

## ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>  
№ 4 (12) 2017 [http://cs.journal-mirbis.ru/-/wF9hjEyre7C2vJ88lh1pw/sv/document/78/d5/56/521295/226/4\\_2017\\_VM.pdf?1517909660](http://cs.journal-mirbis.ru/-/wF9hjEyre7C2vJ88lh1pw/sv/document/78/d5/56/521295/226/4_2017_VM.pdf?1517909660)  
URL статьи: [http://cs.journal-mirbis.ru/-/wF9hjEyre7C2vJ88lh1pw/sv/document/78/d5/56/521295/226/4\\_2017\\_VM.pdf?1517909660#page=73](http://cs.journal-mirbis.ru/-/wF9hjEyre7C2vJ88lh1pw/sv/document/78/d5/56/521295/226/4_2017_VM.pdf?1517909660#page=73)

Статья получена: 20.12.2017

**Ссылка для цитирования этой статьи:** Киселев В.Д. Конкурентные выборы главы региона [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. № 4 (12). – Библиогр.: с. 84 (6 назв.). – URL: [http://cs.journal-mirbis.ru/-/wF9hjEyre7C2vJ88lh1pw/sv/document/78/d5/56/521295/226/4\\_2017\\_VM.pdf?1517909660#page=73](http://cs.journal-mirbis.ru/-/wF9hjEyre7C2vJ88lh1pw/sv/document/78/d5/56/521295/226/4_2017_VM.pdf?1517909660#page=73) (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 342.843

*Владимир Киселев<sup>1</sup>*

### КОНКУРЕНТНЫЕ ВЫБОРЫ ГЛАВЫ РЕГИОНА

**Аннотация.** Предложенная для обсуждения ситуация отражает российскую практику проведения региональных выборов и проблематику, связанную с уклонением части избирателей от участия в голосовании на выборах. Образы территории области, кандидатов и политических партий – собирательные и отчасти фантазийные. Данный кейс [4-6] – учебно-исследовательский материал и может быть использован в рамках учебных дисциплин «Политология», «Избирательное право», «Политический PR» и «Политический коучинг». В кейсе рассматриваются вопросы выбора тактических решений проведения избирательной кампании кандидата от провластной партии на должность главы региона с учетом особенностей политической и социально-экономической ситуации в области.

**Ключевые слова:** выборы, Единый день голосования, явка избирателей, электоральная активность, абсентеизм.

<sup>1</sup> **Киселев Владимир Дмитриевич** – доктор делового администрирования, преподаватель МИРБИС (109147, Российская Федерация, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп.7); преподаватель Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; член Гильдии маркетологов; член АМБА. Москва, Россия. E-mail: [f1f2f3f4@rambler.ru](mailto:f1f2f3f4@rambler.ru)

*"Только способность голосовать составляет квалификацию гражданина"*  
*Иммануил Кант (1724–1804), немецкий философ*

#### Теоретическая часть. Факторы, влияющие на результаты выборов

На рисунке 1 приведен типовой пример экспертной оценки штабом кандидата степени выраженности (влиятельности) факторов в субъекте федерации.

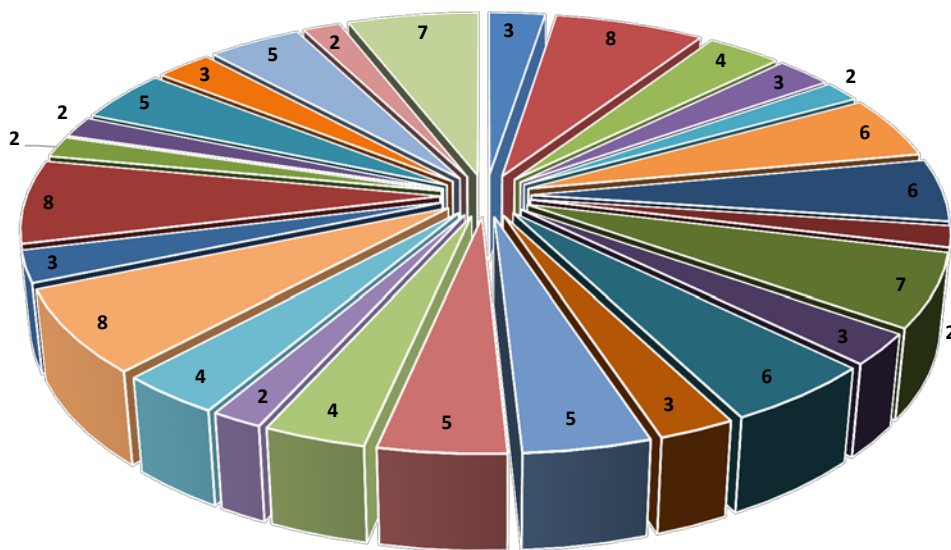
Организация и проведение выборов любого уровня, в частности региональных, задача весьма сложная и многопараметрическая, не всегда прозрачная. Она обладает высоким уровнем неопределенности по многим ключевым факторам. Оценка дана грубая количественная, но за ней стоит глубокая качественная проработка каждого фактора. Некоторые факторы могут не поддаваться количественной оценке.

#### Внутренняя среда. Объект исследования

Александр, руководитель и главный технолог избирательного штаба на выборах высшего должностного лица (руководителя высшего исполнительного органа государственной власти) небольшого субъекта Российской Федерации – Реченской области. Возраст – 36 год, не женат. Родился в Леоновске, учился в Москве. Имеет юридическое образование. Несмотря на возраст, имеет опыт участия в двух федеральных избирательных кампаниях в качестве рядового технолога, а также опыт государственной гражданской службы. Ориентирован на карьеру, амбициозен. Патриот.

В Реченской области работает по договору до окончания избирательной кампании. Неглубоко погружен в экономические и социальные проблемы субъекта, вместе с тем отлично разбирается в законодательстве и за счет личных связей на федеральном уровне обладает информацией о глобальных тенденциях построения и задачах избирательных кампаний на предстоящий Единый день голосования.

Суть бизнес-модели для начальника штаба (за счёт чего происходит ресурсное приращение): Если Александр справится с работой его ждет солидное финансовое вознаграждение, но, главное, в перспективе – возвращение на государственную гражданскую службу в высокой должности, а также возможность участия в работе штаба на выборах федерального уровня в более высоком статусе, нежели раньше.



