

Етика бізнесу



Слово «етика» походить від давньогрецького слова «етос» (ethos), яке означає «місце проживання», «спільне житло».

Згодом слово етос почало розумітися як «звичай», «характер», «порядок», «вдача».



**Перелік основних етичних цінностей
сучасного світу викладено в роботі
Майкла Джозефона (1988 р.) :**



- ❧ **чесність (honesty);**
- ❧ **добросовісність (integrity);**
- ❧ **виконання обіцянок (promise-keeping);**
- ❧ **надійність (fidelity) ;**
- ❧ **відкритість (fairness);**
- ❧ **турбота про інших (caring for others);**
- ❧ **повага до інших (respect for others) ;**
- ❧ **суспільна відповідальність (responsible citizenship);**
- ❧ **прагнення до досконалості (pursuit for excellence);**
- ❧ **підзвітність (accountability) .**

Сутність етики бізнесу



❧ Етика – наука, що вивчає норми поведінки, сукупність моральних правил певної суспільної чи професійної групи.

❧ Бізнес -підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не суперечить закону і спрямована на отримання прибутку.

Етика бізнесу – складова етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації.

Етика в бізнесі

Етика бізнесу розглядає взаємозв'язок цілей, засобів, норм підприємництва, вплив дій підприємця на своє становище і становище працівників у суспільстві. До компетенції етики бізнесу належить дослідження моральних аспектів законодавства у сфері підприємницької діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації

Етика ділових відносин визначає систему моральних цінностей, критеріїв та параметрів у відносинах між виробниками і споживачами, між організаціями (підприємствами), між організаціями та державою, у самих організаціях тощо

Орієнтир цінностей людини

на красу

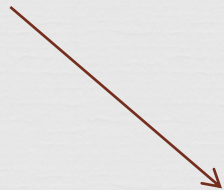
на своє уявлення
про добро

на користь

Сумісність моралі і бізнесу



Моральність



Вигода





Етика бізнесу

- ☑ сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах

Досліджує такі питання, як існування бідності широких мас і зосередження значних багатств у руках незначної кількості населення, відносини малих і великих фірм, конкуренція, ціноутворення, правдивість реклами.

Реагує етика бізнесу на проблеми збереження навколишнього природного середовища. З цих та багатьох інших питань вона переконує, що мінімальний моральний обов'язок бізнесу полягає в тому, щоб не шкодити суспільству, людині, довкіллю.

Етику підприємництва складають ставлення до вимог дольових учасників.
У своїй філософській основі етика спирається на чотири підходи

Основи етики бізнесу

Абсолютні норми

у суспільстві
спираються, як
правило, на
моральні
засади найбільш
поширеної релігії

Утилітаризм

означає етичний
принцип, що
полягає у
дотриманні
максимального
блага для
більшості людей

Дотримання прав людини

етичний принцип,
націлений на захист
честі та гідності
індивідуума. Останнім
часом трактується
розширено та охоплює
захист рослин, тварин,
землі, води, повітря.
Традиційні права
люди-
ни – права на
таємницю, на відкрите
висловлювання
власної думки,
свободу совісті і тощо

Справедливість

принцип
прийняття
етичних рішень у
підприємстві,
який базується
на забезпеченні
рівних прав при
розподілі
відповідальності
та благ



Ділова етика

☑ система загальних етичних норм і правил поведінки суб'єктів ділового світу, їх спілкування і взаємодії



Вона виявляється як на мікрорівні — це моральні відносини в організаціях, так і на макрорівні — це моральні відносини при формуванні міжнародної політики та між державними органами в середині країни



☞ Загалом етика ділових відносин досліджує безособистісні, практично-утилітарні відносини людей з метою їх гармонізації, гуманізації, узгоджує їх з моральними вимогами.

