страти, класи, різні по своїх поглядах, інтересах, відносинах, бажаннях, цілях. Суспільні відмінності залежать від економічних, соціальних, релігійних, культурних і інших чинників. Партія, орієнтуючись на суспільство і пристосовуючись до нього, не повинна забувати про його місцеві, локальні і глобальні відмінності: те, що "на ура" сприйматиметься в одних регіонах, в інших викличе протести і демонстрації.

Для ведення ефективною партійною діяльністю необхідно провести дослідження суспільних структур, виходячи з тих проблем, які, в першу чергу, визначають дію партії на своїх потенційних виборців. Як відзначив М. Міхальчак, "не здійснюється формування класичної партійної схеми: інтереси населення (шару, групи) – партія, як виразник і захисник цих інтересів – участь у владі або опозиції" [1].

Тому необхідно виділити в суспільстві структурні утворення, з якими могли бути встановлені прямі контакти з тим, щоб використовувати їх для зміцнення підтримки партії. Крім того, реакції індивідів, що входять в ці утворення, могли б:

- дозволити оцінити діяльність партії ззовні
- допомогти визначити ступінь підтримки партії
- показати, що задовольняє і що не задовольняє електорат в програмі, пропозиціях, діяльності партії.

Припускаємо, що з метою аналізу загальної обстановки і подальшої розробки стратегії виборчої кампанії електорат умовно може бути поділений на одиниці, які назвемо стратегічними областями впливу (СОВ).

Під СОВ розуміємо суспільну структуру – *групу індивідів, об'єднання груп, суспільний шар, територіально розподілену спільність, суспільний або політичний рух – що має загальні інтереси, потреби, потреби і що діє в заданому зовнішньому середовищі, структуру, яка може бути використана як базовий елемент для формування підтримки партії електоратом, що входить в цю структуру.*

Розбиття на СОВ нагадує сегментацію ринку в теорії маркетингу, що робить можливим облік специфічних особливостей кожної області і вибір для неї необхідної програми дій партії, прив'язаної до даної області. З

неоднорідного суспільства виділяються, наскільки це можливо, однорідні частини, причому поняття однорідності розуміється як однакова реакція, однакові погляди на програмні напрями діяльності партії. Це дозволяє зробити точнішими і направленими зв'язки між електоральною частиною суспільства, яка знаходиться в СОВ, і партією. Враховуючи інтереси електорату в СОВ, партія акцентує увагу електорату на тих положеннях своєї діяльності, які в максимальному ступені відповідають загальним інтересам партії і СОВ.

Стратегічні області різні для різних партій. У ХХ столітті формальний метод створення СОВ ґрунтувався на створенні територіальних партійних організацій, які визначали регіональні або виробничі СОВ. Так, наприклад, будувалася Комуністична партія в СРСР або націонал – соціалістична в Німеччині. Аналогічна структура, що відноситься до Англії ХІХ століття, описана М.Острогорским.

З організаційних елементів у вигляді осередків і секцій, навколо яких створювалися додаткові організації, будувалися комуністична і соціалістична партії Франції. "Молодіжні і спортивні клуби, жіночі асоціації, співдружність ветеранів, клуби інтелектуалів або літераторів, кухлі для розваг і дозвілля; профспілки, каси взаємодопомоги, кооперативи; суспільства інтернаціональної дружби; об'єднання платників податків, квартиронаймачів, "домогосподарок"; патріотичні і пацифісти фронти, – допоміжні організації можуть набувати самої різної форми" [3]. На цих принципах і зараз засновано багато партій в Європі, Азії, Америці.

Позитивною якістю організаційної структури, що використовує ділення на СОВ, є можливість тісних внутрішніх зв'язків на основі спільності інтересів індивідів, що входять в СОВ. З одного боку, це дозволяє здійснювати діяльність партії в однорідному середовищі. З іншою, саме розповсюдження інформація в такому середовищі збільшує комунікативні можливості, доступні партії. Якщо інформація не зустрічає опору при своєму розповсюдженні, а, навпаки, доброзичливо сприймається середовищем, то її дія посилюється за рахунок активного підключення середовища до розповсюдження. Така інформація стає активним чинником, що направляє індивідуальний відбір індивідами тих, що поступають до ним повідомлень. В умовах загального схвалення одних поглядів голоси і погляди можливих супротивників і конкурентів втрачаються і не грають особливої ролі.

