

Бізнеси, які впроваджують інклюзивні практики

Політики, кейси та історії змін

Зміст

Зміст	1
Вступ	8
Як ЛУН масштабує Mapy безбар'єрності, проводить внутрішні аукціони та впроваджує сабатікал	9
Різноманітність у цінностях та доступність	9
Мапа безбар'єрності	10
Підтримка співробітників у ЗСУ та внутрішні аукціони	11
Розіграш квартири за донат та інтерактивні мапи з підтримкою героїв	12
Формат роботи, правило «плюс один» та петфрендлі офіс	13
Соціальні проєкти та коворкінги для студентів	14
Психологічна підтримка, сабатікал та декрет для татусів	15
Кроки до цифрової доступності	15
Як Starlight Media продумує ветеранську політику, отримує зворотний зв'язок від мобілізованих колег та вчить чутливій взаємодії творців контенту	17
Створення ветеранської політики, підтримка сімей та внутрішня конференція	17
Принципи бізнесу, дружнього до ветеранів та ветеранок	19
Зовнішні комунікації та зустрічі з носіями досвідів	20
Соціальний захист працівників та їхніх рідних	21
Психологічна стійкість	21
Підтримка ЗСУ через ефіри та офлайн зустрічі з пораненими	21
Корпоративна стратегія різноманіття та інклюзивності	22
Підтримка та жіноче лідерство	22
Архітектурна доступність	23
Як «Фокстрот» впроваджує цифрове рішення із перекладачами жестової мови, створює ветеранські політики та працевлаштовує ВПО	24
Наставництво, програма «ПартТаймер» та підтримка ВПО	24
Сервіс з обслуговування жестовою мовою	25
Комплексні рішення для безбар'єрного торгового простору	27
Програма реінтеграції ветеранів та ветеранок	28
Психологічна підтримка співробітників та тематичні курси	29
Соціальні проєкти та волонтерство	30
Як компанія Intellias розробляє ветеранські політики, підтримує внутрішні спільноти та тестує доступність	32
Політика щодо рівності, різноманітності та інклюзії (EDI)	32
Підтримка ветеранів та ветеранок — від рекрутингу до спортивної реабілітації	33
Підтримка сімей	36

Архітектурна доступність та індивідуальний підхід	37
Цифрова доступність	38
Підтримка батьків, кімнати для грудного вигодовування та відпустка для співробітників, які усиновлюють дітей	39
Антидискримінаційні політики	40
Гендерна рівність і підтримка жінок	40
Психологічна підтримка та кімнати тиші	40
Спортивні активності	41
Спільнота петперентів	41
Підтримка ЗСУ та поширення зборів	41
Як ДІЛА робить мережу медичної лабораторії архітектурно доступною, готується до найму людей з інвалідністю та підтримує жінок	42
Архітектурна доступність та готовність працевлаштовувати людей з інвалідністю	42
Цифрова доступність	44
Підтримка ветеранів та ветеранок	45
Підтримка батьківства та підтримка жінок	46
Петперенти	47
Ментальне здоров'я	48
Підтримка ЗСУ	48
Підтримка ВПО	49
Як COMFY впроваджує «години тиші», веде внутрішні соціальні мережі та розвиває програму перекваліфікації для жінок	50
Дружній сервіс для клієнтів та «години тиші»	50
Архітектурна доступність та політика інклюзивності	51
Ветеранські політики та внутрішні соціальні мережі для зв'язку	52
Допомога ЗСУ та постраждалим внаслідок ворожих атак	52
Гендерна рівність та залучення жінок до «традиційних чоловічих» професій	53
Підтримка співробітників та співробітниць з дітьми	54
Підтримка петперентів	55
Проєкт Mental Care та підтримка у складних ситуаціях	55
Цінності та підтримка Pride Month	56
Як «Сільпо» робить інклюзію частиною операційної роботи, продумує сервіс для всіх, підтримує працівників та працівниць у війську	57
Архітектурна доступність просторів та зручні каси самообслуговування	57
Інклюзивність та різні сценарії взаємодії з простором	58
Цифрова доступність	59
Підтримка ветеранів, ветеранок та мобілізованих працівників	60
Психічне здоров'я, творчі й тілесно-орієнтовані активності	61
Підтримка батьківства та жінок	61
Підтримка вразливих груп: ВПО, вагітні, представники ЛГБТ+	62
Підтримка ЗСУ та соціальні ініціативи	63

Як WOG впроваджує доступність на АЗК, підтримує мобілізованих співробітників, навчає ветеранів та ветеранок запускати свої кав'ярні	65
Актуальні виклики та рішення	65
Доступність АЗК	66
Ветеранські програми та навчання для запуску своєї кав'ярні	66
Підтримка мобілізованих працівників	67
Гендерна рівність	68
Підтримка батьківства	69
Петперенти	69
Підтримка психічного здоров'я та підтримка ідей	70
Підтримка ЗСУ та допомога тим, хто постраждав від атак	71
Як «Укрзалізниця» реалізує стратегію безбар'єрності, модернізує рухомий склад і продумує ветеранські програми	72
Стратегія безбар'єрності, інклюзивні вагони та зворотний зв'язок	72
Архітектурна доступність на вокзалах та станціях	74
Ветеранські програми та визначення нових посад	74
Підтримка батьківства	76
Гендерна рівність професії, які були суто «чоловічими»	76
Підтримка психічного здоров'я	76
Підтримка петперентів під час подорожей	77
Підтримка ЗСУ	77
Соціальні ініціативи та меморіал пам'яті	78
Культура інклюзії та допомога з адаптацією	78
Цифрова доступність та перекладачі	79
Як «Планета Кіно» облаштовує кінотеатри, які зручно відвідувати людям з інвалідністю, та підтримує соціальні ініціативи	80
Запуск внутрішнього курсу на тему безбар'єрності	80
Доступність для глядачів та глядачок	81
Сеанси, доступні для людей з порушеннями зору і слуху	81
Підтримка мобілізованих співробітників, ЗСУ та соціальних ініціатив	82
Як SoftServe забезпечує рівні можливості для всіх співробітників та співробітниць, враховує цифрову доступність та підтримує мобілізованих працівників	84
Архітектурна доступність приміщень та заходів	84
Рівні можливості та адаптація робочих процесів	85
Цифрова доступність та команда Accessibility Testing	85
Підтримка мобілізованих працівників, ветеранів та ветеранок	86
Навчання для працівників та працівниць	87
Підтримка психічного здоров'я	87
Підтримка батьківства та дітей	89
Підтримка ВПО	89
Підтримка соціальних ініціатив та волонтерство	90
Підтримка Сил оборони України	91

Як «Аврора» впроваджує стратегію безбар'єрності, об'єднує ветеранське ком'юніті та долучається до розвитку соціальних ініціатив	92
Посада Chief Inclusion Officer та архітектурна доступність	92
Підтримка мобілізованих працівників та посада Chief Veterans Officer для ветеранського ком'юніті	93
Підтримка батьківства та Татошколи	94
Підтримка ВПО	95
Гендерна рівність, можливості для освоєння «нетипових» професій, політики комплаєнсу	95
Підтримка психічного здоров'я, фізичні активності та петфрендлі політика	96
Підтримка соціальних ініціатив та донація крові	97
Підтримка Сил оборони України	98
Як Ukлон втілює проєкт з інклюзивним класом авто, наймає водіїв з інвалідністю та підтримує соціальні ініціативи	99
Інклюзивний клас	99
Як адаптували інклюзивні автомобілі	100
Інклюзивність у команді та сервісі	101
Жіночий клас авто	102
Цифрова доступність	102
Підтримка психічного здоров'я працівників	102
Підтримка батьківства	103
Петперенти	103
Підтримка Сил оборони України та соціальні ініціативи	104
Як METRO Україна впроваджує переклад жестовою мовою, формує програму підтримки ветеранів та ветеранок, проводить аудити доступності	105
Своя формула безбар'єрного середовища	105
Аудити доступності просторів та динаміка змін	106
Програма підтримки ветеранів та ветеранок	107
Переклад жестовою мовою та підтримка всіх співробітників	107
Підтримка батьківства	108
Підтримка жінок та протидія мобінгу	109
Допомога тваринам, петперенти та правила	109
Культура добробуту та простір підтримки	109
Підтримка соціальних проєктів	110
Допомога військовим	111
Як компанія Winner впроваджує інклюзивність, підтримує працівників та працівниць, залучає колег до волонтерства	112
Підтримка збірної України з паратриатлону та заглиблення в тему інклюзії	112
Архітектурна доступність та підтримка людей з інвалідністю	113
Принципи дружнього бізнесу та працевлаштування ветеранів та ветеранок	114

Психологічна підтримка	115
Підтримка батьківства	116
Петфрендлі дилерські центри та поїздка в кінологічний центр	116
Компенсації за навчання	116
Підтримка колег у війську та допомога з відновленням житла	117
Підтримка військових підрозділів та соціальних проєктів	117
Волонтерство, до якого долучаються співробітники	118
Як Veterano Coffee Kyiv продумує сервіс, навчає коректній взаємодії з клієнтами та клієнтками, готує «підвіз» кави для військових	120
Інклюзивність у сервісі	121
Петперенти	122
Психологиня як частина команди, навчання без примусу та безпека персоналу	122
Підтримка ветеранів та ветеранок у відкритті власного бізнесу	123
Підтримка ВПО	125
Підтримка ЗСУ, «підвіз» кави, тренінги з домедичної допомоги	125
Культура вшанування пам'яті	126
Як ПриватБанк трансформує свої відділення, впроваджує цифрову доступність, підтримує мобілізованих співробітників та співробітниць-добровольць	127
Архітектурна доступність	127
Інклюзивне середовище та жінки на посадах інкасаторок	129
Підтримка ветеранів та мобілізованих працівників	130
Підтримка психічного здоров'я	131
Підтримка батьківства та жінок	132
Гендерна рівність та жінки-добровольці	132
Підтримка внутрішньо переміщених осіб	133
Цифрова доступність	134
Підтримка Сил оборони України	134
Підтримка соціальних ініціатив	135
Як «Данон Україна» розвиває інклюзивність через увагу до деталей, підтримує ВПО, сприяє професійній адаптації ветеранів та ветеранок	137
Архітектурна доступність та увага до деталей	137
Цифрова доступність	138
Інклюзивність та індивідуальний підхід	139
Підтримка батьківства та жінок	139
Петперенти	140
Підтримка психічного здоров'я	141
Підтримка ветеранів та мобілізованих працівників	141
Підтримка соціальних ініціатив і Сил оборони України	142
Підтримка ВПО	143
Як ДТЕК Енерго розвиває інклюзивність, допомагає ветеранам повернутись до роботи та створює доступне середовище для працівників	