Фактори, що спонукають до зацікавлення етичними питаннями бізнесменів



Норми моральності у бізнесі

Виконання норм та правил державного регулювання

Регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку

Регулювання відносин бізнесу із споживачами

Відносини бізнесу із суспільством

Формування етики відносин зі співробітниками

Забезпечення етики довкілля

Дотримання міжнародних правил етики ведення бізнесу

Регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку



Приклади недобросовісної конкуренції

Причини неетичної поведінки:

- Недостатність законодавчої та нормативно-правової бази
- Значний обсяг “тіньової” економіки
- Конкурентна боротьба, що відсуває на дальній план етичні міркування
- Зростаюче прагнення звітувати про рівень прибутковості за дедалі коротші періоди, тобто у кожному квартальному звіті
- Відсутність належного стимулювання етичної поведінки керівників;
- Загальне зниження ролі етики в суспільстві
- Певний тиск на рядових працівників з боку організації з метою пошуку компромісів між їхніми цінностями вищого керівництва
- Низькі моральні якості членів суспільства

Компетенції етики бізнесу

- ✓ Взаємозв'язок цілей і засобів підприємництва
- ✓ Вплив дій підприємця на своє становище і становище працівників фірми, суспільства
- ✓ Дослідження моральних аспектів законодавства у сфері праці, трудових відносин і розподілу суспільного продукту
- ✓ Існування бідності широких мас і зосередження значних багатств у руках незначної кількості населення
- ✓ Відносини малих і великих фірм, конкуренція, лобізм
- ✓ Ціноутворення
- ✓ Правдивість реклами
- ✓ Збереження навколишнього природного середовища