Сама проблема формування СОВ не є ні простою, ні однозначною. З одного боку, СОВ не повинна бути дуже маленькою, інакше не вдасться врахувати її інтереси при виробленні стратегії, але вона не повинна бути і дуже великою, щоб її інтереси не були настільки різнорідними, що їх не можливо буде врахувати, – в цьому випадку ідея СОВ втратить свій сенс.

Хоча принцип побудови СОВ припускає певну однорідність інтересів індивідів в області, проте, сама СОВ може бути структурована по додаткових інтересах і можливостях, що відрізняють деякі групи індивідів в середині СОВ. Такі групи індивідів в середині СОВ називатимемо когерентами.

Наприклад, якщо розглядати СОВ, визначену за географічним принципом, в якій розвинена і домінує металургійна промисловість, то природно окремо розглянути когерент, що складається з працівників-металургів, у яких існують свої додаткові інтереси, визначені виробничою спрямованістю.

СОВ не повинна містити в собі групи з свідомо суперечливими інтересами. Найбільше, на що можна погодитися, щоб у СОВ були когеренти з різними, але не протилежними інтересами, щоб не виникав конфлікт інтересів між різними групами. Якщо це неможливо, то виникає окреме завдання врегулювання конфліктів усередині СОВ, що вимагає особливої уваги партійної організації.

У СОВ можуть існувати когеренти, визначені можливостями додаткового впливу на групи індивідів, що входять до СОВ. Наприклад, підприємці і керівники організацій, відомств, компаній, що входять в СОВ, можуть своїм авторитетом, положенням, впливом, підтримати партію в її діяльності. Таким когерентом може бути фінансова група, що має в своєму розпорядженні значні засоби, які можуть бути використані для підтримки партії. Проте, проблеми взаємодії з такими групами відрізняються від проблем, що розглядаються щодо СОВ. В цьому випадку йдеться про прямі контакти вигляду "партія – група", які створюються і зміцнюються за принципами, відмінними від принципів роботи з СОВ.

Потрібно відзначити, що проблеми внутрішньої структуризації СОВ ще недостатньо досліджені, але на них потрібно звернути увагу, тому що вони складають важливий елемент, який може бути використаний в конкурентній боротьбі партій.

В даний час проблеми детермінації СОВ є актуальними, оскільки вони зв'язуються з розробкою тактики та стратегії виборчої кампанії партії і оптимізацією її діяльності.

Проблема детермінації СОВ достатньо складна. Щоб сформувати СОВ, можна спочатку досліджувати інтереси, погляди, думки в суспільстві або його частині, що звичайно переважно, а потім, провівши розбиття думок по класах, пов'язати з кожним класом деяку СОВ. Або спочатку провести роботу по формуванню суспільних інтересів, а вже потім, спираючись на ці інтереси, формувати СОВ. Обидва випадки вимагають додаткових соціологічних досліджень, які, в першому випадку, показали б, що влаштовує і що не влаштовує індивідів, а в другому, – що хотіли б одержати індивіди в майбутньому, їх погляди на перспективи життя і розвитку суспільства.

Наприклад, якщо говорити про збільшення розміру пенсій, то в цьому зацікавлені, в першу чергу, пенсіонери, потім їх сім'ї і навіть оточуюча пенсіонерів сфера послуг. У зниженні податків зацікавлені підприємці, фірми, компанії, в забезпеченні безпеки на вулицях міст – жителі міста, в поліпшенні екології – жителі регіону, в збільшенні зарплати, що виплачується державою, – співробітники бюджетних організацій, у виплаті допомоги – безробітні і низькооплачувані індивіди.

Розглянемо детальніше варіанти формування або виділення СОВ.

По-перше, СОВ може бути сформовані шляхом організації рекламних, пропагандистських або суспільних кампаній, створенням нових або використанням існуючих груп, у яких є загальні інтереси, які беруть участь в сумісних діях, наприклад, у пікетах, демонстраціях, виступах. Іншими словами, спочатку формулюються деякі інтереси, а потім вони упроваджуються в свідомість певних груп. Тоді облік цих інтересів може служити основою для створення СОВ. Так створюються різні політичні і неполітичні рухи, які потім використовуються на користь партії. Сам вплив і зв'язок із створеними групами здійснюється шляхом подальшого включення інтересів цих груп в партійні програми. Це повільний, складний і дорогий шлях формування СОВ, тому що будь-які кампанії і їх трансформація в суспільні структури завжди припускають наявність великих ресурсів.