144

Інклюзивність, навчання для зміни свідомості та поняття «легкої праці»	146
Підтримка мобілізованих працівників та ветеранів	147
Психічне здоров'я та спортивні команди	148
Підтримка ВПО	149
Підтримка батьківства та жінок	149
Гендерна рівність та довгострокова політика щодо рівних можливостей	150
Доступність інформації	151

Як ОГТСУ підтримує мобілізованих і демобілізованих співробітників, приділяє увагу ВПО та дітям співробітників 153

Ключові напрями, сформовані актуальними викликами	153
Ветеранська політика та підтримка співробітників, які долучилися до ЗСУ	154
Підтримка дітей співробітників та співробітниць	155
Підтримка ВПО	156
Підтримка Сил оборони України	156

Як «Сенс» робить простори книгарень доступними, створює недискримінаційний робочий простір та підтримує соціальні ініціативи 157

Доступність просторів та коректна комунікація	157
Підтримка мобілізованих співробітників	158
Підтримка батьківства	158
Гендерна рівність та недискримінація при працевлаштуванні	159
Петперенти як частина культури книгарні	159
Підтримка психічного здоров'я	160
Підтримка соціальних проєктів, волонтерство та культура пам'яті	160

Як ЕРАМ підтримує ветеранів та мобілізованих працівників, проводить навчання з цифрової доступності, підтримує медиків на передовій 162

Цифрова доступність та навчання	162
Програми з підтримки ветеранів та ветеранок	163
Рівність у працевлаштуванні	164
Стрес-тести офісів	165
Підтримка психічного здоров'я співробітників та співробітниць	165
Підтримка медиків на передовій	165
Курси для людей старшого віку	166

Як ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» впроваджує сучасні європейські практики, враховує архітектурну доступність та облаштовує додаткову зону для годування немовлят 167

Європейські практики, адаптовані під українські реалії	167
Архітектурна доступність та допоміжні засоби	168
Підтримка мобілізованих співробітників	169
Положення про інклюзивність	169
Підтримка батьківства та додаткова зона для годування немовлят	169

Підтримка петперентів	170
Колективні подорожі та оцінка рівня задоволеності	170
Підтримка ВПО та соціальних ініціатив	171
Підтримка ЗСУ	171
Цифрова доступність	171
Як Euristiq стає дружньою компанією до ветеранів та ветеранок, підтримує батьківство, проводить збори та волонтерські активності	173
Архітектурна доступність	173
Формування ветеранських програм	174
Підтримка мобілізованих співробітників	175
Працевлаштування людей з інвалідністю та недискримінація	175
Підтримка батьківства	176
Підтримка психічного здоров'я та петперенти	176
Збори на потреби війська та волонтерські активності	177

Вступ

Громадська організація «Доступно.УА» підготувала посібник про досвід свідомих бізнесів, які впроваджують зміни та реагують на виклики сьогодення.

Що у посібнику

Ми спілкувалися з представниками та представницями компаній, які розвивають інклюзію, і просили їх поділитися надихаючим досвідом.

На які теми говорили

Архітектурна доступність просторів; підтримка ветеранів та ветеранок (повернення співробітників, які долучилися до війська; готовність наймати ветеранів тощо); підтримка ЗСУ; працевлаштування людей з інвалідністю; підтримка батьківства; гендерна рівність у компанії; політики недискримінації; підтримка ВПО; соціальні ініціативи; цифрова доступність; психологічна підтримка.

Кого і чим може надихнути наш посібник

Представники та представниці бізнесів знайдуть підказки, з чого можна почати, що варто прописати у політиках та як визначити пріоритети.

Керівники та керівниці соціальних напрямів візьмуть на замітку варіанти навчання та активностей, які можна запропонувати командам.

Люди, які шукають роботу, зможуть придивитися до компаній, які дружні до ветеранів та ветеранок, людей з інвалідністю, батьків з маленькими дітьми та інших кандидатів, які можуть зазнавати дискримінації.

Клієнти та клієнтки бізнесів, яким важливо користуватися послугами соціально відповідальних компаній, знайдуть для себе корисні орієнтири.

Як ЛУН масштабує Mapu безбар'єрності, проводить внутрішні аукціони та впроваджує сабатікал

ЛУН — українська ІТ-компанія, заснована у 2008 році, яка спеціалізується на створенні інноваційних [PropTech](#)-рішень.

ЛУН розробляє та впроваджує продукти, які спрощують процес купівлі, продажу та оренди нерухомості в Україні та за її межами. Компанія працює у 10 країнах світу.

Як ЛУН формує культуру підтримки мобілізованих колег та проводить внутрішні аукціони? Як розвиває Mapu безбар'єрності та співпрацює із Міністерством розвитку громад? Як протидіє вигоранню та реагує на потреби співробітників? Про це розповіли HR People Partner ЛУН [Яна Велігурська](#) та кураторка ЛУН Місто, керівниця напряму соціальної відповідальності в ЛУН [Анна Денисенко](#).

Різноманітність у цінностях та доступність

За мірками ІТ-сфери ЛУН — це невелика компанія, де наразі працює понад 100 людей. У штаті немає окремих фахівців, які займаються інклюзією, рівністю та різноманіттям, проте ці напрями є базовими цінностями компанії.

«ЛУН не має упереджень щодо працевлаштування. Ми раді у команді кожному та кожній, хто розділяє наші цінності», — зазначають у компанії.

Понад половину команди ЛУН становлять жінки — вони створюють, рахують, вигадують, ухвалюють рішення. Троє з п'яти найнятих топ-менеджерок — жінки. Десята частина працівників компанії — батьки дітей до 6 років.

Наразі в штаті немає людей з інвалідністю. Причина в тому, що компанія ще не отримувала резюме від кандидатів із інвалідністю. Але в ЛУН вже перевірили свої простори на доступність, тому вони відкриті до працевлаштування всіх кандидатів та кандидаток.

«Будемо раді отримати резюме від людей з інвалідністю — ми проаналізували рівень безбар'єрності нашого офісу, який знаходиться у новобудові, розробили план усунення всіх фізичних бар'єрів та вже втілили низку важливих рішень у цьому напрямі».

Якщо людині потрібна ситуативна допомога, офіс-менеджери ЛУН готові бути поряд. Також в компанії працює система фідбеку: всі відгуки співробітників опрацьовують та шукають оптимальні рішення. Це також стосується системи цінностей у колективі та вчасної реакції на неприпустимі висловлювання чи дискримінацію.

Мапа безбар'єрності

У компанії ЛУН є соціальна ініціатива — громадська організація під назвою [ЛУН Місто](#). Її — місія досліджувати комфорт і якість життя в українських містах та сприяти їхньому сталому розвитку.

ЛУН Місто підтримує безбар'єрність як ключову складову комфортного та функціонального середовища, яке має бути доступним для всіх. Тому громадська організація почала створювати проєкти, що в режимі онлайн показують, наскільки міста зручні для маломобільних груп населення.

«До 2022 року компанія ЛУН спрямовувала свою діяльність на створення сервісів і міських досліджень, що сприяють покращенню благоустрою територій. Після повномасштабного вторгнення, коли у людей поступово проходив шок, знову з'явився запит на комфорт — а саме на подолання бар'єрів. Тому ми сконцентрувалися на проєктах, які допомагають втілювати безбар'єрність у наших містах», — говорить кураторка ЛУН Місто, керівниця напряму соціальної відповідальності в ЛУН Анна Денисенко.

У 2023 році з'явилася загальноукраїнська [Мапа безбар'єрності](#) від ЛУН — це платформа, на якій зібрана актуальна інформація щодо рівня доступності локацій в Україні. Житло, магазини, кафе та ресторани, парки, вулиці, заклади освіти та заклади соцпослуг, громадські зупинки — по цим об'єктам на мапі можна знайти інформацію з переліком наявних елементів доступності.

Дані для Мапи безбар'єрності збирались за допомогою чеклистів, які в ЛУН Місто розробили спільно з громадською організацією [«Безбар'єрність»](#).

«Ми айтівці, у яких є великий досвід збору й аналізу даних, а також досвід створення інтерактивних мап. Команда ЛУН Місто розмірковувала, що корисного ми можемо зробити з цією експертизою — так з'явилася ідея запустити проєкт з Мапою безбар'єрності. Її головна мета — промаркувати рівень доступності всіх локацій в Україні, щоб люди розуміли, чи комфортно їм буде перебувати у тому чи іншому місці», — говорить Анна Денисенко.

Спочатку команда ЛУН Місто планувала, що дані по Мапі безбар'єрності буде заповнено за кілька місяців. Але Мапа безбар'єрності продовжує розвиватися — вона масштабується та посилює свій вплив на доступність бізнесів.

«Ми запрошуємо бізнеси долучатися до мапи. І одна з головних причин, чому це важливо, — бізнеси аналізують, що у них вже продумано, а що варто зробити для клієнтів та співробітників», — підмічає Анна Денисенко.

Щоб наповнювати Мапу безбар'єрності ЛУН Місто часто залучає студентів — вони моніторять локації та вносять дані по чеклисту. У ЛУН зазначають, що це частина роботи над свідомістю громадян.

«Залучення вкрай важливе — після того, як людина попрацювала із чеклистами, вона зовсім інакше дивиться на світ. Також даними з мапи можуть скористатися представники міськрад, навіть якщо зараз немає бюджетів на великі архітектурні зміни, вони вже матимуть важливу інформацію про наявні та інколи неочевидні бар'єри».

У 2025 році ЛУН Місто розпочав співпрацю з Міністерством розвитку громад та територій України. Проходить робота над двома проектами:

1) Щороку Мінрозвитку проводить моніторинг рівня безбар'єрності, раніше результати були зафіксовані зокрема в паперовій формі, цьогоріч — все цифровізують та перенесуть на Мапу безбар'єрності.

- За результатами моніторингу доступності у громадах на інтерактивній Мапі з'явилося близько 70 тисяч об'єктів.

2) Проходить створення безбар'єрних маршрутів в 15 містах України.

- Майже 2 тисячі об'єктів нанесено на Мапу безбар'єрності у межах проекту «Рух без бар'єрів».

Підтримка співробітників у ЗСУ та внутрішні аукціони

З початку повномасштабного вторгнення компанія ЛУН намагалася бути на зв'язку з усіма співробітниками та допомагала тим, хто потребував евакуації з прифронтових територій.

Весною 2022 року одна із співробітниць компанії добровільно долучилась до війська — вона стала бойовою медикинею. З цього моменту компанія ЛУН поставила перед собою ціль допомагати підрозділам, де служать їхні колеги.

Співробітники ЛУН, які проходять службу, щомісяця отримують військову стипендію з фіксованою сумою.

Стосовно повернення співробітників до цивільного життя — у компанії поки що немає таких кейсів, наразі всі мобілізовані співробітники проходять службу. Проте ЛУН вже готується до працевлаштування ветеранів та ветеранок.