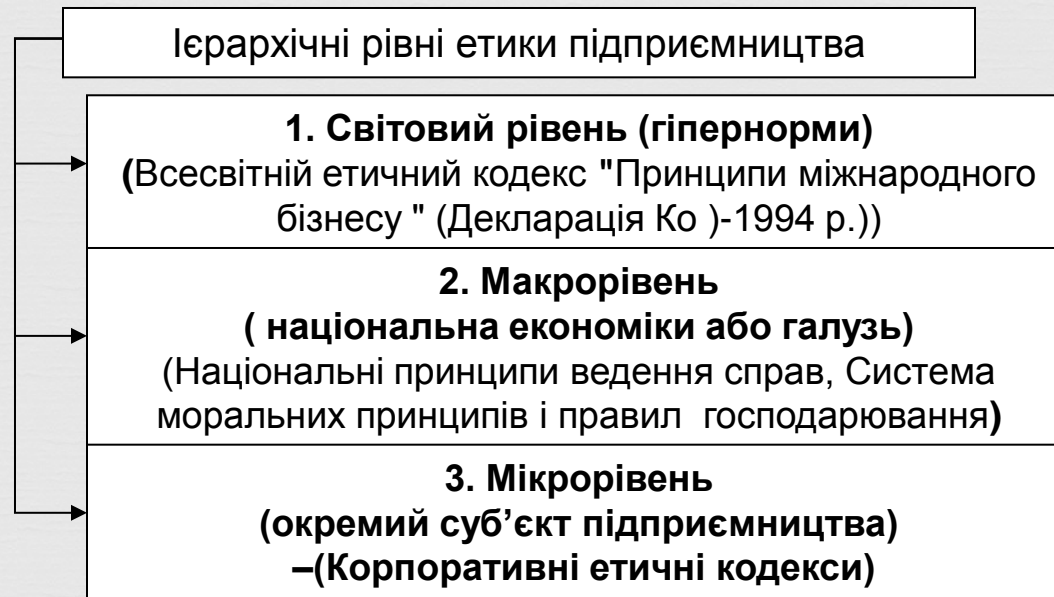
Види етичної поведінки

Таблиця 1

Види етичної поведінки підприємства із зовнішнім середовищем

№ з/п	Види	Короткі етичні аспекти
1.	Етика відносин зі споживачами	<ul style="list-style-type: none">✓ безпечність товарів (послуг, робіт)✓ надання інформації про товари і технологію їх виготовлення✓ право вибору покупцем товарів (послуг, робіт)✓ урахування вимог споживачів✓ спонсорування освітніх програм безпечного використання продукції✓ підвищення споживчої цінності продуктів✓ зменшення рівня забрудненості продуктів
3.	Екологічна етика	<ul style="list-style-type: none">✓ контроль забруднення навколишнього середовища✓ утилізація (переробка) відходів.✓ уникнення несприятливого впливу на природне середовище✓ дотримання екологічних стандартів✓ участь у поліпшенні екології
4.	Етика відносин з партнерами	<ul style="list-style-type: none">✓ дотримання зобов'язань✓ недопущення маніпулювання інвестиціями✓ урахування інтересів партнерів під час розподілу прибутку.✓ етика взаємовідносин з конкурентами:✓ запобігання таємних угод на ринках✓ використання соціально прийнятних пріоритетів і критеріїв для оцінки конкурентних стратегій✓ вихід із сумнівних ринків під час виникнення великих етичних проблем
5.	Етика відносин із суспільством	<ul style="list-style-type: none">✓ збереження і розширення зайнятості✓ соціальна відповідальність✓ урахування місцевих традицій, звичаїв✓ спонсорування проектів соціального добробуту✓ підтримка освіти і мистецтва✓ підтримка громадських рекреаційних програм✓ участь у громадських роботах, проектах

Прийнято розглядати 3 взаємопов'язаних ієрархічних рівня етики підприємництва



Світовий рівень (гіпернорми)

- ❧ Ці норми базуються на загальнолюдських цінностях і зафіксовані в "Принципах міжнародного бізнесу"
- ❧ (Декларації Ко) - **всесвітньому етичному кодексі**, який був прийнятий в 1994 р.у Швейцарії представниками провідних компаній та консультантами бізнесу із США, Західної Європи та Японії.
- ❧ У преамбулі "Принципів бізнесу", зокрема, визначено, що закони та рушійні сили ринку є необхідним, але не достатнім керівництвом до дії. **Фундаментальними принципами** є: відповідальність за проведену політику і дії в сфері бізнесу, повага людської гідності та інтересів тих, хто бере участь у бізнесі. Визнання цих цінностей, включаючи зобов'язання щодо сприяння загальному процвітанню, так само важливі для світового співтовариства, як і для общин меншого масштабу .

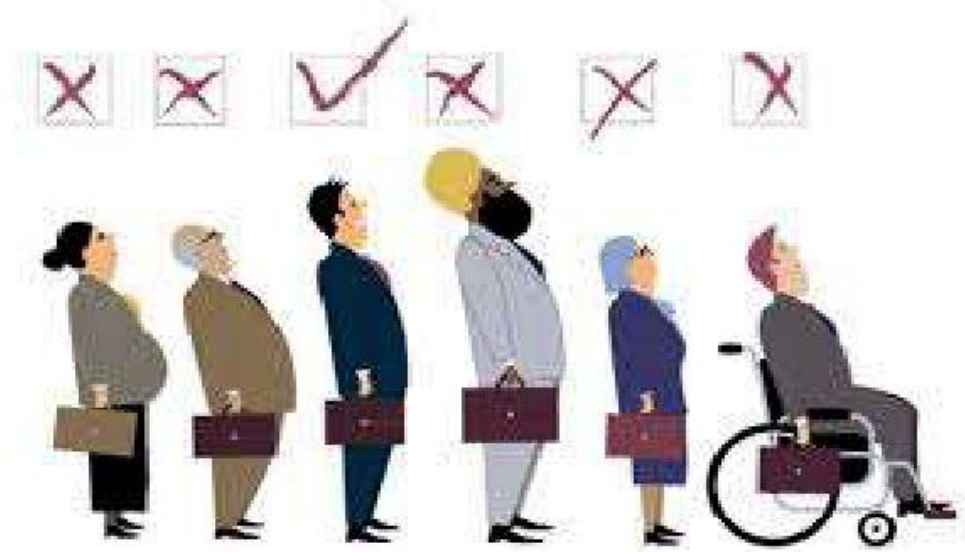
В якості *головних принципів міжнародного бізнесу* виділені наступні:

- ∞ відповідальність бізнесу: від блага акціонерів до блага його ключових партнерів;
- економічний і соціальний вплив бізнесу на розвиток прогресивних процесів у світовому співтоваристві;
 - етика бізнесу: від літери закону до духу довіри;
 - повага правових норм;
 - підтримка багатосторонніх торгових відносин;
 - турбота про навколишнє середовище;
 - відмова від протизаконних дій.