- GR федеральный
- Губернатор
- Региональные элиты и их консолидированность
- Имиджи и бренды региона
- Рейтинги и социологические центры
- Динамика экономического развития региона
- Партии в регионе
- Инвестиции в регион
- ФСБ
- Силовики
- МВД и наличие "зон"
- "Серые" элиты
- Благополучие и лояльность граждан
- Экологическое благополучие в регионе
- Социальная активность граждан
- Конфессии
- Диаспоры
- СМИиК (региональные и федеральные)
- Протестные настроения и акции
- Команда кандидата
- Предыдущая избирательная история
- "Великие выходцы" из региона
- Лидеры общественного мнения
- Избирательный комитет
- Крупные корпорации и их лобби
- Средний и малый бизнес
- Региональные экспертные сообщества

**Рис. 1** – Пример. Экспертная оценка степени выраженности (влиятельности факторов в регионе страны от **1** (слабо выражен) до **10** (сильно выражен)

Таблица 1 – Продуктовая матрица для начальника штаба

Основные виды проектной деятельности начальника штаба	ЦА или ЦС <sup>1</sup>	Продукты	
		Товар	Услуга
Организация работы штаба	2	3	4
Создание избираемого имиджа для Кандидата А	5	6	7
Работа с Кандидатом А	8	9	10
Работа со стейкхолдерами в регионе	11	12	13

Примечания к таблице 1:

1 ЦА или ЦС – целевая аудитория или целевой сегмент, для которых осуществляется данная деятельность.

2 ЦА – заказчик, кандидат, инвестор, сотрудники штаба.

3 Результат. Простроенный механизм работы сотрудников штаба.

4 Процесс доводки организационного механизма функционирования штаба до совершенства.

5 ЦС – неопределившиеся избиратели; ЦА – кандидат и его команда, идеолог, коммуникаторы (штаба).

6 Результат. Простроенный и адекватный запросам избирателей имидж кандидата (и его команды).

7 Процесс. Услуги, оказанные кандидату, процессе построения и доводки его имиджа для избирателей.

8 ЦА – кандидат.

9 Результат. Четко отработанные кандидатом системное понимание, устойчивые навыки и адекватные установки своего поведения во время и избирательной компании.

10 Процесс. Политический консалтинг и политический коучинг.

11 ЦС и ЦА – основные стейкхолдеры в регионе.

12 Результат. Решения о начале действий, принятые стейкхолдерами на благо кандидата.

13 Процесс провоцирования благоприятных для кандидата решений и действий со стороны стейкхолдеров.

**Внешняя среда. Ситуация (сложившаяся система отношений)**

Субъект федерации – аграрная Реченская область, имеет славное военное прошлое.

ВрИО главы региона (кандидат А), выдвигается от провластной партии «А», самой крупной с точки зрения численности и представительства в органах публичной власти. Традиционно в среднем набирает на выборах около 50 процентов голосов в данном регионе. Граждане, поддерживающие партию «А» – это средний класс региона, бюджетники, государственные и муниципальные служащие, военнослужащие. Кандидату А – 47 лет, выходец из силовых структур, имеет управленческий опыт в должности заместителя руководителя федерального органа исполнительной власти. Назначение на должность ВрИО демонстрирует его поддержку Главой государства, однако для Реченской области он является "варягом". Обладает хорошими организаторскими и лидерскими качествами. Нуждается в прокачке навыка публичных выступлений.

Таблица 2 – Оппозиционные партии, их кандидаты и электорат

Оппозиционная партия	Кандидат, выдвигающийся от оппозиционной партии	Граждане, поддерживающие партию
<b>Партия «Б»</b> Оппозиционная партия левого толка, отстаивающая интересы трудящихся, является преемником действовавшей некогда единственной партии. Имеет широкую поддержку населения. Получает на выборах около 20 процентов голосов в данном регионе.	<b>Кандидат Б</b> , 58 лет, председатель Комитета в Законодательном Собрании Реченской области. Узнаваемый в регионе политический деятель, не обладающий яркой индивидуальностью, однако пользующийся большой популярностью у населения региона за счет политической платформы партии «Б».	Представители старшего поколения, работники предприятий, часть жителей села, представители иных социальных групп.
<b>Партия «В»</b> Оппозиционная партия левого толка, имеющая схожую с партией «Б» программу, однако проявляющая себя как более лояльная к действующей власти. Набирает на выборах около 6 процентов голосов в данном регионе.	<b>Кандидат В</b> , 45 лет, депутат палаты федерального парламента, избранный от Реченской области. Детские и студенческие годы провел в Реченске. Не горит желанием покидать должность на федеральном уровне, вместе с тем подчинится решению партии в случае необходимости.	Граждане, недовольные по различным причинам партией «Б», однако разделяющие взгляды на схожую политическую программу.

Оппозиционная партия	Кандидат, выдвигающийся от оппозиционной партии	Граждане, поддерживающие партию
<p><b>Партия «Г»</b> Оппозиционная партия правого толка, традиционно поддерживаемая "прозападно" настроенными гражданами. Получает на выборах не более 3 процентов голосов в данном регионе.</p>	<p><b>Кандидат Г</b>, 37 лет, депутат Реченской городской Думы, получивший мандат в качестве самовыдвиженца. Скандальный персонаж, позиционирующий себя как жесткий антагонист власти в регионе. Аккумулирует вокруг себя протестно настроенных граждан. На выборы Главы региона готов пойти от партии «Г», чтобы не собирать подписи в поддержку выдвижения.</p>	<p>"Прозападно" настроенная интеллигенция, часть молодежи. <b>Граждане, поддерживающие иные политические партии</b> Представители различных социальных групп. <b>Аполитичные граждане</b> Молодежь, жители села, представители различных социальных групп.</p>

В сентябре состоится Единый день голосования (далее - ЕДГ), в рамках которого будут проходить первые более чем за 10 лет выборы высшего должностного лица Реченской области. Предыдущий Глава региона с учетом действовавшего на тот момент законодательства не избирался на прямых выборах, а был избран законодательным (представительным) органом государственной власти.