Наприклад, HR People Partner ЛУН Яна Велігурська пройшла курси від [Happy Monday](#) та [Українського ветеранського фонду](#) про те, як вибудувати ветеранські політики. Також у компанії вже знають, який формат повернення до роботи пропонуватимуть демобілізованим колегам.

«З колегами, які долучаються до війська ми будемо домовлятися так: як тільки вони завершують службу, ми питаємо, чи є у них бажання повернутися до компанії. Якщо людина бажає знову працювати з нами, ми проведемо розмову про те, яку позицію вона може зайняти, якщо її посаду обіймає інша людина», — зазначає Яна Велігурська.

Вся People Care team компанії ЛУН освоїла базові правила коректного спілкування з ветеранами та ветеранками. Це допоможе в подальшій роботі з працевлаштованими ветеранами і ветеранками, а також в підготовці до цього команд і менеджерів.

Після повномасштабного вторгнення в компанії з'явилася внутрішня традиція — проводити благодійні аукціони та збирати донати, щоб закрити збори тих, хто долучився до Збройних сил України.

«Ми хочемо, щоб люди, які зараз несуть службу, відчували нашу підтримку. Внутрішній збір донатів через лоти колег — це можливість показати, що ми залишаємося на зв'язку. Коли ваші дії мають важливу ціль, це дає відчуття згуртованості колективу», — говорить HR People Partner ЛУН Яна Велігурська.

Для співробітників та співробітниць аукціони стали активністю, до якої вони заздалегідь готуються, а після — відчують єднання з колегами.

«Зараз не всі вважають доречним робити великі корпоративи, а от аукціони — це дуже вдалий формат, який дає відчуття, що ви робите корисну справу. Спочатку ви шукаєте, що б можна було виставити на лот, потім “боретесь” донатами за лоти інших людей. Це можуть бути не тільки речі, але й, наприклад, можливість виграти вечерю у колеги, разом сходити на пікнік тощо», — зазначає Анна Денисенко.

Розіграш квартири за донат та інтерактивні мапи з підтримкою героїв

З початком повномасштабного вторгнення у команди ЛУН виникло бажання через свої проєкти підтримати військовослужбовців, ветеранів та ветеранок, а також загиблих героїв України.

Компанія проаналізувала, як вона може використати досвід, щоб створити соціальні проєкти та залучити свою аудиторію: *«За 16 років роботи у сфері*

нерухомості у нас вже є довіра серед девелоперів та покупців. Виходячи з цього, ми придумали спосіб, як можна зібрати донати. Ми оголошували збір, люди могли кидати донати від 300 гривень, і серед них розігрували квартиру від забудовника», — розповідає Анна Денисенко.

ЛУН вже чотри рази проводила розіграші квартир у новобудовах за донат. Зібрані кошти передали до фонду Повернись живим і на підсилення Третьої окремої штурмової бригади ЗСУ та інших.

Також ЛУН Місто спільно з Українським ветеранським фондом Мінветеранів запустили [Мапу ветеранських бізнесів](#).

А разом з [платформою пам'яті Меморіал](#) створила загальноукраїнську інтерактивну [Мапу Вулиці Героїв](#), на яку нанесені вулиці, названі на честь загиблих українців, та мапу [Ініціативи пам'яті](#). Мапа об'єднує ініціативи, які продовжують пам'ять про Героїв війни: кав'ярні, крамниці, майстерні, мурали, які були створені на їхню честь.

«Нам важливо пам'ятати і не забувати, завдяки кому ми живемо й продовжуємо працювати», — наголошує Анна Денисенко.

Формат роботи, правило «плюс один» та петфрендлі офіс

Компанія працює у гібридному форматі — співробітники можуть працювати і з офісу, і з дому. Також ЛУН має гнучкий графік, дозволяючи починати і закінчувати робочий день у зручний для людини час.

«Гнучкість у графіку дозволяє батькам планувати свій день так, щоб не витратити зайвий час на дорогу і не возити дитину в офіс без потреби», — підмічає Яна Велігурська.

Щоб не втрачати зв'язок між командами та співробітниками, у ЛУН організовують Friday lounge — раз на місяць всім пропонують зібратися в офісі та поспілкуватися в неформальній атмосфері.

«Після повномасштабного вторгнення у багатьох рідні чи друзі виїхали за кордон, тому такі зустрічі це своєрідна підтримка mental health — люди спілкуються, обмінюються досвідом, відчувають, що вони належать до спільноти», — говорить Яна Велігурська.

У компанії є правило — співробітники та співробітниці можуть приходити на роботу з «плюс однією людиною». Це можуть бути партнери та партнерки, діти і ті, з ким важливо побути разом. Під час відключень це правило дуже

допомагало — у офісі було постійне електроживлення, інтернет та гаряча вода.

Офіс компанії ЛУН петфрендлі, туди можна приводити своїх хвостиків. Але перед цим варто повідомити колег, після чого всі охочі можуть виділити час на спілкування.

«Дні, коли колеги приводять з собою собак, мають терапевтичний ефект. Це можливість відпочити, обійняти песика, поспілкуватися», — говорить Анна Денисенко.

Це також обмін досвідом для тих, хто планує завести хвостика, але поки що не наважується: *«Якщо є якісь сумніви, можна поставити питання колегам-петперентам. Подивитися, що вони насправді не втрачають мобільність, коли беруть із собою собаку, а возять її на своєму авто чи на таксі. І немає стресу, що під час обстрілів песика треба залишати вдома, його завжди можна взяти в наш офіс», — зазначає Яна Велігурська.*

Соціальні проєкти та коворкінги для студентів

У ЛУН є соціальні проєкти, присвячені технічній освіті та розвитку молоді. Компанія зробила два коворкінга у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка.

На факультеті радіофізики коворкінг має назву «Лунотека», а на факультеті кібернетики «Читалка» — тому що із старого читального залу зробили сучасний простір.

Компанія регулярно підтримує функціонування коворкінгів та заохочує студентів до розвитку.

«Багато випускників цих факультетів стали нашими співробітниками, також три фаундери компанії вчилися на факультеті кібернетики. Тому з'явилася ідея підтримати університет і створити місце, де студенти можуть обмінюватися ідеями, приходити на виступи спікерів і слухати презентації українських ІТ-компаній, надихатися та придумувати свої бізнеси», — зазначає Яна Велігурська.

Одна з рекрутерок компанії ЛУН була залучена до проєкту під назвою [Mom Work](#) — це безоплатний курс, створений для допомоги у пошуку роботи мамам дітей з інвалідністю. Його мета підтримати жінок в саморозвитку та прагненні поєднувати догляд за дитиною та оплачувану роботу.

«У межах проєкту наша рекрутерка допомагала з кар'єрними консультаціями, розповідала, як готуватися до співбесід. Досвід був позитивний, четверо жінок після Mom Work влаштувалися до нас на роботу — на сапорт, продажі та модерацію продукту Rieltor.ua. Їм запропонували

позиції з віддаленим форматом роботи і можливістю вибирати, коли вони можуть бути на зв'язку. Тому, як тільки у нас з'являються такі вакансії, ми пропонуємо їх спільноті матусь», — розповідає Яна Велігурська.

Компанія ЛУН долучалася до ініціативи «Трудолоб», яка займається навчанням та працевлаштуванням людей віком 50+.

«Ми вирішили, що це класний досвід, і спитали у команд, хто готовий взяти людину на інтернатуру. Команда контенту ЛУН погодилась, і до них у рамках ініціативи долучилася жінка 60+. Після навчання та отримання практичних навичок вона працювала з командою по наповненню сайту — як фрилансерка на проєктах», — говорить Яна Велігурська.

Психологічна підтримка, сабатікал та декрет для татусів

Після повномасштабного вторгнення компанія запрошувала психологів, щоб вони проводили лекції для співробітників на теми саморегуляції та психологічної витривалості.

У ЛУН слідкують, чи відгукуються теми співробітникам та роблять акцент на тому, що є більш актуальним. Наприклад, професійне вигорання. Тому в компанії є сабатікал — оплачувана відпустка на 25 і більше днів для відновлення сил. Кожні три роки сабатікал можуть брати люди, які працюють в компанії від 6 років.

«Сабатікал — це наш спосіб превентивно боротися із вигоранням, що часто стається з людьми, які довго працюють на одному місці, втомлюються і приймають рішення звільнитися. Ми наголошуємо, що це не звичайна відпустка і не лікарняний, тому, якщо людина хворіє під час сабатікалу, ми його продовжуємо», — зазначає Яна Велігурська.

«Сабатікал допомагає розвантажити голову і дає можливість свіжим поглядом поглянути на свою роль в компанії», — додає Анна Денисенко.

Для всіх співробітників у ЛУН доступні «рекавері» відпустки за свій рахунок, коли людина відчуває втому і хоче якийсь час не включатися в роботу, але при цьому їй гарантують збереження робочого місця.

Також у компанії є «декрет для татусів» — таку назву має відпустка на 10 робочих днів для чоловіків, яку можна взяти у будь-який період з моменту народження дитини.

Кроки до цифрової доступності

У ЛУН проходить ознайомлення та навчання з принципами цифрової доступності.

У компанії звертають увагу на контрастність своїх цифрових продуктів, міняють шрифти, якщо вони викликають труднощі зі сприйняттям. Також слідкують, щоб вони були сумісні із скрінрідерами, якими користуються незрячі люди.

У компанії зазначають, що деякі рішення потребують часу й ресурсів. Але є варіанти інформаційної доступності, які можна втілювати вже зараз. Наприклад, подавати текстові версії графіків та таблиць.

«Раніше ми у ЛУН Місто робили багато інфографік. Візуально це дуже красиво, але ми дізналися, що скрінрідери не можуть їх зчитати. Тому ми стали додавати текстове пояснення до кожної інфографіки — це нічого не коштує, але допомагає розв'язати проблему», — зазначає Анна Денисенко.

Найближчим часом команди працюватимуть над тим, щоб зробити Mapу безбар'єрності більш інклюзивною — ЛУН Місто впроваджуватиме технічні можливості для коректної роботи зі скрінрідерами та іншими інструментами доступності.

Як Starlight Media продумує ветеранську політику, отримує зворотний зв'язок від мобілізованих колег та вчить чутливій взаємодії творців контенту

Starlight Media — медіагрупа у сфері телебачення, створена 2009 року. Вона об'єднує низку компаній — виробників і дистриб'юторів теле- та діджитал-контенту для телевізійного ефіру, а також для діджитал-платформ.

До складу Starlight Media входять телеканали СТБ, Новий канал, ICTV, ICTV 2, М1, М2, ОЦЕ, Твій серіал, Super+ бренд «Твоє кіно». Також компанія має власний продакшн і компанії з оренди техніки, виготовлення декорацій для шоу.

