

# ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

## **Анотація**

*Стаття присвячена комплексному дослідженню проблематики і методології досліджень і виявлення проблем політичного менеджменту в сучасній Україні. Визначено, що ключовим чинником формування політичного менеджменту в державі є істинне трактування та розуміння суті двох базових категорій цього явища: менеджменту – як науки про ефективне управління саме людськими ресурсами, а також політики – як мистецтва управління різними суспільними групами, державою, народом, з метою є здобуття або утримання державної влади.*

**Ключові слова:** менеджмент, політика, політичний менеджмент, правовий менеджмент, політичний маркетинг.

## **Abstract**

*The dissertation is devoted to the complex analysis of problematic and methodic of researches and identification of the state problems of political management in modern Ukraine. It has been defined the key factor of the formation of political management in the state is the true interpretation and understanding of two basic categories of this phenomenon: management - as a science of effective management of human resource and policy - as art management of various social groups, the state, people in order to gain or hold state power.*

**Key words:** management, policy, political management, legal management, political marketing.

Для того, аби визначити місце політичного менеджменту в сучасній Україні, спершу потрібно зрозуміти суть цього поняття.

Стислим визначенням менеджменту може слугувати положення С. Паркінсона про те, що менеджмент означає не самостійне виконання роботи, а вміння працювати за рахунок інших. Тобто загалом, менеджмент – це наука про ефективне управління саме людськими ресурсами, нарощування потужного потенціалу для отримання кращих результатів, які і є метою діяльності будь-якої системи, організації.

«Політика» у свою чергу відкладає особливий відбиток на термін «менеджмент», розглядаючи цих два поняття на шляху до осмислення суті «політичного менеджменту».

Політика – «мистецтво управління» державою і суспільством, цілеспрямована діяльність, пов'язана з прийняттям відповідальних рішень у галузі взаємовідносин між різними суспільними групами, державами й народами, пов'язана із боротьбою за здобуття або утримання державної влади, як знаряддя регулювання і формування цих стосунків. Тобто по суті, політика так само як і менеджмент має в основі управління людськими ресурсами, проте в даному контексті йдеться про управління різними суспільними групами, державою, народом, а метою є здобуття або утримання державної влади.

Тобто «політичний менеджмент» уособлюючи в собі таких два ключових поняття, як «політика» та «менеджмент», розуміється як мистецтво ефективного управління людськими ресурсами (суспільними групами, державою, народом), пов'язане з прийняттям відповідальних рішень у галузі взаємовідносин між ними, з метою здобуття або утримання державної влади, що являється знаряддям регулювання і формування цих стосунків.

Питанням визначення сутності та важливості формування політичного менеджменту займаються такі науковці як Ф.М. Кирилюк, М.І. Обушний, М.І. Хилько, А. Ю. Брегеда, В. М.Бebик, М. А.Шульга, О. А. Зубчик та інші. Нині у науковій літературі термін «політичний менеджмент» може набувати і таких трактувань, що тільки доповнюють вище наведене визначення:

- соціальний інститут, який впливає на політико-правове життя сучасного суспільства, масову та індивідуальну свідомість населення, структуру влади, політичну діяльність громадян;
- сукупність людей (менеджерів), які професійно зайняті політичною діяльністю в сучасному ринковому демократичному суспільстві або ж мають реальні механізми впливу на формування політики завдяки наявності у них політичних, економічних, психологічних, організаційних та інших важелів влади;

- дисципліна, яка вивчає політичні, економічні, правові, психологічні аспекти й механізми управління політичною діяльністю в суспільстві;
- мистецтво політичного управління і регулювання, зміст якого полягає в розробленні, використанні, вдосконаленні відповідних методів, засобів, технологій та інших факторів впливу на політичні процеси і відносини [1, с. 612].

Загальні принципи менеджменту можна і потрібно застосовувати в політичній діяльності з урахуванням її специфічності.

Політичний менеджмент — це наука і мистецтво управління людськими ресурсами у сфері політичних процесів, у розрізі аналізу тенденцій політичного розвитку, передбачення його наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва та забезпечення їх реалізації в політичній практиці.

Залежно від характеру організації політичного менеджменту розрізняють державний менеджмент та менеджмент недержавної організації:

- 1) зовнішнім аспектом державного менеджменту є менеджмент державної політики, а внутрішнім – менеджмент державного адміністрування;
- 2) менеджмент недержавної організації, передусім політичної партії, включає зовнішній аспект – маркетинговий менеджмент, та внутрішній – корпоративний менеджмент.

Вирізняють також і менеджмент політичного рішення, який являється основою всіх видів менеджменту.