За время нахождения в должности предыдущий Глава не проявил высоких управленческих способностей. Во время его пребывания в должности окончательно пришли в упадок и были обанкрочены несколько крупных промышленных предприятия региона, в результате чего граждане трудоспособного возраста лишились работы. Удалось сохранить лишь предприятия оборонно-промышленного комплекса, которые сосредоточены в административном центре, благодаря их особой важности и значимости для обороноспособности страны.

Представители аграрного сектора экономики также не были довольны предыдущим Главой, поскольку в отличие от соседних регионов правительству области не удавалось получить финансовую поддержку из федерального центра на развитие сельского хозяйства.

В январе в связи с истечением срока полномочий главы региона, избранного законодательным (представительным) органом государственной власти, Глава государства издал указ о назначении временно исполняющего обязанности Главы региона до избрания нового Главы на выборах непосредственно населением.

На фоне экономических и социальных проблем в регионе сформировалось оппозиционное течение, возглавляемое одиозным лидером – кандидатом Г.

Кроме того, существенный процент электорально активных граждан концентрируется вокруг оппозиционной партии «Б», чья политическая платформа традиционно ассоциируется со стабильностью, привлекательной социальной программой и достижениями прошлого.

Ряд крупных региональных и значимых муниципальных СМИ не лояльны по отношению к власти и неподконтрольны ей.

Все указанные обстоятельства приобретают особое значение на фоне невысокой электоральной активности населения.

В настоящее время законодательством региона предусмотрено голосование по открепительным удостоверениям. С учетом последних изменений законодательства на федеральном уровне, имеется возможность актуализировать механизмы обеспечения реализации активного избирательного права граждан, которые будут находиться в ЕДГ вне мета своего жительства. В частности, имеется выбор между досрочным голосованием, открепительными удостоверениями или использованием нового механизма голосования избирателей по месту их фактического нахождения, детальный порядок которого регламентируется избирательной комиссией федерального уровня. Решение о внесении изменений законодательство должно быть принято и реализовано до начала избирательной кампании.

Высокий уровень абсентеизма в области может привести к недостаточно убедительной победе кандидата на предстоящих выборах главы региона. Основные причины: равнодушное отношение избирателей к участию в голосовании ("и без меня справятся"), недоверие к механизму определения результатов выборов ("все равно все подсчитают так, как им надо"), дачно-урожайный сезон ("мне не до выборов, у меня огород"). Средний показатель явки избирателей на избирательные участки на всех предыдущих выборах за последние пять лет не превышал 34%. Необходимо минимум в 1,5 раза повысить явку избирателей на предстоящих выборах главы региона.

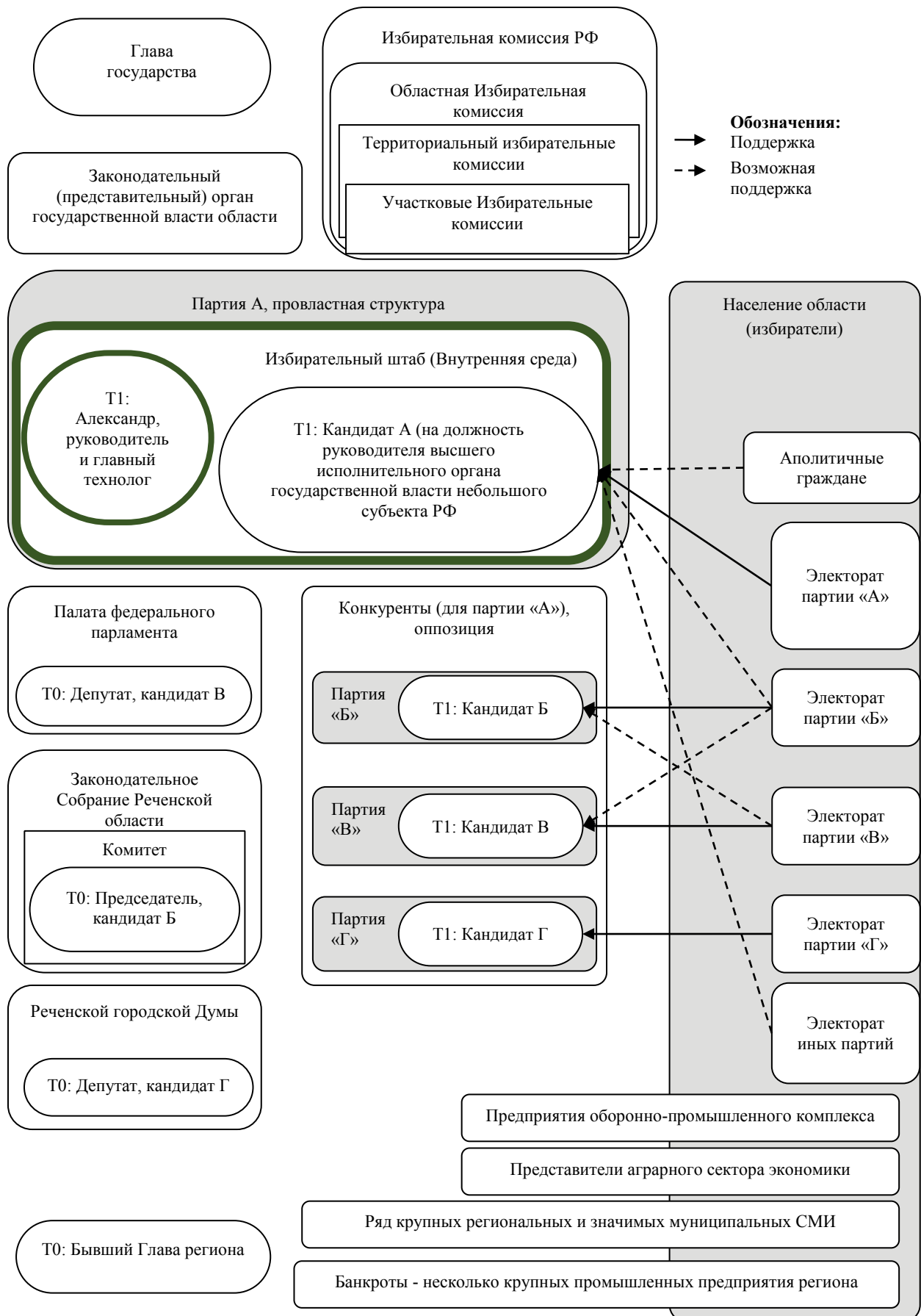


Рис. 2 – Схема ситуации для руководителя штаба (оценка электоральных групп – возможных источников поддержки или ослабления кандидатов в интересах кандидата А)

**Поле проблем (то чего нет или не получается, противоречие)**

- Невысокий авторитет региональной власти в глазах населения.
- Недоверие граждан к избирательной системе, откуда один из самых низких показателей явки избирателей на прошедших федеральных выборах, что явилось одним из факторов, спровоцировавших смену предыдущего главы региона.
- Выбранная проблема (для Александра).
- Низкая электоральная активность населения может привести к недостаточно убедительной победе кандидата А на предстоящих выборах главы региона, что неприемлемо.