Як медіагрупа розробляє комплексний підхід, створюючи ветеранську політику? Як враховує досвід мобілізованих працівників та ветеранів, які повертаються до роботи? Як працює над створенням контенту та вчить співробітників чутливої взаємодії? Як отримує зворотний зв'язок від колег, що проходять службу? Про це розповідає лідер соціальних проєктів Starlight Media [Гліб Стрижко](#).

Створення ветеранської політики, підтримка сімей та внутрішня конференція

У 2023 році Starlight Media започаткувала створення ветеранської політики, яка охоплює всі процеси, пов'язані з мобілізацією та поверненням до цивільного життя. Документ постійно оновлюють відповідно до нових потреб і викликів, у компанії переконані: ветеранська політика має діяти не тимчасово, а на постійній основі.

«Компанія розуміє, що потрібен комплексний підхід, тому політики враховують не тільки ветеранів та ветеранок, а й чинних військових та членів їхніх родин».

Під час створення політики врахували, що із працівниками, які зараз проходять службу, необхідно постійно бути на зв'язку. Для координації роботи у HR-департаменті створили окрему посаду Human Resources Veteran Partners (HRVP). Ця посада важлива для підтримки комунікації з тими, хто знаходиться у війську, а також з тими, хто завершив службу.

«HRVP — це людина, яка акумулює знання про наших мобілізованих працівників, ветеранів та їхніх рідних. Людина, яка обіймає посаду HRVP, стає своєрідним інформаційним хабом. Вона підказує колегам, які запити може покрити компанія, а також перенаправляє їх на профільні організації, з якими ми співпрацюємо».

Для колег, які долучилися до Сил оборони України, Starlight Media зберігається робоче місце. Стосовно повернення колег до цивільного життя і робочих процесів — у цьому питанні Starlight Media орієнтується на дослідження [«Шлях ветеранів і ветеранок»](#) від Veteran Hub, де зазначено, що людина може потребувати певного часу для відновлення.

«Станом на зараз у нас працює 21 ветеран. Компанія з розумінням ставиться до того, що після повернення до цивільного життя перший час людина може працювати половину дня, поступово входити в ритм роботи. Або, наприклад, мати гібридний формат роботи, якщо її професія не передбачає безпосередньої присутності в офісі».

Під час адаптації ветеранів та ветеранок важливою складовою процесу є включеність керівників команд — вони мають ввести людину в курс справ. Разом з цим фіксуються можливі зміни, якщо співробітники хочуть змінити напрям роботи чи професію.

Також Starlight Media розробила анкету адаптації, в якій співробітники можуть надати зворотний зв'язок про підходи компанії і розповісти, чи зіштовхувалися вони з непорозуміннями чи дискримінацією.

Якщо в компанію через співбесіду влаштовується людина з бойовим чи військовим досвідом, HRVP озвучує можливості, які може надати компанія: наприклад, медичне страхування з урахуванням різних травм, юридичні консультації, великі знижки на абонементи до спортзалів тощо. Крім цього, нова людина отримує ментора ветерана, що працює в компанії.

Важливим напрямком компанії є підтримка сімей воїнів і ветеранів. Starlight Media приділяє увагу дітям співробітників та співробітниць й готує для них подарунки.

«Минулого року компанія зробила анкету: батьки написали, які в них діти та про що вони мріють. Працівники компанії могли в онлайн-режимі обрати дитину, для якої хотіли зробити подарунок, і просто надіслали його Новою поштою. Подарунки були дуже різні — хтось купував біговел чи футбольний м'яч, а хтось здійснював справжню мрію. Наприклад, одна наша колега, що втратила чоловіка, розповіла про свою дитину — вона займається футболом і дуже хотіла познайомитися з Олександром Шовковським. Ми це

організували: вони прийшли на стадіон, поспілкувалися з тренером, навіть побували в роздягальні. Це була дуже зворушлива історія».

Starlight Media створила внутрішню конференцію «Позивний “СВОї”» — це можливість зустрітися з військовослужбовцями і ветеранами, почути історії та зрозуміти, в якому напрямку варто рухатися компанії.

«Ця конференція носить як освітню, так і звітну складові. Наприклад, в межах онлайн-панелі про працевлаштування мобілізовані працівники чесно говорили про свої очікування від роботодавця і про те, що вже втілюється. Також минулого року була панель про досвід коханих воїнів».

Компанія пам'ятає про воїнів та колег, що загинули внаслідок російсько-української війни. Тому щодня у всіх офісах о дев'ятій ранку оголошують хвилину мовчання. Водночас конференція «Позивний “Свої”» у 2025 році була присвячена темам меморіалізації та вшанування пам'яті.

«Також на всіх внутрішніх подіях під час хвилини мовчання ми виводимо портрети наших загиблих колег. Бо для нас ця хвилинка в першу чергу про імена».

Принципи бізнесу, дружнього до ветеранів та ветеранок

Коли компанія почала впроваджувати ветеранську політику, прийшло розуміння, що у Starlight Media є цінний досвід, яким варто ділитися з іншими. Так виникла ідея сформуванню і прописати стандарти підтримки захисників і захисниць у всіх сферах діяльності, які стануть орієнтиром для лідерів бізнесів.

У 2024 році з'явилася ініціатива під назвою [«Принципи бізнесу, дружнього до ветеранів і ветеранок»](#) — її створили у партнерстві з Veteran Hub, Міністерством у справах ветеранів та Forbes. У документі закладено 12 принципів, що охоплюють усі аспекти взаємодії з ветеранами й ветеранками: від рівного доступу до роботи — до підтримки родин загиблих героїв.

«Ініціатива стала поєднанням досвіду бізнесу, громадськості і державного сектору. Ми у Starlight Media написали принципи, віддали на експертизу до Veteran Hub, а після цього залучили Міністерство у справах ветеранів».

Понад 100 компаній в Україні вже підписали принципи бізнесу з різних сфер діяльності. У Starlight Media наголошують, що це хороший поштовх до змін, а також мотивація публічно звітувати про свою діяльність у напрямку підтримки ветеранів.

Зовнішні комунікації та зустрічі з носіями досвідів

Starlight Media створює багато контенту — програм, шоу, серіалів — у цих медіапродуктах компанія намагається розповідати про досвід людей на війні. Як підкреслює Гліб Стрижко, це важливо робити з правильними наративами: без надмірної героїзації та знецінення.

Як приклад можна навести реаліті-шоу «Холостяк», учасником якого став ветеран російсько-української війни Олександр Терен. А також серіал «Повернення», присвячений шляху воїна по завершенню служби. Є й інші формати програм, які розкривають військових та ветеранів з нової сторони.

«На ICTV 2 ведучий програми "Ранок у великому місті" Олександр Швачка — він ветеран, рекордсменом світу з адаптивного стронгмену. Новий канал випускає шоу "єПитання", куди запрошували ветеранів та військових — вони жартували, розкривалися з нової сторони».

У Starlight Media є об'єднаний департамент комунікацій та сталого розвитку. Він приділяє увагу тому, щоб творці контенту та новин поширювали коректні наративи.

У багатьох співробітників під час роботи виникають питання «як діяти, як комунікувати та писати, як робити це етично». Тому компанія проводить різні тренінги та зустрічі з носіями досвідів.

«Наша ціль — провести максимально чесне навчання та залучити людей до діалогу. Тому ми одразу домовляємося зі спікерами, що для нас важливо створити простір, де можна ставити будь-які запитання без страху бути засудженим. Такі зустрічі дуже важливі, наприклад, активісти з інвалідністю можуть поділитися, чому вони користуються не "інвалідним візком", а "кріслом колісним"», — говорить Гліб Стрижко.

Компанія фіксує зміст зустрічей із носіями досвідів та робить з них документи та брошури з підказками. Наприклад, так з'явилася «Пам'ятка про чутливу взаємодію з ветеранами, ветеранками і людьми з інвалідністю». У ній є коректна термінологія, а також основні тези про те, як говорити з людьми про бойовий досвід та травми.

«Це впливає на те, як журналісти проводитимуть інтерв'ю — будуть враховувати, що не треба питати про полон, якщо людина не хоче говорити про цей досвід. Або згадають, що під час розмови з людиною, яка користується кріслом колісним, треба сісти так, щоб ваші очі були на одному рівні — тоді людині буде комфортно з вами розмовляти».

Гліб Стрижко додає, що особисто він ініціює зміни у тому, як озвучують новини про військових: «Наприклад, варто замінити “колишній військовополонений” на “військовий з досвідом полону”, це більш етичний варіант. З часом коректна лексика стає важливою частиною корпоративної культури».

Соціальний захист працівників та їхніх рідних

Starlight Media заснувала свій благодійний фонд під назвою Starlight Hope. Це краудфандінг-платформа для допомоги співробітникам медіагрупи та їхнім родичам у важких життєвих ситуаціях.

Допомога з фонду надається у випадках:

- невідкладного хірургічне втручання або інші види лікування та/або медичного обслуговування;
- лікування онкологічних захворювань;
- наслідків ворожих обстрілів;
- поховання близьких родичів.

Психологічна стійкість

У Starlight Media є програма для зміцнення психологічної стійкості та психічного здоров'я працівників та працівниць.

Компанія надає можливість отримати онлайн-консультації від психологів.

Крім цього Starlight Media проводить відкриті онлайн-лекції, які інформують про психоемоційний стан та надають методи самопомочі.

Підтримка ЗСУ через ефіри та офлайн зустрічі з пораненими

Компанія Starlight Media дізнається, де проходять службу колеги, розпитує про їхні потреби і закриває збори через телемарафон «Єдині новини». Також до прямих ефірів долучаються військовослужбовці різних структур ЗСУ, під час їхніх включень на екрані з'являється QR-код, по якому глядачі можуть перейти й зробити донат.

«Ми використовуємо можливість включення у національний телемарафон і на постійній основі проводимо збори для наших військових. За перше півріччя 2025 року через телемарафон вдалося зібрати понад 80 млн гривень на військові та гуманітарні потреби».

Starlight Media започаткували проєкт [«Друзі ДШВ»](#) — платформу для підтримки Десантно-штурмових військ ЗСУ. У межах партнерства в ефірі телемарафону розповідали про професії, які опановують бійці ДШВ, розповідали історії героїв та пропонували підтримати військо донатом.

Також Starlight Media та мережа реабілітаційних центрів RECOVERY організували офлайн-події для військових з пораненнями та їхніх родин — вони провели гру «єПитання» разом з ведучою Лесею Нікітюк. Це частина проєкту емоційної підтримки захисників та захисниць.

Корпоративна стратегія різноманіття та інклюзивності

Starlight Media розробила корпоративну стратегію різноманіття та інклюзивності. Вона ґрунтується на принципах поваги до всіх людей, незалежно від їхньої гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації чи будь-яких інших ознак.

У компанії наголошують, що прагнуть не лише забезпечити рівні можливості для всіх співробітників, а й використовувати свої платформи для боротьби з дискримінацією.