По-друге, СОВ можуть будуватися за допомогою вже існуючих або збережених суспільних структур з подальшим їх залученням до партійної діяльності, або шляхом захоплення раніше створених або об'єднання з вже існуючими структурами. У таких об'єднаннях вже існують свої інтереси, потрібно тільки погоджувати їх з інтересами партії. Так, часто використовуються профспілки, іншим прикладом можуть служити існуючі політичні, молодіжні, воєнізовані рухи.

Це простіший спосіб в порівнянні з попереднім, але також що вимагає достатніх зусиль. Для того, щоб деякий рух підтримав партію, якщо він не створювалося партією навмисно, необхідно переконати керівників руху, що вони зможуть задовольнити свої власні інтереси, підтримуючи партію. Обидва розглянуті випадки виходять з різних варіантів утворення суспільних груп.

По-третє, можна спочатку виділити деяку область, наприклад, географічний регіон, етнічну групу, соціальний об'єкт, організований за конфесійною або іншою ознакою, потім провести в цій області детальний аналіз інтересів окремих індивідів і різних груп. Використовуючи математичні методи, сформувані деякі сектори інтересів, припускаючи надалі, що підтримка цих інтересів партією викличе підтримку партії носіями інтересів. Після цього результати, одержані у вибраній області, можна перенести на схожі області в інших регіонах. Це хороший, але в той же час, достатньо складний і дорогий спосіб визначення СОВ. Але можливості розповсюдження побудованих у такий спосіб СОВ обмежені, якщо в них використані регіональні особливості, які не мають місця в інших регіонах. СОВ з якою починається побудова всієї структури називатимемо опорною.

Абсолютно різними є інтереси селян із зернових і виноробницьких областей, жителів великих і маленьких міст, робочих промислових або гірничодобувних районів. Для неоднорідної країни потрібне велике число опорних областей, якими можна було покрити всю територію. Збільшення розмірів області для побудови опорної СОВ зменшує достовірність результатів, збільшує їх розкид і нестабільність. Крім того, динамічний контроль змін СОВ стає надзвичайно дорогим: чим більша область, тим

частіше змінюються її характеристики, отже, частіше доводиться проводити вимірювання, опити, обстеження, щоб врахувати ці зміни.

У одній і тій же географічній області можуть зустрічатися декілька різних СОВ, кожна з яких вимагає своєї окремої уваги і методів дії. Але завдання полягає в тому, щоб так організувати направлену діяльність, щоб індивідуальний вибір кожної людини співпадав з партійними інтересами, тобто був трансформований в групове рішення підтримки партії. В той же час, ймовірно, вигідніше створювати в кожній адміністративній області одну СОВ, але усередині області організувати додаткові когеренти, які сприяли б диференціації окремих поглядів і положень, які партія пов'язує з різними шарами і суспільними рухами.

Організаційно СОВ є тим основним елементом, який використовується партією, як для розробки стратегії, так і для виконання своїх стратегічних планів. Чим ефективніше йде робота в СОВ, тобто чим точніше виконуються в СОВ стратегічні плани партії, тим більше шансів у партії вирішити свої проблеми, випередити своїх конкурентів, розповсюдити свій вплив на значну частину електорату в СОВ.

Більш того, визначившись з СОВ, партія залишається прив'язаною до неї протягом тривалого тимчасового періоду, перш за все, тому що до СОВ прив'язуються організаційні і управлінські конструкції.

Помилки, пов'язані із створенням і вибором СОВ – це найсерйозніші помилки, які партія може допустити на території, займаній СОВ, тому що

- не досягає успіху робота партії, посилюються конкуренти;
- обмежені ресурси партії використовуються не за призначенням, що скорочує можливості партії і в інших СОВ;
- невдачі мають тенденцію розповсюджуватися, иррадувати в навколишньому середовищі, захоплюючи навіть ті області, в яких положення партії здавалося достатньо хорошим і стабільним.

Для вибору СОВ можуть бути використані добре відомі методи і схеми маркетингу, в яких сегментація відбувається з використанням ряду загальних принципів (у таблиці 5.2.1 використані ідеї Ф.Котлера, пов'язані з маркетингом). Сама таблиця побудована для України, хоча за тим же принципом може будуватися аналогічна таблиця для будь-якої країни миру.