**Поле задач (для Александра в рамках выбранной проблемы)**

- Получение максимально широкой поддержки со стороны избирателей новой команды ВрИО главы региона для проведения самостоятельной внутренней политики в регионе.
- Уверенная победа на предстоящих выборах ВрИО главы региона при условии проведения конкурентных, открытых, легитимных выборов.

**Выбранная задача**

- Победа ВрИО главы региона в первом туре (получение 50% +1 голос избирателя) при явке избирателей не менее 50% и отсутствии серьезных скандалов, вышедших на федеральный уровень.

**Список персонажей и групп персонажей:** Александр (глава штаба и главный технолог); ВрИО главы региона (кандидат А), выдвигающийся от партии «А»; кандидат Б, выдвигающийся от партии оппозиции «Б»; кандидат В, выдвигающийся от партии оппозиции «В»; кандидат Г, выдвигающийся от партии оппозиции «Г»; электорат партии «А»; электорат партии «Б»; электорат партии «В»; электорат партии «Г»; электорат иных политических партий; аполитичные граждане; руководитель предприятия оборонно-промышленного комплекса; представители аграрного сектора экономики; представители крупных региональных и значимых муниципальных СМИ; директор обанкротившегося крупного промышленного предприятия региона; бывший глава региона.

**Время и место, для которых предлагаются варианты решений:** январь, примерно за девять месяцев до Единого дня голосования, Реченская область.

**Варианты решений<sup>1</sup> персонажа, их риски и возможности, бюджеты и прогнозы****Первый блок решений – работа с кандидатами.**

**Решение 1.1. Масштабная привлекательная избирательная компания кандидата от партии «А».** Привлечение избирателей за счет актуальной предвыборной программы (интерес к идее), а также создания яркого харизматичного образа кандидата А (интерес к личности). Возможности: возможность привлечь внимание избирателей до начала избирательной кампании за счет деятельности в должности ВрИО. Создание эффекта вовлеченности избирателей в решение проблем региона ("Подскажите, какие первоочередные меры нужны для улучшения жизни регионе"). Харизматичный образ кандидата А позволит привлечь на выборы женскую часть электората. *Риски:* отсутствие быстрых результатов от первоочередных мер может негативно сказаться на рейтинге кандидата А. Яркий образ может вызвать отторжение у представителей некоторых групп населения (всем понравиться не получится). *Ресурсы:* существенные организационные и финансовые затраты на разработку стратегии развития региона, в дальнейшем – агитационной кампании. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два):* в случае успешной реализации позволит сохранять высокий уровень поддержки среди населения после избрания на должность. В случае неудачи – потребует новых подходов к повышению рейтинга избранного лица.

**Решение 1.2. Масштабная программа по дискредитации кандидата от партии «Б».** Кандидат от партии «Б» с учетом наличия на муниципальном уровне достаточного числа депутатов-представителей партии «Б» сможет преодолеть муниципальный фильтр и быть зарегистрированным в качестве кандидата. Широкая поддержка избирателей и известность в регионе делает его серьезным конкурентом на предстоящих выборах. В СМИ и в сети Интернет может быть развернута кампания по его дискредитации среди населения. *Возможности:* позволит снизить поддержку кандидата от партии «Б» среди населения. *Риски:* кандидат от партии «Б», сторонники партии «Б», а также иные избиратели будут понимать источник негатива, что может испортить имидж кандидата А. Резонанс от использования таких технологий обязательно достигнет федерального уровня, что поставит под сомнение чистоту всей избирательной кампании. *Ресурсы:* потребуются

1 Предложенные варианты решений, по сути, не более чем возможные адекватные внешним вызовам решения, снабженные наиболее вероятными рисками, допустимыми бюджетами и прогнозами последствий; следовательно, предложенные здесь и сейчас решения, не являются правильными или неправильными.

серьезные организационные и финансовые затраты на "черный" пиар. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: Испорченные отношения с партией «Б» могут иметь негативные последствия для дальнейшей деятельности кандидата А.

**Решение 1.3. Поддержка кандидата от партии «В».** Партия «В» не обладает достаточным уровнем поддержки для преодоления муниципального фильтра и сможет зарегистрировать своего кандидата только в случае организации оказания ему соответствующей поддержки на муниципальном уровне. *Возможности*: участие в выборах кандидата от партии «В» будет свидетельствовать о большей конкуренции на выборах, привлечет сторонников партии «В» к участию в голосовании, а также позволит оттянуть голоса избирателей от кандидата Б в пользу кандидата В из-за схожести предвыборных программ. *Риски*: голоса неопределившихся избирателей могут быть оттянуты на кандидата от партии «В». *Ресурсы*: организационные и временные затраты на работу с муниципальными депутатами. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: Организация содействия кандидату от партии В, позволит создать предпосылки для выстраивания конструктивного взаимодействия с партией В.

**Решение 1.4. Участие кандидата от партии «Г» в выборах.** Партия «Г» не представлена на муниципальном уровне. Для преодоления муниципального фильтра у кандидата не будет достаточного количества подписей муниципальных депутатов. Регистрация кандидата Г возможна только в случае оказания существенной поддержки в прохождении муниципального фильтра. *Возможности*: Участие в выборах кандидата от партии «Г» привлечет протестный электорат и повысит интерес к избирательной кампании. *Риски*: скандальная репутация кандидата Г создаст негативный информационный фон вокруг всей избирательной кампании, велика вероятность негатива на федеральном уровне, применения грязных технологий и провокаций. *Ресурсы*: организационные и временные затраты на работу с муниципальными депутатами. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: допуск кандидата от партии «Г» к выборам повлечет его укрепление как политической фигуры в регионе, повысит его популярность, может спровоцировать рост сторонников партии «Г».