Наприклад, у червні Новий канал на честь Pride Month змінює ефірну айдентику і додає до неї райдужний прапор — щоб публічно підтримати ЛГБТІК-спільноту.

Підтримка та жіноче лідерство

Starlight Media долучилась до реалізації Women's Empowerment Principles — міжнародних принципів для бізнесів, що прагнуть забезпечити рівні права та можливості.

У компанії розповідають, що серед керівництва переважають жінки — вони обіймають 65% керівних посад, а у команді новин збережено рівне представництво чоловіків і жінок — 50 на 50. Керівниці трьох найбільших каналів країни СТБ, ICTV, Новий канал — це жінки.

Разом із тим Starlight Media стала інформаційним партнером [SHE Congress](#) — конференції про жіноче лідерство, де експертки зі сфери бізнесу, культури та медіа діляться власним досвідом. Серед спікерок — представниці телеканалів медіагрупи, які діляться кейсами.

До того ж Starlight Media — щорічний генеральний медіапартнер [Українського жіночого конгресу](#): «Для нас це важливий елемент нашої корпоративної культури».

Архітектурна доступність

У Starlight Media є три офіси, компанія поступово працює над трансформацією цих будівель, щоб вони були більш доступними для маломобільних груп населення.

Як «Фокстрот» впроваджує цифрове рішення із перекладачами жестової мови, створює ветеранські політики та працевлаштовує ВПО

Компанія «Фокстрот» працює в Україні понад 30 років. Бізнес починався з оптового продажу побутової техніки і електроніки.

Зараз мережа «Фокстрот» — це омніканальний ритейлер, тобто компанія продає товари через різні канали, забезпечуючи єдиний клієнтський досвід. Це включає фізичні магазини, сайт та мобільний застосунок.

Магазини мережі «Фокстрот» розташовані в 68 обласних і районних центрах України, в тому числі — у прифронтових Слов'янську, Краматорську і Херсоні.

Як компанія допомагає адаптуватися на новому місці внутрішньо переміщеним особам (ВПО)? Коли і як мережа почала свій шлях до безбар'єрності? Який сервіс пропонує для клієнтів з порушеннями слуху? І як формує культуру працевлаштування ветеранів та ветеранок?

Наставництво, програма «ПартТаймер» та підтримка ВПО

У «Фокстрот» будують культуру рівності та поваги — для компанії важливі професійність і особисті якості людини, а не гендер, вік, національність чи інші ознаки.

У компанії понад 3000 працівників — серед них і молоді спеціалісти та спеціалістки, і фахівці та фахівчині старше 50 років. «Фокстрот» намагається влаштувати комфортні умови роботи для всіх, враховуючи зворотний зв'язок від працівників.

Співробітникам пропонують гнучкий графік роботи, програму наставництва і розгалужену систему навчання, у тому числі для тих, хто не має досвіду роботи у сфері ритейлу електроніки.

У компанії запровадили гібридний графік роботи, що дає можливість офісним співробітникам та співробітницям кілька разів на тиждень працювати віддалено.

«Підтримуємо співробітниць та співробітників, які мають маленьких дітей, надаючи можливість гнучко планувати графік роботи та підтримку команди у разі несподіваної потреби залишитись вдома».

Також є окрема програма часткової зайнятості для тих, хто шукає роботу не на повний робочий день.

«Для тих, хто зацікавлений у частковій зайнятості, маємо програму “ПартТаймер”, що є зручним для студентів, батьків з маленькими дітьми або людей, які не можуть працювати 40 годин на тиждень. Завдяки розгалуженій мережі магазинів маємо можливість підібрати найбільш зручну локацію, щоб заощадити час на дорогу».

Компанія приділяє увагу підтримці ВПО. Після початку повномасштабного вторгнення «Фокстрот» став бізнесом, який приєднався до ініціативи [«Дружні Двері»](#) від громадської організації «Не Самі» — проєкт створений, щоб допомогти українцям адаптуватися на новому місці та знайти гідну роботу.

«Фокстрот» має значний бекґраунд в цьому напрямку, адже з початку війни у 2014 році компанія організувала евакуацію персоналу з тимчасово окупованих територій і переведення співробітників в інші працюючі магазини. Цей досвід став у нагоді в лютому 2022 під час повномасштабного вторгнення. Крім того, компанія облаштувала 3 хаби (готелі з безкоштовним проживанням на базі магазинів) — у Львові, Луцьку, Ужгороді для працівників та їхніх родин, у яких виникла потреба переїзду до більш безпечних регіонів. У Львові цей хаб функціонує і зараз.

«Сьогодні 14% працівників мережі є внутрішньо переміщеними особами. Частина з них — ті колеги, котрі після переїзду залишилися працювати в компанії, частина — співробітники, які працевлаштувалися впродовж останніх трьох років».

Якщо у працівників виникає потреба в переїзді в інший населений пункт, «Фокстрот» надає можливість релокації. Оскільки в компанії діє принцип безбар'єрності та рівності, там не виділяють кандидатів і колег зі статусом ВПО чи іншими ознаками в окремі категорії. Кожен новий співробітник та співробітниця стають частиною команди, отримуючи однакові можливості для кар'єрного зростання, навчання та професійного розвитку.

Сервіс з обслуговування жестовою мовою

У 2021 році «Фокстрот» розпочав зміну філософії взаємодії з клієнтами та співробітниками, а також переосмислення підходів у сервісі та комунікації. Компанія приєдналася до спільноти [«Бізнес без бар'єрів»](#) і задекларувала націленість на поглиблену імплементацію принципів безбар'єрності.

«Інклюзивність та емпатія — це моральні якості та цінності, які надихають компанію працювати для людей та роблять бренд конкурентним. Нам

важливо чути всіх покупців, розуміти потреби кожного та кожної — незалежно від мобільності людини, її віку чи досвіду», — зазначають у компанії.

На початку шляху до безбар'єрності у мережі «Фокстрот» не було готових рішень, проте було переконання не робити доступність просто «для галочки». Спочатку компанія пішла шляхом досліджень: питала думку клієнтів, співробітників і залучали фахівців з інклюзії.

Першим реалізованим проєктом стало запровадження сервісу з обслуговування жестовою мовою. «Фокстрот» став першою компанією у сфері ритейлу, яка ініціювала такі зміни у своїй мережі, щоб враховувати базові потреби людей з порушеннями слуху та забезпечити для них комфортну комунікацію.

«Ми впроваджували сервіс поетапно, збирали зворотний зв'язок від клієнтів, партнерів і команд у магазинах, удосконалювали підхід і навчали персонал. Для нас важливо було не просто надати опцію, а органічно інтегрувати її в клієнтську політику. Як результат, онлайн сервіс перекладача жестової мови став звичайним явищем у Фокстрот», — говорять у компанії.

Проєкт «Безбар'єрний Фокстрот» стартував у 2023 році та завершив масштабування влітку 2025 року.

На сьогодні у всій мережі (127 магазинів у 68 містах) працює цифрове рішення, що дозволяє клієнтам з порушеннями слуху отримати консультацію жестовою мовою.

«Це можливість отримати консультацію, поставити додаткові запитання щодо обраного товару і здійснити комфортну покупку без комунікаційних бар'єрів».

Так само за консультацією можна звернутися через сайт «Фокстроту» — на порталі інтегровано вебвіджет «Вушко» (Connect Web) для одночасного зв'язку з оператором контакт-центру і перекладачем жестової мови.

Для вдосконалення процесів «Фокстрот» продовжує співпрацю з ГО [«Громадський рух «Соціальна єдність»](#), яка є розробником цього сервісу. У компанії відмічають, що запити на консультації жестовою мовою збільшуються.

«Варто відзначити тенденцію до збільшення кількості таких консультацій і покупок і, зокрема, в офлайн-магазинах. Порівняно з 2024 роком уже цього року обслужили на 22% більше клієнтів з порушенням слуху. Рекордсмен —

магазин у Львові, де провели 170 консультацій із використанням онлайн-перекладача жестової мови».

Також «Фокстрот» популяризує використання жестової мови в інших каналах комунікації, запустивши на початку 2025 року серію відеоглядів техніки ["Огляд на що ХОЧ"](#) із залученням перекладачки жестової мови. У відео показують функціонал відомої техніки й розкривають цікаві моменти, які складно зрозуміти з інструкції, і деталі, що впливають на вибір.

Комплексні рішення для безбар'єрного торгового простору

Наступним кроком для «Фокстроту» була організація зручного торгового простору для всіх покупців. Мережа магазинів враховує, що серед клієнтів та клієнток можуть бути: люди з порушеннями слуху, батьки з дитячими візочками, відвідувачі, які користуються кріслом колісним, тростиною або милицями тощо.

На цьому етапі допомогла співпраця з ГО [«Безбар'єрність»](#) — у низці магазинів громадська організація провела аудит доступності та надала рекомендації. Це допомогло зрозуміти, в якому напрямі рухатись далі.

«Для подальшої аналітики всієї мережі ми взяли цей аудит за основу і по ньому створили власний чек-ліст доступності».

З часом до моніторингу просторів мережі магазинів підключили співробітників з різних команд. Також оновили інформацію для клієнтів, які планують відвідати фізичні магазини.

«Директори й команди магазинів фотографували всі точки маршруту клієнта — від парковки до ширини проходів. Цю інформацію ми систематизували в картотеці магазинів, щоб бачити реальну картину. Паралельно ми оновили фототеки на Google Maps і на сайті компанії, щоб клієнтам було легше планувати свій маршрут. Додали відмітки про сервіси онлайн перекладача жестовою мовою та долучилися до Мапи безбар'єрності від ЛУН Місто».

Також у магазинах в різних областях України було встановлено індукційну петлю, яка покращує якість звуку для тих, хто користується слуховими апаратами.

У «Фокстрот» розуміють, що магазини, розташовані у старих будівлях, потребують додаткової роботи з орендодавцями та інвестиціями. Поки що компанія реагує на поточні виклики та шукає комплексні підходи.

«На сьогодні майже 70% мережі доступні для клієнтів, які користуються кріслом колісним. Водночас, ми розуміємо, що попереду ще чимало викликів. Один із них — інфраструктурні обмеження. Частина магазинів розташована у старих будівлях або на других поверхах, і тут потрібна додаткова робота з орендодавцями та інвестиції. Там, де практично не можливі технічні рішення, ми розробляємо альтернативні варіанти: спуск до клієнта на запит із мобільним затосунком для надання якісної консультації», — говорять представники компанії.

Програма реінтеграції ветеранів та ветеранок

У магазинах Фокстрот працюють фахівці різних напрямів — як у торгових залах, так і в офісі: продавці-консультанти, техніки-вантажники, комірники, адміністратори сервісів, спеціалісти з логістики, аналітики тощо. З початком повномасштабного вторгнення багато колег-чоловіків цих професій долучилися до Сил оборони України.