Політичний менеджмент в Україні — це поведінковий процес, спрямований на вироблення та реалізацію стратегії політичного суб'єкта (держави, партії, лідера) із врахуванням усіх змін, які відбуваються в політичній сфері.

Сутність політичного менеджменту полягає в безпосередньому розгляді, прийнятті та втіленні в практику політичних рішень. Займається цим спеціалізована група людей (політична та правляча еліти), яка хоче домогтися необхідної поведінки членів суспільства за допомогою правових норм, засобів заохочення, умовлянь, маніпуляцій [1, с. 613].

Політичний менеджмент як і в Україні, так і в інших країнах на меті має розв'язання таких завдань:

- 1) формулювання та сортування за ступенем першочерговості важливих довгострокових цілей, які відповідають вимогам політики та інтересам політичного суб'єкта;
- 2) оцінювання та критичний огляд гіпотез досягнення цілей, враховуючи зовнішні та внутрішні фактори середовища, в якому перебуває політичний суб'єкт;
- 3) вибір, прийняття, реалізація політичних рішень в умовах існуючої політичної системи та з адаптацією до змін;
- 4) контроль за правильним виконанням обраних політичних рішень.

Політичний менеджмент в Україні охоплює систему управління політичною сферою суспільства на основі використання методів і технологій правового менеджменту (законів, постанов, указів та інших нормативних актів) та політичного маркетингу (пошук, втілення, контроль рішень щодо політичного комплексу маркетингу з метою задоволення очікувань і потреб громадян). Він передбачає безпосередній розгляд, ухвалення та втілення в життя політичних рішень.

Політичний менеджмент як система управління політичними процесами включає:

- 1) маркетинговий підхід до формування політичного комплексу, тобто пошук, втілення, контроль рішень щодо політичного комплексу маркетингу з метою задоволення очікувань і потреб громадян;
- 2) маркетинговий підхід до аналізу політичного ринку;
- 3) формування відповідного іміджу «політичного товару», якими виступають організації, лідери, кандидати та їх програми;
- 4) політичне забезпечення бізнесу;
- 5) вивчення політичних і соціокультурних факторів;
- 6) зв'язок із громадськістю та професійне політичне лобіювання;
- 7) мистецтво роботи з людьми та організаціями, спираючись на моральні, етичні, естетичні цінності суспільства.

Політичний менеджмент – це зв'язок між розробленням та реалізацією стратегії політичного суб'єкта.

Політичний менеджмент базується на процедурі прийняття політичного рішення. Політичне рішення в процесі формування проходить такі головні етапи:

- 1) аналіз конкретної ситуації, що потребує прийняття рішення;
- 2) розробка рішення (проекту, програми);
- 3) прийняття розробки рішення до виконання;
- 4) здійснення ухваленого рішення;
- 5) вивчення реальних наслідків здійснення рішення і можливості підсилення його позитивних наслідків [2,с.291].

Необхідними умовами прийняття правильного політичного рішення, і в Україні в тому числі, є проінформованість, знання громадської думки, компетентність. Зміст самого рішення залежить від суб'єктів влади, засобів масової інформації.

Також процедура прийняття політичного рішення залежить і від характеру політичного режиму.

Авторитарні та тоталітарні режими мають особливі правила прийняття політичних рішень. Для цих режимів характерний закритий характер прийняття політичних рішень, коли рішення приймає обмежене коло осіб, без всебічного аналізу різноманітної інформації, кулуарно, без обговорення з політичною опозицією, без урахування громадської думки.

Демократичні політичні режими мають чітко визначені процедурні правила прийняття політичних рішень. Вони зафіксовані в законах та нормах, зі сталою традицією публічних дебатів, з урахуванням громадської думки.

Хоча формально Україна є демократичною країною, і рішення політичні мали б прийматися відповідним до даного політичного режиму чином, проте фактичний реальний стан більше нагадує закритий характер прийняття політичних рішень, коли рішення приймає обмежене коло осіб, кулуарно, з видимістю сприйняття громадської думки, але без її реального врахування.

Залежно від характеру змін в поведінці політичного суб'єкта розрізняють такі моделі політичного менеджменту:

- 1) реакційна;
- 2) активна;
- 3) пасивна.

Реакційна модель характеризується застосуванням методів менеджменту в умовах динамічних змін. А в умовах стабільності зовнішнього середовища – прагнення до мінімізації стратегічних змін. Проте реакційне керівництво жодним чином не має бути пасивним, а може бути енергійним, агресивним, ефективним.

Активна модель характеризує прийняття політичних рішень на основі чітких прогнозів майбутніх тенденцій, можливостей та загроз середовища. Ця модель політичного менеджменту найкраще діятиме в умовах середовища, що постійно розвивається.