#### **Второй блок решений – информационных.**

**Решение 2.1. Информирование с помощью печатной продукции и визуальных средств.** Информирование избирателей о дате, времени и месте проведения голосования, а также о важности участия в выборах с помощью: печатных приглашений на выборы, доставляемых избирателям по почте; баннеров на трассах с информацией о дате проведения выборов и важности принять в них участие (возможно привлечение уважаемых людей в регионе - от передовиков производства до любимых эстрадных артистов); информационных плакатов в районных центрах и административном центре субъекта. *Возможности*: охват широкой аудитории, нейтральность с точки зрения политических воззрений. *Риски*: могут быть слабо восприняты населением в силу традиционности. *Ресурсы*: существенные финансовые затраты на изготовление полиграфической продукции хорошего качества, а также использование организационных ресурсов. В случае привлечения знаменитостей не на основе личных связей также возможны затраты. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: Не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 2.2. Привлечение членов участковых избирательных комиссий (далее – УИК) к информационной работе за 30 дней до Единого дня голосования.** Подомовой обход избирателей. *Возможности*: подомовой обход населения позволит проинформировать всех граждан о предстоящих выборах, выявить мнение об участии или неучастии граждан в выборах, разъяснить необходимость участия. *Риски*: подомовой обход может создать условия, привлекательные для мошенников и иных криминальных элементов. *Ресурсы*: потребуются дополнительные расходы на оплату труда членов УИК. Потребуется выстраивание взаимодействия системы избирательных комиссий с правоохранительными органами, в том числе, вплоть до участковых уполномоченных полиции на местности. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 2.3. Использование Интернет-ресурсов, в том числе, социальных сетей, в целях информирования избирателей.** Активная работа с различными возрастными группами населения в различных социальных сетях, в том числе, с помощью креативных видеороликов о последствиях неучастия в голосовании. Размещение соответствующей информации на всех официальных сайтах государственных и муниципальных органов и организаций. Предложение государственным и муниципальным служащим, работникам государственных предприятий размещать на своих страницах в социальных сетях информацию о предстоящем ЕДГ. *Возможности*: использование некоторых методов будет выгодно отличаться оригинальностью, а массированное информационное воздействие на избирателя не только в реальной жизни, но и виртуальном пространстве прочно внедрит информацию о предстоящих выборах. *Риски*: невысокий процент избирателей среднего возраста, пользующихся интернетом, особенно в сельской местности. Возможно недоверие к сведениям, размещаемым в Интернете. *Ресурсы*: привлечение большого количества человеческих ресурсов для ведения активной кампании в социальных сетях. Оплата трафика. Дизайн элементов сайтов с информацией

о ЕДГ, разработка и создание креативных видеороликов. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 2.4. Размещение информационных материалов в торговых точках.** Договориться с крупными ритейлерами, прежде всего, с продавцами товаров сельскохозяйственного (далее – с/х) назначения, о размещении в точках сбыта информации о ЕДГ. *Возможности*: размещение соответствующей информации в среде с/х производителей позволит привлечь внимание к выборам населения, занятого на соответствующих работах. Причем с учетом сроков начала избирательной кампании информирование будет осуществляться весь период с/х работ. *Риски*: не выявлены для данного решения. *Ресурсы*: временные затраты на убеждение руководителей соответствующих торговых сетей и крупных точек разместить соответствующую информацию. Средства на печатную продукцию надлежащего качества. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 2.5. Информирование с помощью региональной сети организаций теле- и радиовещания.** Запуск аудио и видеороликов на региональных каналах и в радиоэфире. *Возможности*: привлечение к информированию узнаваемых людей (образов, голосов), пользующихся популярностью у населения. Массовое нейтральное воздействие. *Риски*: стандартное решение в силу своей обыденности может не возыметь должного воздействия. *Ресурсы*: затраты на создание соответствующих роликов, на привлечение к сотрудничеству известных людей. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 2.6. Информирование с помощью средств стационарной и мобильной телефонной связи.** Поквартирный (подомовой) обзвон избирателей. СМС-рассылка с информацией о дате, времени, месте голосования. *Возможности*: персонализированный подход к избирателям с точки зрения информации о месте голосования – сообщение о конкретном избирательном участке. Сохранение информации на мобильных устройствах граждан – быстрый доступ к ней при необходимости. *Риски*: раздражение граждан в связи с вторжением в их личное пространство. *Ресурсы*: оплата соответствующих средств связи. Оплата работы операторов. Получение информации, составляющей персональные данные – телефонные базы данных. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

### Третий блок решений – юридических

**Решение 3.1. Сохранение открепительных удостоверений.** Действующее региональное законодательство предусматривает возможность проведения голосования с использованием открепительных удостоверений как единственный механизм для голосования избирателей вне места своего жительства. В связи с последними изменениями федерального законодательства у региона имеется возможность сохранить существующий порядок реализации активного избирательного права вне места жительства избирателей. *Возможности*: вся система избирательных комиссий знакома с данным механизмом обеспечения голосования вне места жительства избирателей. *Риски*: голосование с использованием открепительных удостоверений затруднит голосование граждан, которые фактически не проживают по месту своей регистрации и будут вынуждены либо ездить за открепительными удостоверениями, либо отказаться от участия в выборах. С учетом времени проведения ЕДГ этот сегмент населения может составить существенную часть избирателей. Использование открепительных удостоверений не позволит обеспечить реализацию активного избирательного права граждан, которые в ЕДГ будут находиться за пределами региона. Использование открепительных удостоверений несет в себе негативный информационный фон, связанный с большим количеством жалоб в связи с их применением на предыдущих выборах федерального уровня. *Ресурсы*: не потребует дополнительных затрат за исключением средств, предусмотренных в бюджете на изготовление открепительных удостоверений. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 3.2. Проведение досрочного голосования.** *Возможности*: возможность для голосования тем, кто будет находиться за пределами субъекта или не на своем избирательном участке в ЕДГ. *Риски*: в части информационных поводов – обвинение со стороны оппозиции в нарушениях при проведении досрочного голосования. Перегибы со стороны руководителей отдельных предприятий в части привлечения сотрудников к участию в голосовании. С учетом проведения такого голосования в будни не у всех кандидатов будет возможность обеспечить присутствие наблюдателей на избирательных участках, где проводится досрочное голосование, что может поставить под сомнение легитимность итогов голосования на соответствующих участках при значительном числе избирателей, проголосовавших досрочно. Члены избирательных комиссий задействованы в проведении досрочного голосования, а не в информировании избирателей. *Ресурсы*: незначительные затраты бюджета на изготовление конвертов для бюллетеней на досрочном голосовании. Необходимость выделения помещений для организации досрочного голосования. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 3.3. Проведение голосования с использованием нового механизма.** Новый механизм связан с