«Сьогодні близько 10% співробітників компанії боронять Україну, це наша #ротаФокстрота, якою ми пишаємося і щиро вдячні».

Компанія піклується про своїх захисників, зберігаючи їхній дохід на період служби, а команди магазинів підтримують зв'язок зі своїми колегами.

«З початку 2024 року серед ключових пріоритетів компанії — забезпечити умови, де кожен захисник і ветеран (як внутрішній співробітник, так і зовнішній кандидат), відчуватиме себе бажаним членом команди та цінним клієнтом. Це дозволить: забезпечити ветеранам визнання та повагу; надати гідну можливість розвитку та працевлаштування; скоротити період адаптації після повернення з фронту».

Важливим кроком у реалізації проєкту стало підписання Меморандуму про співпрацю з Veteran Hub. «Фокстрот» приєднався до їхньої ініціативи [Praktyka](#), яка спрямована на формування якісної культури працевлаштування ветеранів та ветеранок в Україні.

Після проведеного моніторингу та отриманих рекомендацій від партнерів, у мережі «Фокстрот» упродовж 2024-2025 року були впроваджені такі зміни:

- Розроблено й запущено Програму реінтеграції ветеранів як окремий напрямок загальної програми адаптації співробітників. У ній враховано досвід при поверненні на роботу співробітників компанії та зовнішніх

пошукачів. Протягом усього періоду адаптації та після працівники активно комунікують та підтримують початківців на робочому місці.

- Проведено низку тематичних вебінарів про коректні форми підтримки військових і ветеранів, а також про покращення ментального здоров'я співробітників.
- Запроваджено правило, що всі нові співробітники мають ознайомитись із «Довідником безбар'єрності».

Також «Фокстрот» створює нові матеріали для навчання у напрямку взаємодії з військовими та ветеранами — це стосується і співробітників, і зовнішніх клієнтів:

- Розроблено навчальний курс «Шлях українських ветеранів/-нок», щоб працівники краще розуміли, як створити дружнє та комфортне середовище для тих, хто повертається з війни до цивільного життя;
- Розпочато впровадження проєкту з організації інклюзивного торгового простору в нових і оновлених магазинах.
- Створено курс «Як взаємодіяти з військовими та ветеранами», де зібрали основні поради з коректної та комфортної комунікації з військовими та ветеранами. Цей курс є обов'язковим до проходження для усіх працівників роздрібної торгівлі.

«Фокстрот» отримав відзнаку «Дружні до ветеранів» від Veteran Hub — нею нагороджували компанії, що у своїй роботі забезпечують рівні можливості, надають необхідні ресурси для комфортної адаптації ветеранів і ветеранок у робочому середовищі.

Психологічна підтримка співробітників та тематичні курси

«Фокстрот» як учасник спільноти «Бізнес без бар'єрів» долучився до Всеукраїнської програми ментального здоров'я [«Ти як?»](#). На основі цієї програми компанія запровадила комплексну навчальну програму з підтримки психічного здоров'я для всіх працівників компанії. Також до роботи долучили кваліфіковану психотерапевтку.

«Мета ініціативи — допомогти кожному та кожній знайти можливості посилення власної стійкості, навчити, як розвивати її самостійно. Програма включає курси, вебінари, корисні посилання, практичні вправи та рекомендації».

Співробітники «Фокстрот» отримують доступ до навчальної програми через внутрішній навчальний портал компанії, де є розділ «Ментальне здоров'я та турбота про нього». Там є інформація про:

- дієві стратегії та інструменти, які допоможуть впоратися з повсякденним навантаженням та стресом;
- як ефективно керувати емоціями, знижувати напругу та зберігати внутрішній баланс у будь-яких ситуаціях;
- як підтримувати близьких та колег.

У рамках турботи про добробут співробітників фахівці з навчання розробляють тематичні курси на теми: «Емоційне вигорання», «Пасивна агресія», «Вирішення конфліктів» та «Ментальне здоров'я на роботі».

Проходити курси компанія рекомендує всім співробітникам за їхнього бажання. Курс, який інформує про ментальне здоров'я на роботі, пройшли керівники відділів фронт-офісу і груп роздрібних продажів.

Щокварталу «Фокстрот» проводить тематичні вебінари. Серед запрошених спікерів був засновник волонтерської організації [«Як ти, брате?»](#) Антон Семенов, який провів лекцію на тему «Комунікація під час війни».

За словами представників компанії, вони помічають позитивні зміни в корпоративній культурі та більшу відкритість зі сторони співробітників.

«Ми не лише спостерігаємо позитивну динаміку в опитуваннях, які проводимо на початку і в кінці року, а й бачимо реальні зміни в командній взаємодії, позитивні зміни у корпоративній культурі та підтримці ментального здоров'я. До того ж, все частіше в розмовах із колегами звучать слова “підтримка”, “емоції” та “психологічний стан”, що свідчить про зростаючу культуру відкритості і підвищення продуктивності».

У компанії зазначають, що серед співробітників з'явилися нові запити на додаткове навчання. Тому «Фокстрот» запустив у роботу серію вебінарів для 44 співробітників контакт-центру з тематики психічного здоров'я та психологічної стійкості, що відповідає їхнім актуальним потребам за результатами опитування.

Соціальні проєкти та волонтерство

«Фокстрот» системно розвиває напрям корпоративної соціальної відповідальності. У центрі уваги — безбар'єрність, системна підтримка захисників, допомога дітям, що постраждали від війни росії проти України, а також зоозахисні ініціативи.

Системну підтримку Сил оборони України координує корпоративний штаб «Допомога нашим» — його у «Фокстрот» створили одразу після початку

повномасштабного вторгнення. У штабі задіяно понад 50 активістів — від CEO до консультантів — вони поєднують щоденну роботу з волонтерською діяльністю для ЗСУ та підтримують гуманітарні ініціативи від імені компанії.

З 24 лютого 2022 року корпоративні волонтери опрацювали 1530 офіційних запитів від захисників і видали понад 9100 одиниць техніки на 50,5 млн грн. З них колегам із #протиФокстрота (співробітники, які стали на захист країни) — на понад 1,5 млн грн.

Окрім цього співробітники компанії підтримують внутрішні ініціативи та благодійні аукціони.

«Є чимало ініціатив від корпоративних волонтерів, команд регіонів і магазинів для збору коштів на ті чи інші потреби захисників і захисниць. Наприклад, різдвяний благодійний аукціон, в межах якого ми зібрали понад 250 тис. грн на реабілітацію дев'яти колег-воїнів».

Також «Фокстрот» є ініціатором благодійного проєкту «Подаруй щасточку добра», що направлений на надання психологічної допомоги дітям, які постраждали від агресії РФ. В межах однойменної акції компанія спрямовує 30 гривень із кожної проданої одиниці фірмового мерчу на допомогу дітям. У рамках ініціативи провели понад 100 корекційно-розвивальних і арт-терапевтичних занять з елементами майстер-класів для 507 підопічних благодійного фонду [«СОС Дитячі Містечка Україна»](#).

Компанія і співробітники понад 5 років допомагають безпритульним тваринам. З нещодавно реалізованих проєктів — «Ф-підтримка незламних тваринок», у рамках якого разом із покупцями надано допомогу 3785 тваринам з 15 прифронтових притулків на понад 1,1 млн грн.

«Фокстрот» активно залучає працівників до спортивних активностей та благодійних заходів. Серед них «Пробіг під каштанами», «Дика гонка», донорство крові тощо.

Як компанія Intellias розробляє ветеранські політики, підтримує внутрішні спільноти та тестує доступність

Intellias — одна з найбільших ІТ-компаній України. Вона надає сервіси та технологічні рішення, якими користуються клієнти по всьому світу.

Компанія багато працює над тим, щоб розвивати інклюзивне середовище та долучати співробітників та співробітниць до соціальних ініціатив.

Як компанія створює багатогранні ветеранські політики та пропонує демобілізованим колегам надолужити навички? Як організовує доступний простір у офісах? Яким чином підтримує спільноту сімей? Та як мотивує дівчат і жінок вибирати технічні професії? Про це розповідає [Марина Дудник](#) — керівниця напряму з різноманітності та інклюзивності в Intellias.

Політика щодо рівності, різноманітності та інклюзії (EDI)

Компанія Intellias — це великий бізнес, який працює на світовому ринку: не тільки в Україні, а також в країнах Європи, Азії та Америки. Варто зазначити, що за кордоном є стандартизовані вимоги щодо рівня соціальної відповідальності та сталого розвитку компаній, тому міжнародні компанії мають звітувати про свою діяльність.

Спочатку Intellias почала розвивати напрям корпоративної соціальної відповідальності CSR (Corporate Social Responsibility). Потім компанія провела базовий аудит своїх бізнес-процесів та аудит процесів в ІТ-індустрії загалом, також проаналізувала портрет свого середньостатистичного спеціаліста.

Висновки були такі: *«Ми побачили, що маємо пробіл у питаннях гендерної рівності — як і більшість ІТ-компаній у світі. І навіть не маючи стратегії, зрозуміли: саме це має стати нашим першим ключовим фокусом».*

Важливим кроком у цьому напрямку для Intellias стало підписання Принципів розширення прав і можливостей жінок The Women's Empowerment Principles (WEPs) від ООН.

«У нас вже були певні напрацювання у цьому напрямку, також були створені програми для росту, але ми зрозуміли, що все треба зібрати і систематизувати, щоб це був окремий документ».

У 2022 році компанія створила Equality, Diversity and Inclusion (EDI) стратегію. Спочатку в ній було три фокуси:

- гендерна рівність;
- відповідальне батьківство;
- доступність та інклюзивність (в першу чергу орієнтовано на підтримку людей з інвалідністю).

Стратегія передбачала, що представники компанії будуть ділитися цінностями та своїми напрацюваннями: *«Наша задача як відповідального бізнесу — працювати не лише з колегами, а й говорити про базові цінності за межами компанії. Наприклад, шляхом співпраці з різними громадськими організаціями та з державою».*

Після повномасштабного вторгнення і першого мобілізованого співробітника прийшло розуміння, що потрібно прописати чіткий механізм дій і виокремити програму за напрямком:

- підтримка ветеранів і ветеранок.

«Важливо було розписати так званий flow (послідовність кроків) ветерана чи ветеранки: що відбувається, коли вони повертаються до компанії, і яким чином нам треба підлаштувати вже існуючі бізнес-процеси. Щоб повернення було комфортним. І щоб ми закрили максимум запитів».

Підтримка ветеранів та ветеранок — від рекрутингу до спортивної реабілітації

Спочатку компанія не розуміла, за що треба братися першим, ще не було досвіду роботи з ветеранами та ветеранками. Та поступово виник план дій. У кінці 2022 року в Intellias зібрали крос-функціональною командою з різних департаментів, щоб подивитися на ситуацію з різних точок зору. Почали досліджувати практики за кордоном — у країнах, які мають експертизу роботи з ветеранами: досвід США, Ізраїлю, Британії.