Пасивна модель вирізняється зайняттям суб'єктом політичного менеджменту очікувальної позиції. Її застосовують в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Сучасна політологія виокремлює такі види політичного менеджменту:

- 1) менеджмент виборчої кампанії;
- 2) менеджмент владної команди.

Процес управління може розглядатися на різних рівнях управлінської ієрархії: загальнодержавному, регіональному, місцевому, галузевому.

Менеджмент виборчої кампанії — процес організації і проведення виборчої кампанії політичного лідера (президента держави чи депутата законодавчого органу). Є надзвичайно складним, адже потребує значних матеріальних і фінансових ресурсів, відповідного політичного й інтелектуального потенціалу кандидата, добре організованої команди професіоналів, що досконало володіють усіма технологіями політичного менеджменту.

Принципове питання, яке має вирішити кандидат, — це формування дієвої команди. Особливу увагу слід звернути на розподіл функцій усередині команди: на тих, хто готує матеріали для кандидата безпосередньо, і тих, хто опікується поточними організаційними проблемами. Досвід показує, що загалом найближче оточення кандидата за кількістю осіб має не перевищувати відоме «психологічне число» 7 плюс-мінус 2 особи. Існують такі стратегії менеджменту виборчої кампанії:

- 1) декларування належності до певної політичної партії, передвиборного блоку владної структури, які здобули популярність на території округу;
- 2) створення міжособистісного контрасту (метод суто психологічний і побудований на порівнянні кандидатів, їхніх особистісних характеристик, професійних рис, віку, зовнішності, статі, освіти);
- 3) створення ідеологічного контрасту (наприклад консервативна філософія проти ліберальної, комунізм проти антикомунізму);
- 4) ставка на проблему, яка є надзвичайно актуальною для певного округу чи регіону;
- 5) формування позитивного іміджу кандидата: йдеться, зокрема, про такі риси, як чесність, увага до інтересів людей, уміння усвідомити себе лідером, поєднання слів і справ, життєвий досвід, відносна молодість;
- 6) створення негативного іміджу опонента: не варто атакувати сильні сторони програми та іміджу опонента, слід знаходити його вразливі риси (непрофесійність, необов'язковість у ділових стосунках);
- 7) утворення передвиборних коаліцій: встановлення контактів із впливовими лідерами, політичними структурами, які формують у виборчому окрузі громадську думку;
- 8) ставка на владні суспільно-політичні структури та засоби масової інформації [3,с.360].

Зазначені напрями стратегії і відповідні їм тактики виборчої кампанії мають використовуватися творчо, з урахуванням реальної ситуації, а також дій команд конкурентів.

Менеджмент владної команди — процес організації діяльності діючого політичного лідера. Одним із найвагоміших у цьому контексті є легітимність влади. Термін «легітимність» увів у науковий обіг відомий німецький мислитель Макс Вебер для того, щоб назвати ним фактичний соціальний лад, який громадяни «узаконюють», визнають і підтверджують.

Відповідно до класичної теорії Макса Вебера, авторитет влади може ґрунтуватися на таких трьох різних джерелах:

- 1) силі традицій, звичаїв, відповідних культурних і релігійних засад;
- 2) вірі в законність, раціональність відпрацьованих правил і вірі в тих, хто володіє авторитетом, відповідно до цих правил;
- 3) вірі у винятковість лідера, наділення його особливими, моральними, емоційними, інколи й надприродними здібностями (харизмою).

Як відомо, монархічна традиція в Україні, перервана з часів Київської Русі, не набула потім сталого розвитку. Сильних харизматичних особистостей в Україні, що прагнуть до влади, немає. Отже, залишається тільки раціональна легітимність, тобто віра в законність обраної влади і в те, що ця влада спроможна розв'язати ті надзвичайно складні політичні, економічні, соціальні проблеми, з якими нині зіткнулось українське суспільство.

Етапи менеджменту владної команди:

- 1) формування та організація роботи панівної команди;
- 2) інформаційне забезпечення роботи владної команди. Збирання, опрацювання та інтерпретація інформації — найважливіший етап, оскільки від вірогідності інформації залежить оптимальний варіант ухвалених рішень, а отже й ефективність управління;
- 3) вибір моделі та технологій ухвалення урядових рішень;
- 4) зв'язки з громадськістю [3,с.380].

У сучасному політичному процесі значення політичного менеджменту постійно зростає. Саме це є причиною його розгалуження та професіоналізації. На сьогоднішній день виокремлюють такі основні види політичного менеджменту:

- 1) іміджмейкінг;
- 2) політичний брендинг;
- 3) виборчі (електоральні) технології;
- 4) технології політичних союзів;
- 5) менеджмент політичних конфліктів;
- 6) політичне лобювання.

