

рішуче неприйняття недемократичних і силових акцій соціального протесту, схильність до соціальних дій, регламентованих законом. Зберігається властивий українцям психологічний індивідуалізм, який може стати основою для розвитку ліберальних цінностей. Останні, в свою чергу, є основою для демократичних перетворень у їхньому західному варіанті. Традиція вибору взагалі тільки починає формуватися. В ситуації вибору пострадянська людина відчувається дискомфортно: впливає як страх перед ризиком, що супроводжує будь-який вибір, так і недостатнє знання альтернатив та прищеплена в процесі виховання невпевненість у своїй здатності приймати правильне рішення. Населення України поки що не готове безпосередньо впливати на вирішення доленосних проблем своєї країни. Утім, багатоманітність проявів населення України, навіть за умови регіонально локалізованих відмінностей, не є непереборною перешкодою для формування поліетнічної української нації. Для цього потрібні свідомі зусилля держави і суспільства, політичних і творчих еліт, духовних лідерів нації і самих громадян.

1. Никуличев Ю. В. Содружество независимых государств. Очерк современной истории / Никуличев Ю. В. – М., 2002. – 90 с. 2. Павленко Р. Різниця ціннісних орієнтацій у регіонах України: як подолати проблему «розколу» // Регіональна політика України: формування соціогуманітарних пріоритетів розвитку / Ростислав Павленко, Олена Вітер. – К., 2006. – С. 99-119. 3. Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992-2006 років // Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг. – К. : Інститут соціології НАН України, 2006. – С. 419-569. 4. Спільна ідентичність громадян України: особливості і проблеми становлення // Національна безпека і оборона. – 2006. – № 7 (79). – С. 2-38.

УДК 323:331.4

## **СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: МЕТА І ЗАСОБИ**

*Ярова Л. В.*

*У статті досліджуються соціальна політика підприємства, її мета та засоби. Аналізуються концепції та роль соціальної відповідальності бізнесу у соціальній політиці держави в умовах ринкової економіки. Запропоновано рекомендації для підвищення ефективності соціальної політики підприємства.*

**Ключові слова:** соціальна політика підприємства, соціальна відповідальність бізнесу, соціальні права, соціальні послуги.

*In the article social site policy, its ends and means are investigated. The author analyzed the concepts and the role of social accountability of business in social government policy under the conditions of market economy. The recommendations for improvement of the effectiveness of social site policy are offered.*

**Keywords:** social site policy, social accountability of business, social rights, social services.

Українська держава покладає великі надії на бізнес. Адже влада, з одного боку, має можливість перевести суспільне невдоволення державною соціальною політикою на бізнесові структури, а з іншого – залучити інвестиції в соціальну сферу. «Направити грошові потоки в напрямку, де вони зможуть зробити добро, і повернути їх від напрямків, у яких вони могли б зробити зло», – такий принцип став широко сприйматися як правильний, як законний рушій суспільних змін» [1]. Тому не випадково в останнє десятиліття тема соціальної відповідальності бізнесу активно обговорюється в суспільних дискусіях як в Україні, так і за її межами. Це пояснюється актуальністю пошуку шляхів гармонізації відносин між бізнесом, державою й суспільством. Хоча, звичайно, причини, що викликають інтерес до цієї проблеми, в Україні й у країнах Заходу трохи відрізняються.

У розвинених країнах тема соціальної відповідальності бізнесу стала відповіддю на соціальні протиріччя, які загострилися і значною частиною світового співтовариства пов'язуються з діяльністю транснаціональних корпорацій. Соціальний напрямок був покликаний пом'якшити виниклі протиріччя й підняти суспільний престиж бізнесу.

Соціальна політика підприємств почала формуватись ще в XVIII столітті. Саме тоді деякі компанії стали брати на себе відповідальність за своїх працівників в обмін на їхню лояльність. Така політика, як правило, була обумовлена «релігійними й етичними переконаннями її власника, а також страхом того, що робітники почнуть проявляти невдоволення й радикалізм» [2]. Останнім часом приватний бізнес стає активним суб'єктом соціальної політики. У науковій літературі пропонуються різні визначення соціальної політики, у яких робиться акцент на ролі підприємства [3]. Так, наприклад, соціальна політика визначається як вирішення проблем найманих робітників, у першу чергу, через трудове законодавство й соціальне страхування. На думку Н. Меннінга, «соціальна політика допомагає забезпечувати як щоденне відтворення робочої сили за

допомогою внутрішнього обслуговування фізичних і психологічних потреб, так і довгострокове виробництво здорової й грамотної робочої сили» [4]. Виходячи з викладеного, можна стверджувати, що соціальна політика є гарантом стабільності й розвитку не тільки окремих підприємств, а й усієї країни.

