

TRĂSĂTURILE, COMPONENTELE ȘI ETAPELE ELABORĂRII STRATEGIEI POLITICE

Anatolie POPOVICI

Catedra Științe Politice și Educație Civică

In the article the author tells us about the strategy of the political parties. The subject developed by the author is actual through the place and role of political parties in electoral companies. For studying this subject the researcher used a large variety of literature, especially literature in English and Russian.

În conceperea și fundamentarea activităților partidelor un rol esențial îl au strategiile elaborate de către subiecții politici. Schimbării concepțiilor privind formațiunile politice, în general, și partidele, în special, i-a corespuns abordarea diferită a strategiei. Primii care au punctat importanța deosebită a strategiei, în ordine cronologică, au fost: Alfred Chandler, Kenneth Andrews, Igor Ansoff, G.Hofer, D.Schendel, Brian Quinn, Henry Mintzberg și Michael Porter. Cele mai recente definiții ale strategiei sunt prezentate de către cercetătorul ucrainean Gheorghii Poceptov astfel:

- ✓ strategia ca o percepție, prin care desemnează un curs prestabilit de acțiune, pentru a soluționa o situație;
- ✓ strategia ca o schiță sau un proiect ce constă într-o manevră menită să asigure depășirea unui contracandidat sau oponent;
- ✓ strategia ca un model ce stabilește o structură de acțiuni consistente în plan comportamental;
- ✓ strategia ca o poziționare a partidului ce rezidă în mijloacele de identificare a locului pe care acesta îl are în mediu său, cel mai frecvent pe „piața politică”;
- ✓ strategia ca o perspectivă ce implică nu numai stabilirea unei poziții, dar și o anumită percepere a realității ce se reflectă în acțiunile sale, vizând societatea, tehnologiile electorale etc. [1].

O explicație a noțiunii de strategie o putem găsi în dicționarul politic, elaborat de Sergiu Tămaș. El susține că cuvântul „strategie” provine de la două cuvinte grecești: „*stratos*”, ceea ce în traducere înseamnă „armată” și „*agein*” ~ „a conduce”. Este un termen ce provine din practica militară, dar folosit și în alte domenii (politică, economie, management etc.) pentru a denumi modul de acțiune astfel încât să obții reușita într-o competiție în care se înfruntă două sau mai multe voințe, fiecare urmărind același țel, în condițiile în care nu pot câștiga toate părțile implicate. În acest sens, strategia este știința și arta utilizării forțelor politice, economice, psihologice și militare ale unui stat sau grup de state pentru a oferi suportul maxim și a asigura reușita politicilor adoptate pe timp de pace sau război. Strategia reprezintă întotdeauna un mijloc, scopurile fiind definite în domeniul politicii, operație ce pune în evidență filosofia forțelor ce dețin puterea. Strategia politică est planul de acțiune elaborat pentru reușita în competiția cu forțele de opoziție, pe calea obținerii maximumului posibil de suporteri în campaniile electorale sau în alt gen de campanii politice. De regulă, un plan strategic vizează următoarele aspecte: modul de acțiune, scopurile și obiectivele ce trebuie realizate, termenele de execuție, mijloacele și resursele ce se vor utiliza, principalele direcții de acțiune pe plan economic, tehnologic, social, legislativ. Orice strategie politică are în vedere folosirea oportunităților și constrângerilor oferite de mediul politic, resursele disponibile și reacțiile posibile ale opoziției politice. Strategia politică majoră (marea strategie) este o linie de acțiune „elaborată de forța politică ce deține puterea în stat, menită să promoveze interesele majore ale națiunii pe plan intern și, mai ales, pe plan internațional. Strategia majoră integrează politicile și forțele unei națiuni într-o concepție unitară care întrunește consensul național” [2].

După părerea autorului, prin strategie înțelegem ansamblul obiectivelor majore ale partidului pe termen lung, principalele modalități de realizare, împreună cu resursele alocate, în vederea obținerii avantajului competitiv potrivit misiunii propuse.