возможностью заблаговременного включения избирателя в списки избирателей по месту его фактического нахождения в ЕДГ. *Возможности*: позволит тем, кто фактически проживает вне места регистрации, принять участие в выборах на том избирательном участке, который им удобен. С учетом того, что большая часть населения занята на с/х сезонных работах, они также смогут принять участие в голосовании. Это существенное преимущество перед досрочным голосованием и открепительными удостоверениями, поскольку и в том, и в другом случае избиратели должны будут прибыть на участок по месту регистрации. *Риски*: теряются голоса тех, кто находится за пределами субъекта в ЕДГ. Механизм ни разу не применялся, неизвестны его недостатки. *Ресурсы*: выделение дополнительных средств на обучение членов избирательных комиссий. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: не имеют значения в контексте данного решения.

**Решение 3.4. Разукрупнение избирательных участков.** Подразумевает новую нарезку избирательных участков. *Возможности*: обеспечит максимально удобный доступ избирателей к избирательным участкам. *Риски*: путаница избирателей в части определения места нахождения участка в случае изменения такового. *Ресурсы*: новые помещения для избирательных участков, формирование новых УИК, увеличение средств на оплату труда членов УИК в связи с ростом их численности. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: необходимость обеспечивать функционирование соответствующего количества УИК.

#### Четвертый блок решений – социальных

**Решение 4.1. Работа с молодыми избирателями.** Традиционно процент голосования молодежи является крайне низким на территории Реченской области. Вовлечением молодежи в избирательную кампанию можно существенно повысить процент явки избирателей. Каналы вовлечения: молодежный парламент и молодежная избирательная комиссия; включение молодежи в составы УИК, в качестве членов как с правом решающего голоса, так и совещательного голоса; организация школы юного наблюдателя; молодежные организации политической и неполитической направленности; организация креативных конкурсов, связанных с избирательной кампанией (лучшее сообщение о предстоящих выборах в соц. сети, лучшее селфи на избирательном участке); проведение Дня молодого избирателя за неделю до ЕДГ; мероприятия для избирателей, впервые пришедших на участок. *Возможности*: привлечение традиционно пассивной части электората. *Риски*: привлечение молодежи, не лояльной к действующей власти. *Ресурсы*: существенные финансовые затраты на специализированные мероприятия. Высокая квалификация людей, работающих с молодежью, с точки зрения знания психологии и креативности их мышления. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: повышение интереса молодежи к политической жизни региона и развитие у нее активной гражданской позиции.

**Решение 4.2. Организация работы с пенсионерами.** Пенсионеры – традиционный электорат партии Б. Вместе с тем внимание к пенсионерам в рамках государственных праздников позволит наладить с ними диалог. Масштабные праздничные мероприятия ВрИО с приглашением на них пенсионеров, персонализированные поздравления от ВрИО наиболее уважаемым пожилым жителям региона, а также иные знаки внимания от действующей власти будут благоприятно восприняты населением в целом. Наряду с этим могут быть задействованы социальные работники в целях информирования о предстоящих выборах и уточнения необходимости организации голосования вне помещения для голосования для конкретных пенсионеров. *Возможности*: привлечение пенсионеров к участию в избирательной кампании на стороне кандидата А позволит выполнить задачу не только с точки зрения повышения явки, но в первую очередь для выполнения плана "победа в первом туре". *Риски*: обвинения со стороны оппозиции в подкупе и использовании административного ресурса (возможно нивелировать в случае проведения соответствующих мероприятий до официального старта избирательной кампании). *Ресурсы*: организационные и временные затраты. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: формирование долгосрочного благоприятного имиджа кандидата А у такой электорально активной части населения, как пенсионеры, а также повышение рейтинга в целом.

#### Пятый блок решений – событийных

**Решение 5.1. Праздник урожая.** Проведение в сельской местности в непосредственной близости от помещений УИК праздничных мероприятий, посвященных результатам в сфере с/х – количество и разнообразие продукции, а также достижения труда работников данной сферы. *Возможности*: провоцирование позитивных эмоций и интереса даже у людей, не имеющих отношения к с/х сфере. Отвлечение народа непосредственно от грядки. Создание повода для присутствия в месте, близко расположенном к избирательному участку. В качестве стимулирования – проведение тематических соревнований с вручением ценных призов. *Риски*: обвинения от оппозиции в подкупе избирателей партией власти «А» Создание условий для массовых беспорядков, провокации в указанных целях. *Ресурсы*: существенные затраты на организацию масштабного празднования по области. Привлечение сил правоохранительных органов не только на избирательные участки, но и для обеспечения общественного порядка на мероприятиях. Затраты на покупки ценных призов и оплату труда лиц, задействованных в организации и проведении. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два)*: в случае если праздник урожая возымеет нужный эффект, он могут проводиться на последующих выборах.

**Решение 5.2. Проведение одновременно с выборами Главы региона муниципального референдума в административном центре региона по вопросу переименования города Реченка в город Виссароноовск.** В административном центре проживает чуть более 40 процентов избирателей всего региона. Явка в административном центре традиционно самая низкая, ни разу не превышала 30% даже на федеральных выборах. Вопрос переименования города не оставляет равнодушным большинство избирателей. Виссароноовск – название города, связанное в памяти народа с крайне значимой военной операцией, явившейся переломным эпизодом в ходе войны. С другой стороны, название города ассоциируется с именем государственного лидера прошлого, в ходе правления которого многие народы страны подверглись репрессиям.