Етичні пріоритети підприємця

- ✓ впевненість у корисності своєї справи не лише для себе, а й для суспільства;
- ✓ визнання необхідності конкуренції та одночасне прагнення до співпраці;
- ✓ повага до особистості;
- ✓ повага до будь-якої власності, державної влади, соціального устрою, законодавства;
- ✓ довіра до інших, повага до професійної майстерності людей;
- ✓ визнання цінності освіти, науки, культури;
- ✓ прагнення до нововведень;
- ✓ гуманізм;
- ✓ допомога мало захищеним людям;
- ✓ підвищення рівня релігійних, етичних, культурних цінностей у суспільстві.

Формування етики відносин зі співробітниками



Дискримінація на ринку праці

Гендерна дискримінація



Професійна мораль відображає особливості моральної свідомості, взаємовідносин, поведінки людей, які обумовлені специфікою професійної діяльності

Професійну етику визначають як сукупність правил поведінки, за допомогою яких можна оцінити його діяльність з точки зору таких цінностей, як справедливість, чесність, совість, гідність, людяність, чуйність тощо

Професійна етика вирізняється:



усвідомленою
ретельною
розробкою
професійних
етичних норм



побудовою системи
взаємозалежних
цінностей,
принципів, норм,
установок,
зафіксованих в
Етичному кодексі



існуванням групи
людей, що
відповідають за
підтримку і захист
цих норм

Професійна етика регулює:

прийняття рішень у типових і нетипових ситуаціях професійної діяльності

вирішення етичних проблем колективної діяльності

аналіз і визначення загальних моральних основ професійної діяльності

залучення до вирішення моральних проблем знань з інших галузей науки

пропаганду моральних ідеалів до яких необхідно прагнути професійним групам і працівникам у своїй діяльності

Етичні типи підприємців та їх моральні цінності

Ставлення	"Акули" 	"Дельфіни" 
До людей	<p>Люди, крім мене, в основному, погані; вони не цінують добро і розуміють тільки силу.</p> <p>Це об'єкти, які слід використовувати. Конкурент — мій ворог, якого слід усувати</p>	<p>Більшість людей гідні поваги і довіри.</p> <p>Добром можна досягти більше, аніж силою.</p> <p>Щирість і довіра — основа ділових відносин.</p> <p>Інших слід намагатися зрозуміти</p>
До суспільства	<p>Це — зібрання людей, одні з яких можуть бути мені корисними, інші — ні</p>	<p>Суспільство слід поважати, а законів дотримуватися</p>
До себе	<p>Я кращий за всіх</p>	<p>Я, загалом, непогана людина і гідна поваги</p>

Етичні типи підприємців та їх моральні цінності

Ставлення	"Акули" 	"Дельфіни" 
До справи	Моя справа — основа моєї влади, засіб захисту від людей і суспільства	Моя справа — моє призначення, засіб самореалізації. Це можливість жити краще самому і допомагати в цьому іншим
До ризику	Визначається тільки співвідношенням між очікуваним прибутком і потенційною небезпекою	Визначається розрахунком довгострокових результатів, співвідношенням між очікуваним прибутком і небезпекою знищити діло, зашкодити іншим людям

Етичні типи підприємців та їх моральні цінності

Ставлення	"Акули" 	"Дельфіни" 
До мети життя	Я живу для себе, щоб мати більше грошей, влади, все найкраще і жити якомога довше	Я живу, щоб зробити життя — своє та інших — кращим, щоб залишити добру згадку про себе, щоб мати можливість чесно дивитися людям у вічі і користуватися їхньою повагою
До засобів досягнення мети	Будь-який моральний вибір визначається тільки матеріальними результатами	Засоби вибираю такі, що відповідають закону і не суперечать моїм моральним принципам. Опора на свої сили і довіру до партнерів
До друзів і ворогів	Потенційно всі люди конкуренти у боротьбі за матеріальні блага, але з деякими можна тимчасово кооперуватися	Потенційно всі люди можуть бути партнерами у взаємовигідному співробітництві. Головний критерій вибору — ділова репутація, подібні ціннісні орієнтації