Trăsăturile definitorii și obligatorii ale strategiei care trebuie neapărat îndeplinite sunt:

- ✓ Strategia întotdeauna are în vedere în mod explicit și implicit realizarea unor scopuri bine precizate, specificate sub formă de misiune și obiective;
- ✓ Strategia vizează viitorul, viabilitatea partidului, cel mai des obiectivele fiind preconizate pentru un termen de 3-5 ani. De aici și gradul ridicat de risc și incertitudine ce-i este asociat cu toată gama consecințelor în procesul operaționalizării;

- ✓ Deseori sfera de cuprindere a strategiei este partidul în ansamblu sau unele componente importante ale acestuia;
- ✓ Conținutul strategiei se rezumă la elementele esențiale, concentrându-se asupra evoluțiilor majore ale partidului, indiferent că acestea reprezintă sau nu schimbări față de perioada anterioară;
- ✓ Strategia se bazează pe abordarea corelativă a partidului și a mediului în care el își desfășoară activitatea;
- ✓ Prin strategie se are în vedere prefigurarea unui comportament competitiv pentru partid pe termen lung, ținându-se cont atât de cultura lui, cât și de evoluțiile contextuale;
- ✓ Obținerea unei sinergii cât mai mari constituie întotdeauna scopul demersului de elaborare a strategiei;
- ✓ Prin modul cum este concepută strategia este necesar să se aibă în vedere și să favorizeze desfășurarea unui intens proces de învățare organizațională. Învățarea organizațională are în vedere capacitatea partidului sau a subiecților de a sesiza schimbările în mediul în care operează;
- ✓ La baza abordării strategiei se află principiul echifinalității. Potrivit acestuia, există mai multe modalități sau combinații de resurse și acțiuni prin care se poate asigura atingerea unui anumit obiectiv;
- ✓ Strategia este un rezultat al negocierii explicite sau implicite a subiecților. Se recomandă o negociere distributivă bazată pe descoperirea de multidimensiuni care să nu fie complet opuse;
- ✓ În partidele contemporane, chiar și în cele de mici dimensiuni, strategia are, de regulă, un caracter formalizat, îmbrăcând forma unui plan.

Deciziile strategice au unele caracteristici: ele se referă la activitățile partidului; se implică armonizarea activităților actorilor politici cu mediul; au în vedere sincronizarea activităților partidului cu potențialul resurselor; implică alocări și realocări majore de resurse; afectează deciziile operaționale, întrucât generează un lanț de decizii de importanță mai redusă și de activități operaționale privind utilizarea resurselor; sunt influențate nu numai de elementele contextuale și resursele disponibile, dar și de valorile și așteptările persoanelor care dețin puterea în cadrul formațiunii politice etc [3].

Strategiile de partid pot fi abordate din mai multe puncte de vedere:

1. După sfera de cuprindere, strategiile pot fi: globale și parțiale.
2. După gradul de participare a partidului la elaborarea strategiei: integrate și independente.
3. După dinamica principalelor obiective încorporate: de redresare, de consolidare și de dezvoltare.
4. După tipul obiectivelor și natura abordărilor: de restructurare, manageriale.
5. După atitudinea față de societate: inovaționale, ofensive, de specializare, de diversificare, organizatorice și informaționale.

Politologii americani M.J. Hinich și M.C. Munger au cercetat componentele strategiei. Ei au constatat că componentele strategiei rezultă din modul de definire a conceptului de strategie, care sunt:

- ✓ Domeniul abordat ce se referă la interacțiunile prezente și viitoare ale partidului cu mediul.
- ✓ Desfășurarea resurselor care are în vedere nivelul și structura resurselor partidului, precum și perfecționarea abilităților ce contribuie la realizarea obiectivelor și scopurilor.
- ✓ Avantajul competitiv ce vizează poziția unică pe care o formațiune politică o dezvoltă în raport cu concurenții săi prin structurile evoluției resurselor și deciziile privind domeniul abordat.
- ✓ Sinergia, definită ca efectele sintetice ce se așteaptă ca urmare a implementării deciziilor și utilizării resurselor partidului [4].