Сама ідея таблиці полягає в класифікації можливих принципів вибору СОВ, а потім у виділенні в кожній області додаткових компонентів, які характеризують за різними показниками електорат. Найчастіше передбачається, що індивіди, що мають однакові характеристики, мають однакові інтереси, погляди, думки. Принаймні, відмінності між ними менше, ніж між індивідами різних груп. З іншого боку, показники, приведені в таблиці, можуть бути легко зміряні і підраховані, а іноді їх просто потрібно знайти серед статистичних даних.

Розбиття за географічним принципом найбільш стандартний спосіб організації партійної структури і пов'язаної з нею області впливу.

Закон про політичні партії припускає існування певного географічного рівня системи партійних організацій. Географічне розбиття іноді зв'язується з певними типами особи, групами інтересів, рівнем підтримки різних партій. Звичайно, необхідні детальніші дослідження по групах інтересів представників різних регіонів, але як показують результати виборів в різних країнах, ці інтереси багато в чому не співпадають.

Психографічний тип визначає можливості орієнтації діяльності в СОВ, оскільки різні типи по-різному можуть сприймати партійні дії і партійну пропаганду в СОВ. В той же час потрібно пам'ятати, що орієнтація дій партії якраз направлена на створення певних елементів психографічного типу – політичної характеристики індивіда, переходу від супротивника партії до нейтрального індивіда, а від нього до симпатизанту і члена партії. Зокрема, успіх католицької церкви багато в чому визначається її індивідуальною роботою з віруючими.

Поведінковий тип вибору дій в СОВ, ґрунтується на індивідуальних характеристиках особи. Він показує зв'язок індивіда з партією, можливість її підтримки на рівні інтересів і потреб індивіда. Існування таких індивідів розширює можливості утворення груп, готових голосувати за партію, причому гідністю цих груп є той факт, що їх організують місцеві активісти, довіра до яких звичайно більше, ніж до людей, які з'явилися ззовні. Навіть якщо в даній області існує партійна організація, наявність окремих індивідів, особисто зацікавлених в співпраці з партією, представляється вельми істотним.

Демографічний тип найчастіше є основним типом, по якому проводиться аналіз СОВ. Його найпростіше заміряти і описувати. Часто

вибір партії визначається віковими характеристиками виборців. Ті, хто виховувався і жив за часів панування комуністичної партії, і в наші дні часто підтримують її представників на виборах, Просто виборцям здається, що, дійшовши влади, комуністи повернуть старі часи, коли в чергах можна був купити обмежений асортимент необхідних товарів, але дешево. Молоді люди часто голосують за тих, кого їм рекомендують їх поп-арт кумири, або не голосують взагалі. Жінки на останніх виборах в Україні повністю провалили жіночу партію "Жінки за майбутнє", віддавши за неї малу кількість голосів, істотно менше, ніж припускали творці цієї партії, що надихаються прикладом соціал-демократичних партій північної Європи. У Росії партія пенсіонерів одержала в 2003 році близько трьох відсотків голосів, що істотно менше, ніж загальне число пенсіонерів.

Аналогічні відмінності, пов'язані з освітою або рівнем доходів індивіда, що також пов'язано з демографічним типом.

Сегментація по демографічному типу істотна не тільки як складова виборів, але і як елемент ведення агітаційної роботи, яка по-різному враховує демографічні показники. Це дозволяє скоротити зайві витрати. Наприклад, рок-фестиваль у меншій мірі зацікавить пенсіонерів, які віддадуть перевагу інформації про збільшення розмірів пенсій або про забезпечення безкоштовними ліками.

Перейдемо до представлення умов, які дозволили б вибирати СОВ. Таблиця, що приводиться нижче, представляє одну з універсальних схем вибору СОВ, орієнтованих на географічні регіони розміщення.