У сучасних дослідженнях соціальної політики підприємств особлива увага приділяється менеджерським практикам [5]; також досліджуються механізми реалізації трудового законодавства, правові практики, що діють на підприємствах [6]; вивчається діяльність профспілкових організацій і вплив солідаризації робітників на соціальну політику підприємств [7]; приділяється увага вивченню соціальної політики підприємств як складової частини управління персоналом [8].

Основу сучасного підходу до соціальної відповідальності корпорацій заклав ще в 1953 році американський економіст Г. Боуен у роботі «Соціальна відповідальність бізнесмена», у якій він уперше дав визначення поняття соціальної відповідальності бізнесу: «...вона відносить до зобов'язань бізнесменів дотримуватися такої політики, приймати такі рішення й додержуватися таких ліній поведінки, які є найбільш бажаними з погляду цілей і цінностей нашого суспільства» [9]. Боуен справедливо вважав, що кілька сотень найбільших компаній є життєво важливим центром влади й прийняття рішень, і що дії цих компаній зачіпають життя громадян у дуже багатьох відносинах.

Дослідники соціальної відповідальності виділяють такі її види й різновиди, як класична (традиційна) і сучасна (менеджеріальна), повна й обмежена, внутрішня й зовнішня, загальна й приватна, правова, «компенсаторська», етична й філантропічна [10]. На думку західних практиків, існування різних видів соціальної відповідальності корпорацій не тільки припустиме й природне, а й надзвичайно важливе для розвитку самого бізнесу. З цього приводу американський теоретик Д. Броннан пише, що в мінливому світі для одержання гарних економічних результатів діяльності корпорацій досить істотним є те, щоб вони позитивно «сприймали різні види соціальної й політичної відповідальності й реагували на них. Хоча б мінімальне виконання ними вимог останніх виступає як неодмінна умова «виживання системи вільної конкуренції» і, отже, самого бізнесу» [11].

Як вважають західні теоретики, прихильники класичної школи, бізнес «належним чином служить усьому суспільству» і демонструє перед ним свою соціально-політичну відповідальність лише тоді, коли він діє в напрямку «одержання максимальних прибутків, відповідаючи при цьому існуючим правовим й етичним рамкам і нормам».

Концепція «власників інтересу» (менеджеріальна) багато в чому діаметрально протилежна попередньому вузькокласичному підходу, розвиває тезу про неспроможність класичної теорії соціальної відповідальності бізнесу, про втрату нею ролі й значення в сучасних умовах. Вона виходить із того, що менеджери й інші працівники мають зобов'язання перед багатьма групами stakeholders (дослівно – ті, хто має в чомусь інтерес, ставку). На думку прихильників менеджеріальної соціальної відповідальності бізнесу, завдання й діяльність бізнесу, його політичні й моральні норми не можуть обмежуватися лише економічною сферою й цілями одержання прибутку, а повинні охоплювати й інші сфери життя суспільства й держави.

Приватний бізнес, може, й повинен разом з державними органами та організаціями сприяти розвитку соціального добробуту і відповідати за такі сфери, як економіка, система освіти, трудові ресурси, громадянські права й рівні можливості, медичне обслуговування тощо.

Доречно висловлювання відомого американського дослідника Ф. Закарія, надруковане в книзі «Майбутнє свободи»: «Бідність веде до згорання демократії». Автор вважає, що якщо ВВП на душу населення менше 3 тисяч доларів, то демократія вмирає, оскільки людині буде не до свободи у цій ситуації [12].