Analizând componentele strategiei propuse de Hinich și Munger putem concluziona că componentele majore ale strategiei sunt: misiunea, obiectivele fundamentale, opțiunile strategice, resursele, termenele și avantajul competitiv. Misiunea partidului constă în enunțarea cuprinzătoare a scopurilor fundamentale și a concepției privind evoluția și desfășurarea activităților partidului, prin care se diferențiază de partide similare și din care decurge sfera sau domeniul de activitate.

Potrivit cercetătorilor J.Budge, D.Robertson și D.Hearl, misiunea descrie produsul partidului, electorala, domeniile tehnologice prioritare într-un asemenea mod încât să reflecte valorile și prioritățile decidenților strategiei din partid [5].

Prin obiective fundamentale se desemnează acele obiective care au în vedere orizonturi îndelungate (de regulă, 4-8 ani) și care se referă la ansamblul de activități ale partidului sau la componentele majore ale acestora. Obiectivele fundamentale pot fi clasificate din punctul de vedere al conținutului și în funcție de modul de exprimare. Din punctul de vedere al conținutului, obiectivele fundamentale se divizează în două categorii: politice și sociale. Cele politice sintetizează și cuantifică scopurile avute în vedere pe termen lung, iar cele

sociale sunt mai puțin frecvente în strategiile partidelor, dar cu tendința de creștere rapidă în ultimul deceniu, mai ales pentru partidele de dimensiuni mari și mijlocii. După modul de exprimare avem obiective strategice cuantificabile și necuantificabile, adică continue și discontinue.

Opțiunile strategice definesc abordările majore, cu implicații asupra conținutului unei părți apreciabile dintre activitățile partidului, pe baza cărora se stabilește cum este posibilă îndeplinirea rațională a obiectivelor strategice. În literatura de specialitate, pentru modalitățile strategice se mai utilizează și termenul „vector de creștere” al partidului, întrucât indică direcția în care evoluează. Adesea, managementul partidului este pus în situația să combine mai multe opțiuni strategice. Pentru a facilita alegeri raționale se apelează tot mai frecvent la utilizarea matricelor [6].

În strategii, resursele sunt prevăzute sub forma fondurilor circulante și a celor pentru investiții. Prima categorie de fonduri asigură resursele necesare desfășurării activităților curente. Este foarte importantă dimensionarea lor rațională din punct de vedere politico-economic. Fondurile de investiții sunt cele prin care se asigură suportul financiar principal, necesar operaționalizării opțiunilor strategice. Aspectul major avut în vedere se referă la stabilirea mărimii acestora, în funcție de necesitățile impuse de fiecare opțiune strategică și de posibilitățile de alocare. În condițiile creșterii intensității activităților economice, determinate de progresele tehnice substanțiale, caracteristice ultimelor decenii, mărimea resurselor necesare partidelor se amplifică substanțial. Toate acestea pledează pentru o rigurozitate crescută în dimensionarea și structurarea resurselor, pe baza unor analize financiare și manageriale deosebit de complexe și minuțioase.