Згодом компанія прийшла до висновків, що відповіді на питання також треба шукати всередині України. Тому Intellias почала звертатися до організацій, які працюють з ветеранами російсько-української війни. Так вдалося скомунікувати з благодійним фондом [Veteran Hub](#), який займається підтримкою воїнів та їхніх близьких. Згодом компанія підписала з ним меморандум і почала розробку політик.

До розробки залучали співробітників Intellias, які на той момент проходили службу. Це допомогло краще зрозуміти, що потрібно врахувати під час їхньої реінтеграції.

«Думали, один раз розробимо програму і ми будемо ідеально працювати по ній 10 років. Але ми вже вносили до неї купу змін. Були успішні практики, були неуспішні, ми вчимося на своїх помилках. Ще вкрай важливо

отримувати фідбек, враховувати індивідуальний підхід — те, що добре працює для одного ветерана, для іншого може взагалі не мати жодного сенсу. І треба пам'ятати принцип “нічого для нас без нас”».

У ветеранських політиках є кілька важливих напрямків. Серед них — **підтримка захисників та захисниць**. Наприкінці 2021 року Intellias створила окрему внутрішню краудфандингову платформу, на якій співробітники компанії регулярно збирають кошти на: підтримку колег та близьких, які проходять службу в Силах оборони України; збори великих організацій («Повернись живим», «Благодійний фонд Сергія Притули» тощо). Окрім цього компанія виділяє щотижневий донат на потреби колег у війську.

У компанії з'явилася мілітарі координаторка, вона спілкується з колегами, які зараз проходять службу, зі співробітниками, які знаходяться в процесі мобілізації, з ветеранами, які проходять реінтеграцію і поступово можуть повертатися на роботу.

«Мілітарі координаторка без перебільшень знаходиться на зв'язку 24/7. Вона дуже відповідальна. Те, як вона віддається своїй справі, це запорука того, що всі поточні питання вдається вирішити».

Другий напрямок — **процес реінтеграції ветеранів та ветеранок**. Компанія формує програму з урахуванням того, що спеціалісти, які проходили службу і демобілізувалися, повертатимуться в компанію на роботу.

«Як це часто буває в ІТ, людина не завжди може повернутися в свою команду — тому що за цей час команду розформували, або проєкт, над яким працювали, вже не є актуальним. Відповідно, у програмі прописано, що у ветеранів має бути час на комфортний вибір нових проєктів. І, якщо є потреба, щоб був час на перекваліфікацію».

Intellias проводила опитування серед співробітників, яке показало, що для спеціалістів найбільшим викликом є втрата кваліфікації. Тому для ветеранів розробили скілчек, який визначає рівень їхніх професійних навичок. Після чого людина може пройти навчання і отримати менторство, щоб надолужити знання. Цей процес не впливає на зменшення заробітної плати — компанія просто дає ветеранам час, щоб вони могли відновити скіли.

Спочатку Intellias не встановила термін, за який ветеран чи ветеранка можуть знайти собі новий проєкт. Але згодом в компанії зрозуміли, що це неправильний підхід з відсутністю мотивації для працівників.

«Був кейс, по якому ми зрозуміли, що цей вибір може затягнутися на рік. Тоді ми звернулися за порадою до спільноти ветеранів, і вони підказали “перестаньте робити теплу ванну, це взагалі не ок, треба визначити певні терміни для того, щоб активніше мотивувати людей”».

«Ми дослухались і визначили, що цей період може тривати 6 місяців, а кожні 2 місяці заробітна плата, яка автоматично нараховується, буде зменшуватися (якщо людина не обирає проєкт). Далі, якщо людина не змогла обрати проєкт, вона може піти в сабатікал».

Для ветеранів та ветеранок компанія розширила бенефіти: є можливість оформити розширену страховку, щоб одразу по поверненню пройти повний чекап. Також піти на спорт, замовити сесії з військовим психологом, отримати юридичну підтримку (у разі запиту, консультацію юристів можуть отримати всі співробітники).

Третій напрямок — **рекрутмент**. В першу чергу це регулярні навчання з рекрутерами і розмови про те, як коректно себе поводити. Як зрозуміти, що на співбесіду прийшов ветеран чи ветеранка, якщо вони не хочуть про це говорити. Інформація про те, що можна уточнити, а про що краще не питати.

Навчання почали з тренінгів від Veteran Hub, далі продовжили тренінгами від волонтерського об'єднання [After Front](#). Після цього влаштували великий тренінг англійською мовою.

«Ми провели тренінг для спеціалістів з IT-індустрії, він пройшов і офлайн, і онлайн українською мовою. На ньому ми розкрили, що значить рекрутмент ветеранів — що ми маємо знати, що упускаємо, які стереотипи нас оточують, що з усім цим робити. А цього року провели серію тренінгів для всіх спеціалістів та для HR-команди (внутрішні тренінги) — вони були англійською мовою, тому що у нас є рекрутери, наприклад, які працюють в Польщі».

«Зараз є люди, які демобілізувались і переїхали за кордон, тому потенційно наші спеціалісти можуть рекрутити ветеранів не тільки в Україні. Для нас важливо, щоб вони були обізнані в темі російсько-української війни і в тому, як підтримати ветерана та ветеранку, які шукають роботу».

Також Intellias пройшла через тренувальне blind interview. Все відбувалось таким чином: до компанії прийшов влаштовуватися на роботу ветеран (його без попередження направив Veteran Hub), він ставив різні питання, щоб зрозуміти, де компанія готова до найму, а де є слабкі сторони.

«Ми отримали досить непоганий фідбек після blind interview. В першу чергу, тому що рекрутери були обізнані після проходження тренінгів. Також вони детально розповідали, як все влаштовано в компанії. Наприклад, що у нас є дитячі кімнати і співробітники можуть залишити дитину з нянею. Для ветерана, який приходив до нас, цей момент виявився дуже важливим».

Також у Intellias є культура **вшанування пам'яті**. У київському та львівському офісах створили стіни пам'яті, де розміщують інформацію про загиблих колег.

Запровадили хвилину мовчання. На екранах, розміщених в офісах, запускають слайди про те, що кожен день варто робити для вшанування пам'яті полеглих воїнів.

Запросили громадську організацію [«Вшануй»](#) та платформу пам'яті [«Меморіал»](#), щоб поговорити з колегами про культуру вшанування пам'яті і про те, що це невід'ємна частина життя українців, а також персональна відповідальність кожного та кожної.

Підтримка сімей

Компанія нещодавно запустила Family Resilience Community — це спільнота для спеціалістів та спеціалісток, чий рідні проходять службу в Силах оборони України, є ветеранами, або зниклими безвісти, загиблими на війні. Intellias провела серію зустрічей з благодійним фондом [«Веста»](#) — вони були присвячені психологічній підтримці цієї спільноти.

У INSCIENCE є проєкт [Science Kids](#) — у співпраці з ними Intellias проводили навчання для дітей ветеранів та дітей військовослужбовців. Це були офлайн-лекції від морської біологині Марії Павловської та астрофізикині Олени Компанієць. Після лекцій діти були залучені до інтерактивних вправ та творчих завдань.

У планах — запустити **програму підтримки сімей загиблих колег**. Це стипендіальна підтримка дітей у різних напрямках, де буде виділення певних коштів на навчання.

Ще один напрямок — **спортивна реабілітація**. Intellias вийшла на Invictus Games та заpartnerилась з ними. Компанія виділила 1 млн гривень на закупівлю рекумбентів (адаптивних велосипедів, якими можуть користуватися люди з травмами спинного мозку тощо).

«Зі слів ветеранів та людей з інвалідністю, спортивна реабілітація є найбільш ефективною. Тому ми зрозуміли, що компанія має також рухатися у цьому напрямку».

У 2025 році компанія долучилась до підтримки та розвитку парахокейного спорту в Україні. Команда, яка займається адаптивним хокеєм, вже мала змогу готувалися до майбутніх міжнародних змагань.

«Ми підписали тристоронній меморандум про співпрацю між Львівською міською радою, IT-компанією Intellias та Федерацією льодового парахокею України. Партнерство спрямоване на розвиток парахокею, зокрема на підтримку львівської команди “Незламні” — першої в Україні команди зі следж-хокею для людей з інвалідністю, серед яких є ветерани бойових дій».

Нещодавно команда повернулася з тренувального кемпу в словацькому місті Дольний Кубін, де протягом чотирьох днів працювала з іноземними тренерами, вдосконалювала техніку й командну взаємодію та готувалася до міжнародних змагань».

Архітектурна доступність та індивідуальний підхід

Intellias запросила громадську організацію «Доступно.UA», щоб провести аудити архітектурної доступності у своїх просторах. Отримані рекомендації щодо поліпшення просторів впроваджують в офісах компанії, які знаходяться у Києві та у Львові.

Більшість співробітників обирають віддалений формат роботи, у таких випадках компанія забезпечує облаштування робочого простору вдома. Але простори в офісах також підготовлені до того, що там будуть працювати співробітники з інвалідністю (наприклад, облаштовані універсальні вбиральні).

«У нас є колега, який користується кріслом колісним. Для віддаленої роботи компанія виділила йому стандартний набір, він йому підійшов. Інколи колега відвідує офіс — працює за робочим столом, який регулює висоту».

Щоб співробітник, який користується кріслом колісним (яке у нього ширше за стандартне крісло колісне), міг комфортно відвідувати київський офіс, компанія влаштувала зустріч і колеги разом з ним проходили просторами. Важливо було не просто адаптувати локацію, а залучити його до цього процесу.

«Ми орендуємо приміщення у бізнес-центрі, тому для нас це був виклик — довести, що потрібні певні зміни. Щоб людина, яка користується кріслом колісним, вільно могла заходити в приміщення. Втім, до нас прислухались, і тепер наш колега може відвідувати офіс, коли у нього буде бажання».

Компанія регулярно проводить тренінги з коректної взаємодії з людьми з інвалідністю.

«Нещодавно пройшов Disability Inclusion Training, який відбувся у форматі воркшопу, до нього залучили спеціалістів із США, щоб ширше подивитися на цю тему».

Також Intellias впроваджує практику Awareness Week/Month, в рамках якої ділиться досвідом людей з інвалідністю. У компанії вже 7 років спеціаліст з повною втратою зору, тому для всіх співробітників вирішили зробити Unseen Inclusive Day.

«Ми говорили про коректну підтримку людей з повною та частковою втратою зору. Співпрацювали з музеєм в темряві [“Третя після опівночі”](#), який

допоміг організувати багато пізнавальних активностей. Наприклад, у офісі зробили виставку 3D-картин, наші колеги з пов'язками на очах вчилися відчувати мистецтво на дотик».