Іміджмейкінг (індивідуальний чи корпоративний) як вид політичного менеджменту — це створення образу, іміджу державного, політичного діяча та управління ним з певною метою. Політолог зосереджує зусилля на формуванні образу конкретного політика, створюючи доброзичливе ставлення до нього широких верств населення.

Політичний брендинг — формування бренду та управління ним — полягає у ефективному донесенні до масової свідомості символів, значень, образів, з високим ступенем їхнього впізнання, здатних відповідно до цілей суб'єкта політико-технологічного управління згуртувати, об'єднувати людей або, навпаки, роз'єднувати їх на конкуруючі групи.

Вибірчі (електоральні) технології — це системна діяльність, організування передвиборчої кампанії.

Технології політичних союзів — це управлінська діяльність, метою якої є розв'язання поставлених завдань за тісної участі політичних союзників та опонентів.

Менеджмент політичних конфліктів — пошук шляхів і засобів зниження політичного протистояння і політичної напруженості в суспільстві, пошук точок дотику у поглядах політичних опонентів.

Політичне лобіювання — цілеспрямована діяльність з метою впливу на владу (уряд, парламент) для ухвалення певного нормативно правового акта або рішення [4,с.14].

Види політичного менеджменту можуть різнитися за цілями, які ставить перед собою суб'єкт(соціальні групи, суспільно-політичні організації, рухи, інститути). Однак цей поділ політичного менеджменту є досить умовним. На практиці один і той самий суб'єкт вирішує різні проблеми одночасно. Наприклад, створює впізнаваний, зрозумілий населенню образ політичної організації і одночасно формує імідж сильного, компетентного політичного суб'єкта – лідера.

Крім того, виокремлення видів діяльності дало підставу для класифікації політичного менеджменту за професійною ознакою на:

- 1) аналітичне забезпечення політичних кампаній;
- 2) політичне рекламування;
- 3) інформаційне забезпечення політичної діяльності (політичний PR);
- 4) іміджмейкінг як роботу консультантів з політиком з метою корекції його поведінки;
- 5) спічрайтінг — написання текстів виступів для політика, організація і проведення масових політичних акцій;
- 6) нові професії :  
нюзмейкер (творець подій, новин чи інформаційних приводів);  
спін-доктор (організатор пропагандистської кампанії, спрямованої на зниження ролі негативної для політичного діяча інформації).

Актуальною проблемою для сучасної України є становлення вітчизняного парламентаризму, запровадження умов парламентської демократії (традицій дебатів, цивілізованої опозиції, дозволеного законами лобізму, політичної культури протистояння), боротьба з порушеннями політичної етики, корупції, протидія нехтуванню законів і норм моралі.

За умов політичного суперництва, коли пропозиція перевищує попит (багато партій претендують на владу), шляхом до правильної організації політичної діяльності і формою здійснення політичного управління стає політичний менеджмент.

Підвищення інтересу до політичного менеджменту обумовлено утвердженням цінностей і принципів правової держави, відходом від силового подолання проблем у сфері політичних владних відносин, виведенням на перше місце ідеологічного і політичного плюралізму, поваги до прав меншості, свободи опозиції, толерантності. Збільшення ефективності політичного менеджменту, в т. ч. і державного управління має базуватися на основі засобів, які забезпечують виконання прийнятих рішень без репресивних інструментів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кирилюк Ф.М. Політологія [навч. посібник] / Ф.М. Кирилюк, М.І. Обушний, М.І. Хилько – К.: Здоров'я, 2004. – 776 с.
2. Брегеда А. Ю. Основи політології [навч. посібник] / А. Ю. Брегеда – К.: КНЕУ, 2000. – 312 с.
3. Бебик В. М. Політологія для політика і громадянина: [монографія] / В. М.Бебик — К:МАУП, 2003. – 424 с.

4. Шульга М. А. Політичний менеджмент навчальний посібник : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / М. А.Шульга, О. А. Зубчик – К. : Академвидав, Альма-матер, 2013. – 157с.

**Ревенко Вероніка Сергіївна** — студентка групи МОф-12, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [nika.vesna2012@yandex.ua](mailto:nika.vesna2012@yandex.ua).

Науковий керівник: **Корнієнко Валерій Олександрович** — кандидат історичних наук, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри суспільно-політичних наук, академік Української Академії політичних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

**Revenko Veronica S.** - student group F-12, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [nika.vesna2012@yandex.ua](mailto:nika.vesna2012@yandex.ua).

Supervisor: **Kornienko Valery O.** - Ph.D., Doctor of Political Sciences, professor, head of social and political sciences, academician of the Ukrainian Academy of Political Science, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.