Уявлення про соціальну відповідальність бізнесу в наш час ґрунтуються на трьох факторах його зацікавленості:

– у виробництві якісних товарів і послуг, сплаті податків, створенні добре оплачуваних робочих місць, фінансовій підтримці відомчої соціальної інфраструктури;

– у впровадженні соціальних програм, що впливають безпосередньо на сфери діяльності підприємства, відповідно до своїх стратегічних інтересів, з метою підвищення ефективності свого бізнесу в довгостроковій перспективі;

– у сприйнятті соціальної відповідальності як повноцінного, багатофакторного й структурного елемента діяльності компанії, що впливає на імідж, інвестиційну привабливість, маркетингову ефективність, конструктивність взаємин із владою, суспільством, працівниками й на інші важливі характеристики діяльності компанії, що є основою успішності бізнесу [13].

Державне регулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу й механізми взаємодії держави, бізнесу й суспільства можуть бути різні. Влада повинна впливати на розвиток меценатства й добродійності різними способами: змінювати податкову політику, зміцнювати законодавство, здійснювати контроль за дотриманням суспільних інтересів, а також реалізувати спільні соціальні програми.

Внутрішня соціальна політика підприємства спрямована на трудовий колектив, а головними її суб'єктами є топ-менеджери й профспілки. Працівник виступає вищою метою й цінністю при формуванні й реалізації соціальної політики. Метою соціальної політики підприємства є передбачений соціальний результат, на досягнення котрого спрямована діяльність підприємства. Якщо виходити з визнання людини вищою цінністю, найважливіша мета соціальної політики на підприємстві – забезпечення працівникам гідного рівня і якості життя, соціальних прав, справедливої винагороди за трудову діяльність, соціального захисту.

Як відомо, в адміністративній економіці панувала ідея підприємства – соціального гаранта, що виконує широке коло функцій. У 1980-і роки 32 млн радянських громадян проживали у квартирах, що перебували на балансі підприємств; 30 млн користувалися медичними установами, що належали підприємствам, (поліклініками, медичними пунктами); 1,5 млн дітей щорічно відпочивали в належних підприємствам дитячих оздоровчих установах [14].

Соціальна політика на підприємстві означає діяльність роботодавців, менеджменту й найманих робітників щодо задоволення соціальних потреб, узгодження соціальних інтересів, реалізації соціальних прав і гарантій, надання соціальних послуг, соціального захисту персоналу. Таким чином формуються сприятливі умови діяльності працівників на підприємстві, покращується ефективність їхньої роботи. На думку В. Вовка, соціальна політика – це нова сфера діяльності підприємства, спрямована на досягнення соціальних цілей і результатів, пов'язаних з підвищенням добробуту, якості життя співробітників підприємства, споживачів і суспільства в цілому. Основними напрямками соціальної політики підприємства, що відображають її специфіку, є: політика, спрямована на підвищення якості життя й добробуту персоналу підприємства; максимальне задоволення потреб і інтересів споживачів; забезпечення довгострокових інтересів суспільства [15].

Соціальна складова в діяльності підприємства є важливим елементом його кадрового, виробничого, економічного потенціалу. Основне призначення соціальної політики – сприяти зростанню продуктивності, ефективності і якості праці; стимулювати працівників до підвищення кваліфікації, закріплювати найбільш кваліфікованих працівників, забезпечуючи їхнє лояльне ставлення до підприємства. Соціальна політика може бути ефективнішою, якщо надані соціальні послуги відбивають специфіку діяльності підприємства, режим і охорону праці, транспортну доступність до робочого місця. Форми й види соціальних послуг доцільно диференціювати за категоріями персоналу.

До засобів здійснення соціальної політики належать: фінансові засоби, соціальні виплати, пільги, гарантії й компенсації працівникам, об'єкти соціальної інфраструктури, соціальні програми, соціальне партнерство й колективний договір, трудовий договір.

Ефективна соціальна політика передбачає надання персоналу всіх обов'язкових соціальних послуг, які підприємство повинне робити відповідно до законодавства. Водночас вона не може бути обмежена тільки обов'язковими послугами. Конкуренція на ринку праці припускає наявність соціальних послуг, що можуть залучити нових працівників до роботи на підприємство або втримувати людей, що працюють тут.