Перша колонка задає загальний характер вибору основних умов, які можуть вплинути на детермінізацію СОВ. Починається колонка з аналізу впливу, який можуть надавати на передбачувану СОВ інші структури зовнішнього середовища. Цей розділ визначається загальними умовами, в яких існує населення країни. Так, вплив державних або партійних структур був вирішальним на населення колишнього СРСР або Іраку, враховуючи, що ступінь підтримки правителів визначався 99% на виборах. Істотним може бути вплив церкви на населення Польщі. Існують регіони Росії і України, де велику роль дотепер грає Комуністична партія (так званий "червоний пояс" Росії), або окремі національні організації. Погіршення загального стану і умов життя населення в Росії привело до того, що націонал – соціалістичний блок "Родина" одержав більше 9% голосів виборців, особливо молодих. У африканських країнах велику роль грають племінні і національні структури, що часто визначають розстановку політичних сил в країні.

Детермінізуючи СОВ, не можна не враховувати існуючий розподіл впливів різних структур і організацій в країні. Не може бути успішною спроба створення СОВ на основі атеїстичної пропаганди в області, більшість населення якої підтримують духовні цінності. Враховуючи зростаючу роль церкви в Росії і в Україні при тому, що церква використовує свої можливості впливу на численну паству, багато партійних і державних керівників прагнули заручитися підтримкою церковних ієрархів, повертаючи землі,

церковні і монастирські споруди, ікони, церковне начиння, розвернувши будівництво нових храмів на місці раніше знищених.

Після того, як враховані можливості впливу в країні, області, регіоні переходимо до оцінки окремих індивідів. Йде мова про ціннісні критерії, лежачі в основі поведінки і діяльності, які повинні враховуватися, оскільки, зрештою, те, як поводитиметься кожен окремий індивід в СОВ, визначить сумарний кінцевий результат. Не йдеться про спробу детально описати кожного індивіда. Завдання полягає в тому, щоб знайти, виділити і підтримати ті групи, переваги яких співпадуть з інтересами типового представника цієї групи. В деяких випадках існують можливості в певних межах міняти ці переваги, що також входить в завдання детермінізації СОВ.

Від індивідуальних характеристик переходимо до групових, оскільки необхідно максимально розширювати області підтримки за рахунок об'єднання в одній групі всіх тих, хто відповідає заданим критеріям. Тут може надати допомогу і сама група за рахунок внутрішніх зв'язків і інформаційних обмінів. Група може нівелювати розбіжності в оцінках і поглядах, а може підсилити їх, вивести за межі допустимих. Тому існування груп повинне враховуватися при детермінізації СОВ. Прекрасний приклад локального утворення груп при голосуванні можна знайти у С.Паркінсона, який пропонує створювати групи з тих, хто підтримує рішення, і що коливаються, які рішення ще не ухвалили. Це дозволяє перетягнути тих, що коливаються на свою сторону.

Все ж таки, ухвалюючи рішення, група не завжди може нав'язати його всім своїм учасникам. Колективний вибір не завжди співпадає з вибором і рішенням індивіда, що є частиною групи. Прикладом можуть служити голосування в парламенті, при яких члени однієї фракції голосують по-різному. При аналізі СОВ цей момент повинен бути обов'язково врахований, щоб в подальшому не "залишитися у розбитого корита". Тому питання про те, як формуються правила ухвалення рішення в групі, що входить в конкретну СОВ, повинне знайти відповідь в ході побудови СОВ, тобто правила будуються разом з можливою областю їх застосування. Після побудови СОВ ці правила повинні бути перевірені, перш ніж їх використовувати на практиці.

Нарешті, групи знаходяться в географічних регіонах. Розміри регіону і його особливості грають важливу роль. Тому істотні характеристики регіону, його особливості – виробничі, національні, релігійні, культурні, включаючи також особливості організації груп в регіоні. Такими групами можуть бути підприємства, інститути, крупні організації, розподілені виробничі системи у вигляді фермерських господарств. У багатьох випадках інтереси індивідів пов'язані з системостворюючими структурами в регіоні.

Безглуздо пропагувати імпорт вугілля в регіонах, в яких розташовано багато шахт, що становлять основу діяльності людей і тим самим їх існування. Марно пояснювати необхідність будівництва атомних реакторів в регіонах, наляканих Чорнобильським вибухом, або розповідати про безпеку зберігання отруйних відходів на дні морів, в яких рибаки ловлять рибу. Існує

круг проблем, до яких в суспільстві існує свідомо негативна думка: зберігання ядерних і хімічних відходів, їх переробка, трансгенні продукти в Європі, нафтове виробництво, пов'язане з можливістю витоку нафти, атомні електростанції і т.д.