Termenele strategice delimitează perioada de operaționalizare a strategiei, precizând, de regulă, momentul declanșării și finalizării opțiunilor strategice majore. Creșterea ritmului de desfășurare a activităților, în special de înnoire a tehnologiilor și echipamentelor, suportul tehnic al oricărei strategii conferă perioadelor și termenelor de operaționalizare a strategiei o importanță aparte. Obținerea avantajului competitiv scontat se asigură numai prin încadrarea în perioadele de pregătire și operaționalizare a operațiunilor strategice determinate riguros, în funcție de evoluțiile contextuale și, în special, de acțiunile și rezultatele anticipate ale concurenților. De o foarte mare utilitate se dovedește apelarea la tehnici de actualizare, care dau o mai mare siguranță în ceea ce privește raționalitatea politică a termenelor prevăzute atât pentru strategie în ansamblu, cât și pentru opțiunile strategice încorporate. În acest context, o atenție majoră trebuie acordată sincronizării termenelor stabilite pentru opțiunile strategice și membrilor partidului, ținându-se cont de particularitățile și evoluțiile specifice precedentelor componente ale strategiei [7].

Prin avantajul competitiv desemnăm realizarea de către un partid sau formațiune politică a unor servicii superioare dintr-un punct de vedere semnificativ pentru alegători, comparativ cu ofertele similare ale majorității concurenților. O altă precizare are în vedere obținerea efectivă a avantajului competitiv. Generic, sursa poate fi una singură – inovare – firește, în sensul cel mai larg al noțiunii, inovarea se poate referi la înnoirea tehnologiei, echipamentelor, președintelui, managementului politic, finanțării, personalului, informațiilor etc. De fapt, prin operațiunea strategică se prevede tocmai modalitatea de inovare, prin care se realizează avantajul competitiv.

Putem concluziona că avantajul competitiv este componenta invizibilă cu caracter sintetic a strategiei, cea care conferă în ultimă instanță viabilitatea și competitivitatea partidului pe termen lung.

Cercetătorii americani N.W. Polsby și A.B. Wildavsky au analizat etapele de elaborare a strategiei partidului. Ei susțin că în procesul de elaborare a unei strategii se parcurg următoarele etape:

1. Formularea misiunii partidului.
2. Precizarea obiectivelor fundamentale (strategice).
3. Stabilirea modalităților (opțiunilor) strategice.
4. Dimensionarea resurselor necesare.
5. Fixarea termenelor inițiale și finale de realizarea a obiectivelor.
6. Stabilirea avantajului competitiv.
7. Articulația strategiei globale.
8. Stabilirea strategiilor pe domenii (strategii parțiale).
9. Formularea politicii globale și a politicilor parțiale ale partidului [8].

Punctul de plecare în elaborarea strategiei partidului trebuie să-l constituie definirea cât mai exactă a misiunii acestuia, axată pe explicarea detaliată a raporturilor dintre management politic, membri și context. Misiunea unui partid urmărește asigurarea consensului în ceea ce privește obiectivele prevăzute, în contextul conceperii și promovării unor politici adecvate de utilizare a resurselor.

Obiectivele strategice reprezintă exprimările cantitative ori calitative ale scopului pentru care partidul sau formațiunea a fost înființată și funcționează.

Obiectivele fundamentale este necesar să întrunească anumite caracteristici definitorii:

- a) să fie realiste;
- b) să fie mobilizatoare;
- c) să fie comprehensibile.

Modalități sau opțiuni strategice de realizare sunt: acapararea puterii, restructurarea, specializarea ideologiei, cooperarea în grup, informatizarea. În determinarea mărimii și a resurselor ce urmează a fi angajate o importanță deosebită are dimensionarea fondurilor de investiții și a mijloacelor circulante, apelându-se la indicatori specifici atât cantitativi, cât și calitativi. Concomitent, se precizează sursele de finanțare. Importantă este în acest perimetru precizarea atât a unor termene intermediare, de etapă, cât și a celor finale, în cadrul unor intervale specifice strategiei, în funcție de natura, complexitatea și dificultatea obiectivelor asumate, de natura și complexitatea opțiunilor strategice, precum și de volumul și modul de asigurare a resurselor angajate. Valoarea pragmatică a unei strategii rezidă, în esență, în proiectarea realistă a obținerii de avantaj competitiv. Obținerea avantajului se realizează prin acționarea asupra tuturor elementelor pe care o alcătuiesc [9].