Як відомо, соціальні права людини закріплені у різноманітних міжнародних актах, відозвах, деклараціях, заявах, підсумкових документах, конвенціях, пактах, резолюціях, хартіях тощо. Серед них виділимо Міжнародний білль про права людини, що включає такі документи: Загальна декларація прав людини; Міжнародний пакт про економічні, соціальні й культурні права; два Факультативні протоколи до Міжнародного пакту про громадянські й політичні права. До міжнародних документів універсального характеру також належать Декларація соціального прогресу й розвитку, конвенції Міжнародної організації праці. До міжнародних документів про права людини регіонального характеру належать документи Ради Європи: Конвенція про захист прав людини й основних свобод і протоколи до неї; Європейська соціальна хартія (переглянута); Конвенція Співдружності незалежних держав про права й основні свободи людини.

У міжнародних документах визначені соціальні права людини, які можна реалізувати при проведенні соціальної політики на підприємстві:

- право на працю, вільний вибір роботи й захист від безробіття;
- рівні можливості зайнятості й вибору виду занять без дискримінації за статевою приналежністю;
- скасування й заборона примусової або обов'язкової праці;
- заборона дискримінації в сфері праці й занять; справедливі й сприятливі умови праці;
- умови праці, що відповідають вимогам безпеки й гігієни;
- участь у визначенні й поліпшенні умов праці й виробничого середовища;
- винагорода; однакова винагорода чоловікам і жінкам за працю рівної цінності;
- охорона заробітної плати; оплачувана відпустка;
- створення і вступ в організації, у тому числі в профспілки для захисту власних економічних і соціальних інтересів;

- укладення колективних договорів; професійна орієнтація;
- соціальне забезпечення й соціальне страхування; освіта й професійна підготовка; охорона здоров'я;
- захист після закінчення найму;
- захист законних претензій трудящих у випадку неплатоспроможності роботодавця;
- захист працівником своєї гідності за місцем роботи;
- інформація й консультації;
- житло;
- інформація й консультації з трудящими під час колективних звільнень при скороченні штату;
- захист вимог трудящих у випадку неплатоспроможності підприємця;
- рівні можливості трудящих із сімейними обов'язками;
- захист і пільги на підприємствах представників трудящих;
- захист дітей і молоді в сфері соціально-трудових відносин; жінок-працівниць на охорону материнства;
- захист трудящих-мігрантів і їхніх родин [16].

Організація Об'єднаних Націй виступила з міжнародною ініціативою створити Глобальну угоду про загальні цінності й принципи або Глобальний договір, щоб об'єднати ділові кола, компанії, організації з установами ООН, трудящими й громадянським суспільством задля підтримки дев'яти універсальних принципів у сфері прав людини, праці й навколишнього середовища. Принципи такі:

- звернене до ділових кіл прохання підтримувати й поважати захист міжнародних прав людини в їхніх сферах впливу;
- забезпечувати, щоб їхні власні корпорації не брали участь у порушеннях прав людини;
- звернене до ділових кіл прохання підтримувати волю асоціації й ефективне визнання права на колективний договір;
- ліквідація всіх форм примусової й обов'язкової праці;
- ефективна ліквідація дитячої праці;
- ліквідація дискримінації відносно праці й зайнятості;
- звернене до ділових кіл прохання підтримувати обережний підхід до екологічних завдань;
- впровадження ініціативи з заохочення більшої екологічної відповідальності;
- розробка й поширення екологічно безпечних технологій.

Глобальна угода – це добровільна ініціатива, заснована на громадській позиції організацій, із двома цілями: зробити Глобальний договір і його принципи частиною стратегії й операцій ділових кіл; сприяти співробітництву між основними зацікавленими сторонами й заохочувати налагодження партнерських зв'язків на підтримку

цілей ООН. Для досягнення цих цілей Глобальна угода пропонує посередництво й залучення за допомогою таких механізмів, як політичні діалоги, навчання, місцеві структури й проекти. Компанії, міжнародні організації, трудящих і організації громадянського суспільства беруть участь у Глобальній угоді [17].