Існують певні національні традиції і принципи, які також повинні враховуватися. Маркетингові дослідження показують, що "французькі домогосподарки віддають перевагу пральним машинам, які завантажуються зверху, а британські – більше люблять ті, які треба завантажувати спереду. Жителі Німеччини вважають низький кров'яний тиск проблемою, що вимагає серйозного лікування, а британські доктори так не думають" [6]. Тому в регіонах, що мають різні національні характеристики, обов'язково потрібно звернути увагу на національні особливості і відносини до окремих питань, що піднімаються в ході розгляду партійної програми.

Окремим пунктом, що потребує аналізу, є проблема зв'язку з СОВ і усередині СОВ, тому що без зв'язку контакти неможливі, і поняття СОВ втрачає свій початковий сенс. В даний час зв'язок можливий або через партійні структури, що спеціально створюються з цією метою, або через ЗМІ в її різноманітних видах, або використовуючи можливості, які надає розвиток електронних засобів комунікації. Можливості ЗМІ великі, але не безмежні, і багато в чому залежать від рівня розвитку культурного, економічного і технічного стану країни, регіону, аж до окремого індивіда. Засоби, вкладені в телебачення, окупаються тільки в поєднанні з цілим рядом інших чинників.

Безліч провалів передвиборних кампаній, що витратили великі засоби на телепередачу, але виборців, що не одержали голоси, служать цьому прикладом. Можна, правда, припускати, що сама реклама була поганою, тому вона не могла принести успіх.

Разом із зв'язками через ЗМІ можливий зв'язок на основі партійних організацій, що добре показав себе, мала вирішальне значення в діяльності партій минулого століття і дотепер вживана в Європі, Азії і Америці. Значення цього варіанту зв'язків зменшується у міру зростання інтенсивності комунікаційних зв'язків в світі. Через 20 – 25 років значення цієї організаційної компоненти прагнутиме до деякої постійної величини, залежної від технічного і культурного розвитку країни, але не рівної нулю. З іншого боку, зростуть в порівнянні з нинішнім, вплив і зв'язки, що встановлюються через непартійні організації, які зараз проникаються ідеями цивільного суспільства, хоча цілком можливо виникнення організацій нового типу, сприяючих створенню відповідних суспільних груп. Наприклад, організації, що створюються з допомогою Інтернет або інших спеціалізованих засобів зв'язку.

Цей спосіб зв'язку усередині СОВ стає все більш актуальним у міру того, як розвиваються засоби комп'ютерного і мобільного зв'язку, що дозволяють посилати повідомлення на тисячі адрес електронної пошти і мобільні телефони. Потенціал передачі індивідуальних графічних зображень і аудіо послань, що несуть додаткову інформацію, може опинитися також вельми істотним з урахуванням їх впливу на індивідів. Можлива розсилка

аудіо і відео касет, компакт-дисків, що містять звернення до конкретного виборця, причому сама програма їх формування може врахувати конкретні особливості індивіда, якому адресована ця продукція.

Аналізуючи різні можливості створення СОВ, бачимо, що багато в чому вони залежать від ресурсів партії і вимагають спеціальної роботи. У свою чергу, це зв'язано з часом, протягом якого ведеться ця робота. Тому, розробляючи структуру СОВ, партії необхідно правильно оцінити свій потенціал і його майбутні перспективи. Всі дії повинні бути взаємообумовлені.

Формування СОВ є окремою проблемою, що припускає не тільки наявність необхідної інформації, що характеризує стан, зв'язки і інтереси індивідів, але і дії по створенню цього стану. Наявність вдало побудованої СОВ дозволяє партії оптимізувати свою стратегічну і оперативну діяльність, одержуючи максимальні результати у вигляді голосів виборців як "дохід" від своєї роботи у виділеній області. Оптимізація діяльності пов'язана з тим, що використовувані ресурси мають однозначну спрямованість і витрачаються за призначенням.

1. Михальченко Н. Украинское общество: трансформация. Модернизация или лимитроф Европы? К.: 2001.- С. 110. 2. Острогорский М.Я. Демократия и политические партии. М.: РОССПЭН, 1997. 3. Дюверже М. Политические партии. М.: "Академический проект", 2002. – С.156. 4. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1991. – С..736. 5. Паркинсон С.Н. Закон Паркинсона (р. Воля народа).М.: ПРОГРЕСС, 1976. – С.448. 6. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М.: "АСТ", 2003. – С.410.