Представители политической партии «Б» регулярно поднимают вопрос о необходимости такого референдума. *Возможности:* мобилизация населения административного центра прийти на избирательные участки не только ради выборов, но и ради решения вопроса о названии родного города. Для того, чтобы референдум состоялся в нем должны принять участие не менее 50% избирателей, что в случае его успешного проведения в масштабе всего региона означает повышение явки почти на 10%. *Риски:* проведение референдума будет использоваться кандидатом от партии «Б» в целях своей избирательной кампании, что может сказаться на повышении его итогового результата, оттянуть значительное число голосов и привести к необходимости проведения второго тура голосования. Члены участковых и территориальных избирательных комиссий в административном центре будут задействованы в избирательной кампании и кампании референдума одновременно, что повышает их утомляемость и увеличивает вероятность произвольной ошибки при подсчете голосов и подведении итогов голосования на выборах главы. *Ресурсы:* организационные вопросы по инициированию референдума будут решаться партией «Б» самостоятельно. Потребуются дополнительные расходы средств муниципального бюджета на изготовление бюллетеней, которые впоследствии придется компенсировать из средств регионального бюджета. *Долговременные последствия (горизонт прогноза – год-два):* в случае неудачного результата партия «Б» продолжительное время не сможет вновь инициировать этот вопрос. С другой стороны, в случае положительного может существенно сплотить представителей элиты вокруг партии «Б», которая добилась такого выдающегося результата.

#### Выбор Александра (как политтехнолога и руководителя штаба):

**Комплекс решений 1–1.1 и 1.3.** Создание образа харизматичного кандидата А и его сильной программы в совокупности с участием в выборах кандидата В позволит провести выборы с высокой явкой и достаточным уровнем конкурентности, при этом размоет результат кандидата Б. Проводить кампанию по дискредитации кандидата Б представляется нецелесообразным. Участие в выборах кандидата Г повысит к ним интерес не только протестного электората, но и аполитичных групп населения, однако чревато скандалами на федеральном уровне.

**Комплекс решений 2–2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5.** Отказ от информирования по телефону представляется целесообразным с учетом особенностей Реченской области. Остальные решения в данном комплексе должны возыметь эффект хотя бы в силу массовости, если даже не делать ставку на качество материалов.

**Комплекс решений 3–3.3.** Выбор нового механизма представляется наиболее перспективным в данном комплексе. Разукрупнение участков для региона с большой долей сельского населения не столь актуально как для больших городов.

**Комплекс решений 4–4.1 и 4.2.** Обе группы населения представляется необходимым привлекать к участию в голосовании.

**Комплекс решений 5–5.1.** Проведение массовых праздничных мероприятий представляется более уместным, нежели проведение референдума по острому вопросу, способное усилить поддержку избирателей основного конкурента на предстоящих выборах. Набор соответствующих тактических решений Александра иллюстрирует его приверженность сбалансированной стратегии проведения избирательной кампании, избегающей ярких, но спорных решений, что представляется оправданным с учетом заданного портрета региона.

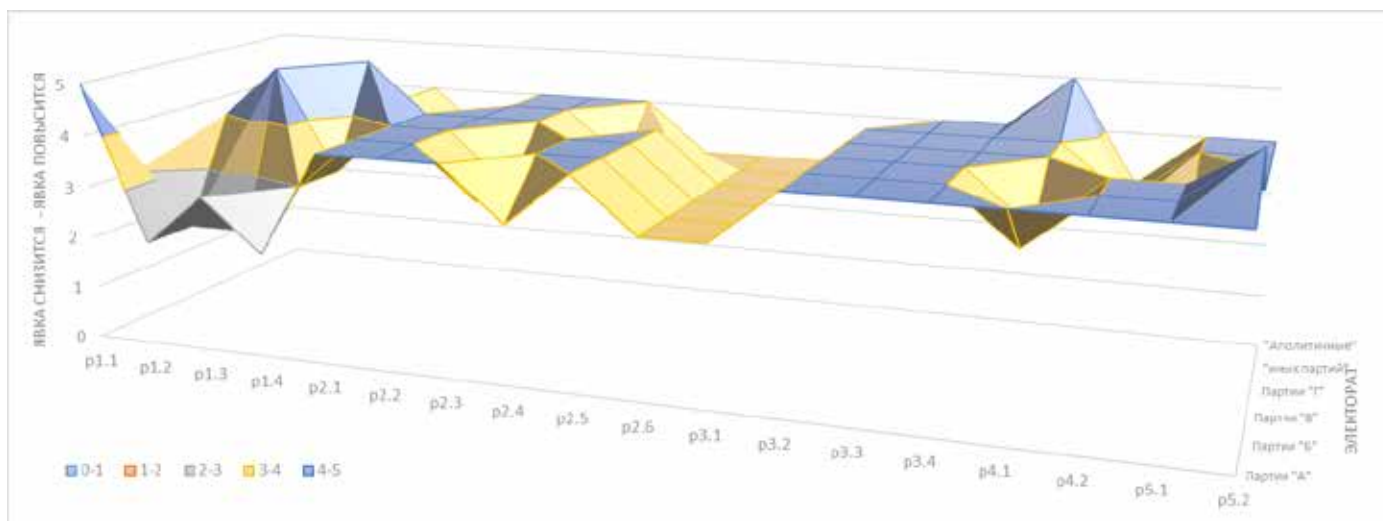
Таблица 3 – Экспертная оценка влияния решений на электоральную активность избирателей

Блок решений	Решение	Электорат партии					Аполитичные граждане	Итого (в баллах)
		«А»	«Б»	В	«Г»	«иные»		
По работе с кандидатами	p1.1	5	3	3	3	4	4	22
	p1.2	2	2	4	3	3	4	18
	p1.3	3	2	5	3	3	3	16
	p1.4	2	3	3	5	4	4	17

Блок решений	Решение	Электорат партии					Аполитичные граждане	Итого (в баллах)
		«А»	«Б»	В	«Г»	«иные»		
Информационных	p2.1	4	4	4	4	3	3	26
	p2.2	4	4	4	4	4	4	28
	p2.3	4	3	3	4	4	4	26
	p2.4	3	4	4	3	3	4	25
	p2.5	4	4	4	4	3	3	26
	p2.6	3	3	3	3	3	3	21
Юридических	p3.1	3	3	3	3	3	3	21
	p3.2	4	4	4	4	4	3	28
	p3.3	4	4	4	4	4	4	28
	p3.4	4	4	4	4	4	4	28
Социальных	p4.1	4	3	3	4	4	5	27
	p4.2	4	4	4	3	3	3	25
Событийных	p5.1	4	4	4	3	4	4	27
	p5.2	4	5	4	4	4	4	29
<b>Итого по выбранным решениям</b>		<b>43</b>	39	42	39	38	41	

Обозначения в таблице 3: Ячейки, залитые серым цветом – выбор Александра.