З початком ринкових реформ соціальна політика підприємств радикально змінилася. Найперше, зміни торкнулися соціальної інфраструктури. На початку й усередині 1990-х років відбулося різке скорочення соціальної інфраструктури підприємств. Керівники підприємств усіх форм власності намагалися позбутися непрофільних активів, до яких належали об'єкти соціальної інфраструктури. За наявними даними, всього за десятиліття реформ дві третини соціальних об'єктів, що раніше належали підприємствам, передані муніципалітетам [18].

Вихід із кризи й поліпшення фінансового становища підприємств вплинули на думку керівників, які вважали ліквідацію соціальної сфери одним з факторів стійкості в умовах ринкової економіки. В 1997-2000 рр. соціальна інфраструктура підприємств дещо стабілізувалась, а підхід до соціальних об'єктів став більш диференційованим. У наступні роки почалася фаза оптимізації соціальної інфраструктури.

Як вважає Д. Велибекова, соціальна інфраструктура є частиною продуктивних сил суспільства, які спрямовані на створення необхідних умов для ефективного функціонування працівників у процесі виробництва. Головне завдання цієї інфраструктури – поліпшення соціально-побутових умов працівників сфери послуг.

Елементи соціальної інфраструктури не беруть участі безпосередньо в створенні кінцевої продукції, але вони забезпечують передумови для нормального розвитку виробничого процесу. Роль соціальної інфраструктури полягає в тому, що вона сприяє забезпеченню потреб виробництва в кадрах необхідної кваліфікації, сприяє відтворенню й закріпленню їх на підприємствах сфери послуг, забезпечує охорону праці й техніку безпеки. Підрозділи соціальної інфраструктури беруть участь у створенні умов для задоволення комунально-побутових потреб як працівників підприємства, так і членів їхніх родин [19].

На думку В. Вовк, необхідно удосконалювати соціальну політику підприємства за рахунок: 1) забезпечення обов'язкових умов соціальної підтримки персоналу (мінімальний рівень заробітної плати; обов'язкове страхування за встановленими нормативами – пенсійне, соціальне, медичне, у випадку безробіття; соціальні виплати й компенсації тощо); 2) створення робочих місць, привабливих для найманих робітників високою заробітною платою, різними соціальними благами (безкоштовним харчуванням,



можливістю одержання довгострокових безпроцентних кредитів і т. ін.); 3) спрямованості на задоволення потреб споживачів; 4) забезпечення комунікативних контактів зі споживачами; 5) узгодження інтересів підприємства й суспільства. Діяльність підприємства у перелічених напрямках забезпечує комплексність соціальної політики, повноту охоплення всіх сфер, що співвідносяться з концепцією соціально-етичного маркетингу й можливі тільки за наявності вичерпної маркетингової інформації [20].

Викладене дозволяє зробити кілька висновків. В Україні поки ще немає загальноприйнятих моделей соціальної відповідальності. Як результат цього, спостерігається високий рівень варіативності форм соціальної активності, що склалися на окремих підприємствах. Кожна українська компанія шукає власні шляхи задля досягнення балансу між економічною ефективністю й соціальною необхідністю. В Україні форми й методи соціальної відповідальності, прийняті в рамках окремої організації, як і в інших державах пострадянського простору, визначаються особистими уподобаннями керівників і власників. Персоніфікація соціальної відповідальності логічно вписується в постриватизаційну ситуацію, коли роль очільників підприємства в процесі ухвалення рішення різко зростає.

З огляду на те, що на багатьох українських підприємствах зберігається низький рівень заробітної плати і поки немає можливості її підвищити (тим паче в умовах економічної кризи), підприємства можуть надавати своїм працівникам соціальні послуги. Це дозволить хоча б частково компенсувати низьку зарплатню.