Спілкуючись, люди виявляють різні стереотипи поведінки, які називають моделлю спілкування. Серед них, наприклад, такі:

- “Монблан” (диктаторська модель). Для людини, що демонструє таку модель спілкування, характерним є: відчуженість від співрозмовника; уявлення про всіх людей як про сіру масу; створення великої дистанції між собою та іншими; зверхність, підкреслення свого соціального статусу або віку; використання спілкування в основному для отримання або передачі інформації;
- “Китайська стіна” (неконтактна модель). При цьому характерними є небажання співпрацювати, велика психологічна дистанція, відсутність зворотного зв’язку;
- “Тетерев” (гіпореклексивна модель). При цьому дуже великою є зосередженість на собі. Така людина слухає лише саму себе, у неї відсутні реакції на співрозмовників, вона не вміє вести діалог;
- “Гамлет” (гіпрефлексивна модель). Для такої людини важливим є те, як її сприймають співрозмовники. Вона виявляє недовіру, образливість, нерідко неадекватно реагує на інших;
- “Робот” (негнучке реагування). Така людина не вміє вести діалог, не сприймає зміни ситуації та настрою співрозмовника, зворотний зв’язок її не цікавить. При цьому характерними є жорстка логіка, спілкування за раніше складеною програмою;
- “Я сам” (авторитарна). Така людина домінує у розмові, не бажає слухати інших, ставить до них зверхньо, зворотні зв’язки для неї мають слабе значення;
- “Локатор” (диференційна увага). Для такої людини характерним є орієнтування не на всіх співрозмовників, а лише на їх частину (друзів або ворогів), виділення так званих улюбленців;
- “Спілка” (активна взаємодія). Для людини, що дотримується такої моделі спілкування, характерним є: вміння вести діалог; уважне слухання інших; і дотримання мажорного настрою у співрозмовників; намагання приймати рішення спільними зусиллями; наявність прямих і зворотних зв’язків.

Кольори ділового одягу: загальна характеристика

- Королівський синій і глибокий відтінок морської хвилі справлять враження авторитетності, гідності і владності
- Темні і приглушені кольори глибоко-зеленого і сірувато-оливкового символізують багатство, здоров'я, натхнення
- Консервативний, стриманий імідж додають вашій зовнішності сірий і хакі з сіруватим відтінком

Неприйнятні кольори

- ЗЕЛЕНИЙ занадто яскравий для ділового одягу. Але з зеленого спектра можете використовувати нефритовий, оливковий, хакі, темний пляшковий і морської хвилі
- КОРИЧНЕВИЙ - за неписаними традиціями бізнесу, коричневий неприйнятний для ділових костюмів

Заборонені кольори:

- помаранчевий
- яскраво-жовтий
- яскраво-рожевий
- блідо-блакитний
- яскравий волошковий
- бірюзовий
- яскраво-червоний
- пурпурний

КОСТЮМ

Чорний залишається незамінним як колір смокінга (форма одягу Black tie) і фрака (White tie) для прийомів і інших вечірніх урочистих заходів, а також для траурних церемоній. Однак дуже обмежено зустрічається в інших ситуаціях ділового спілкування. Це створює авторитетний, владний імідж.



Темно-синій. Чоловік у костюмі цього кольору справляє враження класичного бізнесмена, але залежно від забарвлення сорочки, краватки може бути таким, що вселяє довіру (світлі тони) і суворим, офіційним (біла сорочка).