Явка избирателей:	«Существенно увеличится»	«Увеличится»	«Сохранится»	«Снизится»	«Существенно снизится»
Символ:	5	4	3	2	1



**Рис. 3** – Визуализация влияния блоков решений на электоральную активность различных групп избирателей  
**Способы контроля реализации выбранного решения**

**Первичные методы контроля (количественные и качественные метрики):** данные социологических опросов о количестве избирателей, намеревающихся принять участие в выборах; данные социологических опросов о количестве избирателей, готовых проголосовать на предстоящих выборах за кандидата А; данные мониторинга СМИ регионального и федерального уровня с точки зрения позитивных и негативных информационных поводов в преддверии ЕДГ; данные экзитполов; количество жалоб, поступивших в Избирательную комиссию Реченской области; количество жалоб, поступивших в избирательную комиссию федерального уровня; количество жалоб, поступивших в суды общей юрисдикции различного уровня; количество жалоб, поступивших в правоохранительные органы.

**Итоговые методы контроля (количественные и качественные метрики):** данные протокола о результатах выборов о количестве избирателей, принявших участие в голосовании; данные протокола о результатах выборов о количестве избирателей, поддержавших кандидата А; количество жалоб, поступивших в Избирательную комиссию Реченской области; количество жалоб, поступивших в избирательную комиссию федерального уровня; количество жалоб, поступивших в суды общей юрисдикции различного уровня; количество жалоб, поступивших в правоохранительные органы; данные мониторинга СМИ

регионального и федерального уровня с точки зрения позитивных и негативных информационных поводов по итогам ЕДГ.

### Заключение

Представленный кейс в формате кейкис структурирует сложную проблемную ситуацию, предлагает варианты решений, возможно спорные (например, с использованием административных ресурсов). Читателю предлагается поразмышлять о возможности расширения полей (блоков) альтернативных междисциплинарных решений и оценить их системой количественных и качественных метрик.

Выражаю благодарность московским коллегам, моим политическим коучам Филоновой Е. Л. и Исаковой Т. В. за вдохновение и профессиональную помощь.

### Литература

1. Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" (ред. от 03.04.2017) // СЗ РФ 2002, № 24, ст. 2253; 2017, № 15 (Часть I), ст. 2139.
2. Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации" (ред. от 28.03.2017) // СЗ РФ 1999, № 42, ст. 5005; 2017, № 14, ст. 2001.
3. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (принят Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации) // Автоматизированная система обеспечения законодательной деятельности, URL: [http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/\(Spravka\)?OpenAgent&RN=114619-7](http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/(Spravka)?OpenAgent&RN=114619-7).
4. Киселев В. Д. Российские кейсы в жанре кейкис // Маркетинг услуг. – 2014. – №1(37). – С. 22–48.
5. Киселев В. Д. Технология написания проектного кейса в жанре «кейкис» // «Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии». – 2015. – № 4(13). – С. 7-14.
6. Сайт «Библиотека кейсов Киселева» (150 авторских кейсов в формате КЕЙКИС и 60 выпусков нескольких учебных циклов на ту же тему) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.keykis.ru/> (10.04.17).

Vladimir Kiselev<sup>1</sup>

## COMPETITIVE ELECTIONS OF THE REGIONAL HEAD

**Abstract.** The proposed situation reflects the Russian practice of holding regional elections and the problems associated with the evasion of some voters from voting. The images of the territory of the region, candidates and political parties are collective and partly fantasy. This keykis [4-6] is an educational and research material and can be used within the academic disciplines "Political Science", "Electoral Law", "Political PR" and "Political Coaching". In keykis, the issues of choosing tactical decisions for the conduct of the election campaign of a candidate from a pro-government party for the post of head of the region are considered, taking into account the specific political and socio-economic situation in the region.

**Key words:** selections, Single voting day, voter turnout, electoral activity, absenteeism.

<sup>1</sup> Kiselev Vladimir D. – Doctor of Business Administration, lecturer of MIRBIS (ul. Marksistskaya, 34/7, Moscow, 109147, Russian Federation) and lecturer of Institute of Public Administration and Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; a member of the Guild of Marketing; a member of the AMBA. Moscow, Russia. E-mail: [f1f2f3f4@rambler.ru](mailto:f1f2f3f4@rambler.ru)

### References

1. Federal Law No. 67-FZ of June 12, 2002 "On Basic Guarantees of Electoral Rights and the Right to Participate in a Referendum of Citizens of the Russian Federation" (as amended on 03/04/2017) // SZ RF 2002, No. 24, art. 2253; 2017, No. 15 (Part I), art. 2139.
2. Federal Law No. 184-FZ of 06.10.1999 "On General Principles for the Organization of Legislative (Representative) and Executive Bodies of State Power in the Subjects of the Russian Federation" (as amended on March 28, 2017) // SZ RF 1999, No. 42, art. 5005; 2017, No. 14, art. 2001.
3. Federal Law "On Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation" (adopted by the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation) // Automated system for ensuring legislative activity, URL: [http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/\(Spravka\)?OpenAgent & RN = 114619-7](http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/(Spravka)?OpenAgent&RN=114619-7).
4. Kiselev V.D. Rossijskie kejsy v zhanre kejkis [Russian cases in the genre Keikis] // *Marketing uslug*. 2014. №1 (37). Pp. 22-48.
5. Kiselev V.D. Tekhnologiya napisaniya proektnogo kejsa v zhanre kejkis [Technology of writing a project case in the genre "Keikis"] // *Nauchnye issledovaniya i razrabotki/ Socialno-gumanitarnye issledovaniya i tekhnologii*. 2015. No. 4 (13). Pp. 7-14.
6. Sajt Biblioteka kejsov Kiseleva [The site "Case library of Kiseleva" (150 author's cases in the format of KEIKIS and 60 issues of several training cycles on the same topic) [Electronic resource]. URL: <http://www.keykis.ru/> (10.04.17).