1. Hollender J. What Matters Most. Business, Social Responsibility and the End of the Era of Greed / Hollender J., Fenichell S. – London: “Random House Business Books”, 2004. – P.5. 2. Бредгард Т. Социальная ответственность бизнеса между государственной политикой и политикой предприятий / Т. Бредгард // *Spero* № 2. – 2005. – С.50-70. 3. Григорьева И. Человек в социальном государстве: согласование интересов / И. Григорьева. – СПб: издательство СПб университета, 2002. 4. Меннинг Н. Россия в беде / Н. Меннинг // *Мир России*. – № 1. – 2001. – С.125-152. 5. Становление трудовых отношений в постсоветской России. – М.: Академический проект, 2004. 6. Барсукова С. Почему существует устный наём в современной России / С. Барсукова // *Проблемы теории и практики управления*. – № 4, 2003. – С.52-68; Барсукова С. Формальное и неформальное трудоустройство в России: парадоксальное сходство на фоне очевидного различия / С. Барсукова // *Социс*. – № 7. – 2003. – С.3-15. 7. Marquez J. U.S. Unions act globally, benefit locally / J. Marquez // *Workforce management*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.workforce.com>. **8.** Маслов Е. Управление персоналом предприятия / Е. Маслов – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. **9.** Bowen H. R. Social responsibilities of the businessman / H. R. Bowen. – New York: Harper&Row, 44. – 1953. – С.6. **10.** Марченко М. Н. Теории политической и социальной ответственности бизнеса на современном этапе / М. Н. Марченко // Вестник МГУ. – Сер.11. – «Право», 1991, № 3. – С.4-5. **11.** Bronnan D. Managin Public Issues by Objectives. Corporate Social Reporting in the United States and Western Europe / D. Bronnan. – 1979. – P.147. **12.** Закария Ф. Будущее свободы / Ф. Закария [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.centrasia.ru/newsA.php4?st=1064177820>. **13.** Социальный портрет бизнеса. (Серия путеводителей-справочников «Проверенно коммерсант»). – The Platz darm Group, «Альпина Бизнес Букс», 2004. – С.196. **14.** Лапина Н. Социальная ответственность бизнеса: какое будущее для России / Н. Лапина // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – № 6. – С.32. **15.** Вовк В. А. Формування соціальної політики підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : спеціальність 08.09.01 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика / В. А. Вовк. – Харків, 2005. – С.8. **16.** Европейская социальная хартия: Справочник. – М.: Международные отношения, 2000. **17.** Обзор глобального договора. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.un.org](http://www.un.org). **18.** Бурджалов Ф. Социальная сфера предприятия: современная российская практика в мировом контексте / Ф. Бурджалов. – М., 2002. **19.** Велибекова Д. М. Организационно-экономические основы формирования социальной инфраструктуры предприятий сферы услуг: автореф. дис. канд. екон. наук: спец.: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг) / Д. М. Велибекова. – Махачкала, 2006. – С.8-9. **20.** Вовк В. А. Формування соціальної політики підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: спеціальність 08.09.01 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика / В. А. Вовк. – Харків, 2005. – С.10.

**СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

УДК 324

**ПРЕЗИДЕНТСЬКА КАМПАНІЯ-2010 В УКРАЇНІ:  
ДОСЯГНЕННЯ ТА ПРОРАХУНКИ**

**Кочубей Л. О.**

*У статті виокремлюються основні ознаки виборчої кампанії 2010 року в Україні: глибоке розчарування мас, відсутність діалогу між політиками і виборцями, віртуалізація виборчих змагань і самої політики. Відзначається посилення впливу PR на громадську думку. Автор наголошує на зростанні ролі засобів масової інформації, особливо Інтернету, в сучасному політичному житті.*

**Ключові слова:** вибори, PR, громадська думка, політична маніпуляція, ЗМІ, Інтернет, імідж.

*In the paper basic features of election campaign in 2010 in Ukraine are outlined: acute disappointment of people, no dialog between politicians and electors, virtualization of elections and politics. The influence of PR on public opinion is actualized. The author underlines increasing role of mass-media, especially Internet, in political life organizing.*

**Keywords:** elections, PR, public opinion, political manipulation, mass-media, Internet, image.

Італійський письменник Умберто Еко у 2004 році у відповідь на популістську риторику Сильвіо Берлусконі зазначив: «Демократія Риму спрямувалася до загибелі тоді, коли римські політики здогадалися, що не обов'язково ставитися серйозно до виборчих програм, а необхідно більшою мірою винаходити способи, щоб сподобатися своїм глядачам»...[1].

Україна пережила вибори. На тлі кризи, епіdemій, несприятливих та неочікуваних метеоумов сам процес та результат був доволі передбачуваним. Перманентність виборів втомля людей, але не підвищила рівня розвитку політичного консалтингу.