КОСТЮМ



- **Сірий.** Вишуканість і коректність - ось складові костюмів цього кольору
- Бізнесмен справляє враження людини, яка прагне підвищити свій індивідуальний статус і знайти максимум свободи дій
- **Світло-сірий, бежевий** - кольори для чоловічих костюмів в теплу пору року (виняток становлять суворо офіційні ситуації, де краще використовувати темні кольори)

КОСТЮМ

- **Костюм в клітку або в смужку.** Чим інтенсивніше і крупніше малюнок, тим імідж менш діловий, швидше стильний, повсякденний, спортивний
- **Розбивка в кольорі штанів і піджака.** У бізнес-середовищі (виключаємо служителів мистецтва, науки, освіти та модельного бізнесу) різний колір штанів і піджака знижує імідж управлінця до рівня торгового рекламного агента, комерційного представника, який працює в провінції
- **Костюм-трійка** виглядає більш дорогим, тому його володар буде складати враження людини, якому не шкода віддати додаткову суму за завершеність і респектабельність свого образу

Покрій штанів

традиційний, класичний (не вузький і не розкльошений)

- Кишені не повинні стирчати
- Ремінь брюк або підтяжки обов'язкові, навіть якщо штани прекрасно тримаються. Ремінь повинен бути найтемнішою частиною вашого гардеробу
- Коли ви стоїте, ззаду штани повинні доходити до каблука черевик, попереду - закривати верхні отвори для шнурків; над підйомом утворюється м'яка складка
- Манжети необхідні, якщо штани зшиті з тонкої тканини

Чи можна знімати піджак на роботі?

- Це може зробити начальник у присутності своїх підлеглих
- Допускається серед співробітників, тільки якщо вони рівні між собою по чину.
Підлеглий не може прийти до керівника без піджака - це саботаж
- У присутності сторонніх відвідувачів, тобто в офіційній обстановці, це заборонено

Чи можна носити піджак зовсім розстебнутим?

- Так, якщо дотримані умови:
 - це піджак однобортний;
 - під піджаком є жилет;
 - це допустимо тільки в неофіційній обстановці, серед своїх колег і співробітників;
 - розстебнути гудзики піджака можна під час сніданку, вечері, обіду або сидячи в кріслі.
- Заборонено розстібати піджак в офіційних або чим-небудь значимих ситуаціях. Такими вважаються: виступ з промовою (доповідь, презентація); привітання або вручення нагород і подарунків; запрошення до танцю; знайомство, вітання і прощання з діловим партнером. У застебнутому піджаці входять до знайомих, у ресторан, в кабінет на нараду, в зал для глядачів театру, сидять у президії

Кишені костюма - що і де має знаходитися?

- Внутрішня кишеня піджака: ручка, гребінець, тонкі плоскі предмети (маленька записна книжка, плоский гаманець)
- Нагрудна зовнішня кишеня піджака: тільки декоративна хустка, що не повторює забарвлення краватки
- Бічні кишені піджака: окуляри, візитки
- Карман жилета: кишеньковий годинник
- Бічні кишені штанів: носовичок, таблетки, ключі (їх носити в чохлі, щоб не порвати штани і не дзвеніти при ходьбі)
- Задня кишеня штанів: про неї взагалі забудьте і туди ніколи нічого не кладіть

СОРОЧКИ

- **Забарвлення.** В офісі носять тільки світлі сорочки. Чим інтенсивніше колір сорочки, тим більше вона втрачає універсальність ділового іміджу, стає повсякденною
- **Фасон.** Сорочка для бізнесу - тільки з відкладним комірцем. Сорочки з гудзиками на комірці - варіант повсякденний або спортивний. Сорочки з короткими рукавами - тільки для прогулянок і активного відпочинку

ШКАРПЕТКИ

Правила:

- повинні бути настільки високими, щоб ніколи не було видно гомілку, навіть якщо ви сядете в низьке м'яке крісло
- повинні щільно сидіти на нозі, а не спускатися складками
- виключно однотонні: або під колір взуття, або під колір штанів (останнє краще)



ЧОЛОВІЧІ ПРИКРАСИ І АКСЕСУАРИ

- **Вінчальне кільце** (чоловіче - не менш 0,5 см) одне на руці

- **Запонки** плоскі з білого металу (біле золото, платина, срібло, паладій), а як особливо ошатний варіант – з білим або чорним перлами або оніксом. Діаманти - тільки під фрак або смокінг.