Cuplarea componentelor mai sus prezentate permite precizarea configurației de ansamblu a strategiei globale, referitoare la partid în ansamblul său. Strategia globală constituie fundamentul strategiilor parțiale, referitoare la unele domenii specifice, la nivelul cărora obiectivele, opțiunile strategice și resursele ce urmează a fi angajate au dimensiuni mai reduse.

Elaborarea de politici globale și parțiale are la bază strategiile partidului – globală și parțială – și se derulează conform unui scenariu structurat în următoarele faze mai importante:

- ✓ precizarea obiectivelor pe termen mediu;
- ✓ determinarea volumului și structurii resurselor necesare pentru realizarea obiectivelor;
- ✓ precizarea acțiunilor, a modalităților de realizare a obiectivelor, prin detalierea componentelor strategice și a consultării responsabililor de principalele subdiviziuni organizatorice;
- ✓ ierarhizarea acțiunilor stabilite în funcție de necesitățile partidului, de particularitățile efective de realizare;
- ✓ stabilirea responsabililor cu implementarea lor;
- ✓ precizarea termenelor de realizare a fiecărei acțiuni;
- ✓ definitivarea și aprobarea politicii sub formă de plan sau program de către organele de conducere ale partidului;
- ✓ repartizarea acțiunilor pe membri și înștiințarea acestora, oral și în scris, asupra sarcinilor, competențelor și responsabilităților ce le revin [10].

În concluzie putem menționa că strategia este o parte componentă a succesului de diferit nivel de dificultate, îndeosebi a activității legate de lucrul cu publicul și a coordonării diferitelor structuri de stat. Actualmente, nici o activitate în lume nu poate exista fără strategie. Statele dezvoltate își aduc aportul cu diferite resurse în elaborarea strategiilor primind, respectiv, unele prerogative suplimentare, deoarece acționează în scopuri de profit propriu. Statele slab dezvoltate plutesc în oceanul „așteptărilor”, unde rareori se mai întâlnește o insulă a succesului. Strategia se elaborează atât în lumea reală, cât și în cea virtuală. Rolul lumii virtuale în prezent crește considerabil. De aceea, are loc o creștere considerabilă a numărului de specialiști pentru care lumea virtuală este sfera intereselor profesionale proprii. Strategia permite de a ține sub control anumite scopuri, care necesită o susținere anumită și cu resurse diferite. Asemenea mișcare perpetuă și consolidată de strategie este cea mai optimală. În caz contrar, statul va nimeri într-un viitor „străin”.

Referințe:

1. Почепцов Г.Г. Стратегия. - Москва: Рефл-бук, 2005, с.9-24.
2. Tămaș S. Dicționar Politic. Instituțiile democrației și cultura civică. - București: Casa de editură și presă „ȘANSA” SRL, 1996, p.240.
3. Сморгунув Л. Сравнительная политология: Теория и методология измерения демократии. - СПб.: Изд-во С.Петербургского университета, 1999.
4. Hinich M.J., Munger M.C. Ideology and Theory of Political Choice. - Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1994.

5. Budge J., Robertson D., Hearl D. Ideology, Strategy and Party Change: Spatial Analyses of Post-war Election Programmes in 19 Democracies. - Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
6. Исаев В.В. Организация работы команды проекта. Психология, стратегия, тактика. - Санкт-Петербург, 2006. - 368 с.
7. Кох Р. Стратегия. - Москва: Эксмо, 2007. - 224 с.
8. Polsby N.W., Wildavsky A.B. Strategies of American Electoral Politics: Presidential Elections. - New York: Charles Scribner's sons. 3 ed., 1971.
9. Шеллинг Т. Стратегия конфликта. - Москва: ИРИСЭН, 2007. - 376 с.
10. Почепцов Г.Г. Стратегический анализ. - Киев, 2004. - 334 с.

Prezentat la 11.10.2007