Ледь помітні на манжеті, що виступає з рукава піджака на 1,5-2 см



- **Носові хустки.** Має бути три. Дві «робочих» перебувають в кишенях штанів (або в дамській сумочці у жінок) і, змінюючи одна одну протягом дня, використовуються безпосередньо за призначенням. Оновлювати (освіжати) їх потрібно щодня. Місія третьої хустки виключно світська



ЖІНОЧІЙ ДІЛОВИЙ ОДЯГ

Заборони

- Приталений або обтягуючий одяг
- Не можна в офіційній обстановці ділових зустрічей з партнерами бути в брючному костюмі. Однак доречно в брючному костюмі відправитися з діловою делегацією на автобусну екскурсію або в замиську поїздку
- Не можна "міні"
- Розріз на спідниці – не доцільно
- Сукня - це внутрішньо фірмовий одяг, вона доречна, якщо ви знаходитесь в оточенні тільки своїх співробітників. і в цьому випадку вона повинна бути з довгим рукавом або така, що закриває не менш ніж три чверті руки
- Категорично виключаються чоботи, черевики і босоніжки

Прикраси



- ✓ Закони хорошого смаку: уникайте носити ювелірні вироби у формі серця, знаків зодіаку, хрестиків чи тризубів
- ✓ Не забувайте важливе правило: чим масивніші і дорожчі прикраси, чим більші камені, тим простіше повинні бути зачіска і макіяж
- ✓ Пам'ятайте про доцільність прикрас ситуації й обстановці
- ✓ Кращими денними прикрасами можна вважати:
 - Намиста приглушених тонів з напівкоштовних (янтар, аметист, онікс, тигрове око, гранат, корал, кварц, агат);
 - Перли, в тому числі і кольорові (сірий, блакитний, бежевий);
 - Шпильки й брошки з темним напівдорогоцінним камінням (аметист, гранат, топаз).
- ✓ Не захоплюйтеся великою кількістю кілець на руках. Не більше ніж по одному персняю на кожній руці

Взуття



- В обстановці офісу вас повинні бачити тільки в туфлях-човниках
- Категорично виключаються чоботи, черевики і босоніжки
- Каблук не нижче 5 см
- Колір взуття повинен бути на тон темніше подолу



КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

- *Корпоративна культура підприємства* - це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників

Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у організації



Основні концепції, що асоціюються з культурою в організації, такі:



- вироблені певні правила гри, тобто поведінки, які повинні засвоїти новачки, що приходять на роботу в організацію
- психологічний клімат, тобто характерна манера взаємодії членів організації між собою та з іншими
- здатність підтримувати певні дії, які передаються з покоління в покоління без відповідних наказів
- підтримання певного складу мислення членів організації щодо її іміджу
- символи, ідеї, образи, які вироблені в організації і які навіть на несвідомому рівні підтримуються її членами



Рівні організаційної культури:



Рівень артефактів

- включає такі елементи, як мову, стиль (в одязі), манери спілкування, емоційну атмосферу, міфи та історію, ритуали, церемонії тощо.



Проголошені цінності

- набір цінностей, які знайшли реальне втілення в ідеології чи організаційній філософії



Базові уявлення

- внутрішньо-організаційні норми і соціальні ролі, що регулюють поведінку членів організації

Оцінка корпоративної культури організації зі сторони:

1) як організовано виробництво і виконуються професійні обов'язки

2) як окремі працівники та підрозділи взаємодіють між собою

3) який вигляд має міжособистісне спілкування, тобто як спілкуються працівники між собою, з клієнтами, партнерами, акціонерами та конкурентами



Питання 3. Кодекс етики в бізнесі

- **Кодекс етики в бізнесі** — це зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними



Типи етичних кодексів:

Контракт

кодекси, які представлені у вигляді документу з докладно розробленими правилами, включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу

Соціальні кодекси

кодекси, які регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами, співробітниками тощо

Корпоративні кодекси

кодекси, які включають положення про цінності організації, її філософію та цілі (викладають основи корпоративної культури)

Професійні кодекси

кодекси, які визначають міжособистісні стосунки в організації і погоджують інтереси працівників та організації (наприклад, угоди, які укладаються між адміністрацією та профспілкою)



Дякую за увагу!