«У нас були активності для батьків з дітьми — ми влаштували перегляд “Гаррі Поттера” з аудіодискрипцією (голосовий опис у перервах між діалогами, який допомагає незрячим людям отримати інформацію про персонажів, предмети, локації тощо)».

«Також у рамках цієї кампанії ми збирали кошти на відновлення зору військовим, які отримали поранення».

Щодо [ситуативних рішень доступності](#) — кожен співробітник та співробітниця можуть зробити запит, якщо виникне ситуація, коли їм буде потрібна допомога. Наприклад, була ситуація, коли співробітник пошкодив ногу, через це йому тимчасово потрібно було ставити кінцівку на якусь опору — таку підставку одразу знайшли.

«Наш київський офіс знаходиться на Подолі (який має багато проблем з доступністю). Була ситуація, коли наш колега, який користується кріслом колісним, приїхав на інклюзивному класі Uklon, а на вході просив допомогу — тому що там вхідні двері, які дуже важко відчинялися. Зараз там постійно стоїть охоронець, який допомагає відчиняти ці двері».

Якщо у людини виникли якісь складнощі, вона може скористатися гнучким форматом роботи. Наприклад, попрацювати у понеділок дві години, а на наступний день попрацювати довше.

Цифрова доступність

Компанія дослухається до свого колеги з повною втратою зору. Він зазначає, що «той сервіс, який є на сьогоднішній день, і ті можливості, які надає компанія, його влаштовують».

Але у Intellias є розуміння, що їм потрібно розвиватися у цьому напрямку, тому на наступний рік компанія планує співпрацю із спеціалістами, які можуть провести аудит доступності сайту.

На сьогодні компанія провела серію тренінгів по цифровій доступності для колег, які займаються хостингом сайтів. Після цього зібрали матеріали, опублікували серію статей, випустили блог.

Підтримка батьків, кімнати для грудного вигодовування та відпустка для співробітників, які усиновлюють дітей

В офісах у Києві та Львові відкрились кімнати для грудного вигодовування та догляду за малюками. Там є пеленальний столик, подушки для годування, зручні крісла. Для мам ці простори мають велике значення, у них вони можуть поєднувати батьківство та професійний розвиток.

«Здебільшого у нас віддалений формат роботи, але зараз є як мінімум одна колега, яка дуже швидко вийшла з декретної відпустки, вона дуже часто приїздить до офісу з дитиною. І є ще дві колеги з маленькими дітьми, які користуються цією кімнатою».

Після народження дитини компанія оплачує медичний огляд, дарує бейбі-бокси.

Також в офісах є дитячі кімнати, де під час робочого дня дитину можна залишити з нянею. Якщо дитина хворіє, співробітники можуть взяти додаткові вихідні.

Компанія розширила Parental Leave для того, щоб люди, які усиновлюють дітей, також могли отримати відпустку по догляду за дитиною. Таке рішення компанія прийняла після проведення щорічного самоаудиту, який роблять підписанти принципів розширення прав і можливостей жінок WEPs.

«У цьому аналізі багато питань, серед них ми побачили пункт про усиновлення. Зрозуміли, що є такі практики і їх можна впровадити».

Частиною культурного життя компанії є підтримка сімей — Intellias намагається активно залучати батьків з дітьми до різних активностей, які дають нові знання.

Компанія запрошувала авторку книги «Світ без меж» Анастасію Степулу — щоб розповісти співробітникам, як говорити з дітьми про інвалідність. Також були інтерактиви у співпраці з музеєм в темряві «Третя після опівночі». У планах співпраця з Superhumans Center — щоб колеги разом зі своїми дітьми завітали на екскурсію до реабілітаційного центру.

У Intellias є батьківська спільнота, для неї проводять невеликі панельні дискусії із спікерами та спікерками, які поєднують батьківство і роботу в ІТ. Вони розповідають про переваги та незручності, з якими вони стикаються в компаніях.

Антидискримінаційні політики

У компанії є прописаний етичний кодекс, є антидискримінаційні політики, також є окрема політика Gender Equality and Equal Opportunity.

На випадок, якщо людина захоче повідомити про дискримінацію, Intellias створила анонімну систему подачі скарг. Етичний комітет зобов'язаний розглянути цю скаргу протягом 5 робочих днів.

У компанії є кар'єрний сайт з вакансіями, де є блок з інформацією, що Intellias відкрита до найму людей з будь-яким бекграундом, якщо вони мають професійні скіли та відповідають культурі компанії.

Гендерна рівність і підтримка жінок

Компанія працює над тим, щоб збільшувати відсоток жінок у компанії. Та збільшувати відсоток жінок, які займають менеджерські позиції (наразі це 27% і 47%).

Intellias співпрацює з організаціями, що проводять навчання в IT-індустрії, і мотивує дівчат обирати професії у STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics).

Також у компанії є внутрішня спільнота She is Tech Community, до неї входять більше 400 спеціалісток. Спільнота проводить зустрічі про можливості професійного росту та розвитку жінок в компанії. Також обговорює питання здоров'я, важливості ратифікації Стамбульської конвенції тощо.

Компанія проводить щорічну конференцію She Is Tech, куди запрошують лідерок з міжнародних IT-компаній. Після конференції сформувалася зовнішня спільнота, яка налічує більше 1500 учасниць. Наступним кроком став запуск подкасту She Is Tech, який виходить двічі на місяць. Зараз у процесі розробки платформа, де жінки можуть заметнитися із менторками.

Є окрема програма Gender Diversity, в рамках якої компанія аналізує свої слабкі моменти (проводить опитування в анонімній формі) і розбирає, чому жінки не можуть професійно зростати. Також компанія проводить лідерські навчання для співробітниць.

Протягом року Intellias проводить інформаційні кампанії на важливі теми: Breast Cancer Awareness Month; протидія та запобігання гендерно зумовленому насильству, домашньому насильству тощо.

Психологічна підтримка та кімнати тиші

Intellias впровадила пакет Mental Health, який заохочує піклуватися про своє психічне здоров'я. У компанії є бенефіт-програма: протягом року

співробітники можуть пройти 8 сесій із психологом на платформі, з якою співпрацює Intellias.

Компанія запрошувала різних спікерів, які розкривали різні аспекти психічного здоров'я. Ці лекції є у записі, співробітники можуть переглянути їх у будь-який момент.

Також у київському та львівському офісах з'явилися кімнати тиші, які можна забронювати. Це простори, де зручно відновитися і відпочити від зайвих звуків, що відволікають.

Спортивні активності

Компанія залучає співробітників до фізичних активностей, які також позитивно впливають на психічне здоров'я. Є спортивне ком'юніті, яке регулярно збирається на заняття з йоги.

Співробітники Intellias разом беруть участь у спортивних забігах та благодійних марафонах.

Спільнота петперентів

У Intellias є спільнота власників домашніх улюбленців, для них проводять цікаві вебінари.

В офісах компанії регулярно проходять зустрічі петперентів, на які збираються співробітники зі своїми хвостиками.

Підтримка ЗСУ та поширення зборів

У компанії діє повноцінна екосистема для підтримки ініціатив, спрямованих на допомогу військовим та цивільним, що постраждали від війни в Україні. На сьогодні Intellias допомогла на понад 123 млн гривень — це вклад компанії з власного бюджету, а також донати співробітників.

Масштабні збори коштів проводяться на внутрішній краудфандинговій платформі IntelliShare, а для менших благодійних кампаній і оперативної комунікації волонтерів використовується Teams канал Intellias Stronger Together. Також у компанії діє спільнота для підтримки та обміну досвідом серед волонтерів та волонтерок Intellias, що налічує 180 учасників та учасниць.

Також у січні 2023 року Intellias відкрили власну благодійну організацію «Фонд змін Інтелліас». Це дозволяє бути більш гнучкими та швидко реагувати на нагальні потреби військових і цивільних.

Як ДІЛА робить мережу медичної лабораторії архітектурно доступною, готується до найму людей з інвалідністю та підтримує жінок

ДІЛА — українська медична компанія, яка надає послуги з лабораторної діагностики.

Компанія одна з перших серед медичних лабораторій відновила прийом клієнтів у відділеннях після початку повномасштабного вторгнення.

Як компанія змінилась після 2022 року? Як втілює проєкт по поліпшенню доступності відділень і проводить аудит вакансій? Як готується до повернення ветеранів та ветеранок? Як підтримує батьківство і жінок? Як враховує зворотний зв'язок від петперентів? Про діяльність компанії розповідає директорка з розвитку бренду та управління репутацією ДІЛА [Марина Левченко](#).

Архітектурна доступність та готовність працевлаштовувати людей з інвалідністю

Після повномасштабного вторгнення ДІЛА поставила задачу переглянути бренд-стратегію та в цілому позиціонування компанії. У ДІЛА вирішили окремо прописати стратегію корпоративної соціальної відповідальності.

Також варто зазначити, що в Україні на законодавчому рівні встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення доступності медичних установ для маломобільних груп населення. Тому перед компанією ДІЛА постав виклик: треба було впроваджувати Державні будівельні норми (ДБН), вкладаючись у певні строки.

«Звісно, спочатку ми схопилися за голову, тому що ДІЛА має понад 270 відділень у абсолютно різних місцях. Плюс треба було прокомунікувати з нашими франчайзі про те, що саме потрібно змінити».

У компанії створили окремий проєкт під назвою «Безбар'єрна ДІЛА», під який написали окрему стратегію і спланували фінансові витрати. Поступово почалося втілення плану з поліпшення архітектурної доступності. На сьогодні вже є ряд втілених змін, але в ДІЛА розуміють, що інклюзивність — це процес, а не завершена дія.

«Базові вимоги ДБН ми втілювали всюди. Звертали увагу на вхідну групу, монтували стаціонарні пандуси там, де це можливо, додавали контрастне маркування сходинок та дверей, таблички зі шрифтом Брайля з графіком роботи, навігаційні підказки тощо».

«Виявилось, що деякі речі зробити дуже легко, просто про них багато хто не знає. Наприклад, тримачі для милиць — вони не дорогі, але їхня наявність полегшує життя людині, яка користується милицями».

Після втілення змін компанія вирішила перевірити, чи дійсно локації стали зручнішими. ДІЛА почала співпрацювати з людьми з різними типами інвалідності — їх запрошували до відділень, щоб перевірити доступність не тільки по теорії, викладеній в ДБНах, але ще й на практиці.

«Коли ми розпочали роботу над архітектурною доступністю, вирішили, що маємо право про це гучно сказати й поділитись досвідом, тому що ми дійсно дуже стараємося. Звісно, зробити все ідеально не вдається, залишаються проблеми. Наприклад, архітектурні пам'ятки або приміщення, які дуже важко переоблаштувати. Там ми впроваджуємо тимчасові рішення, але все ж таки прагнемо до безбар'єрності — в чесному розумінні цього слова».

Також у планах — розмістити у відділеннях наліпки з QR-кодом, щоб люди з порушеннями слуху могли відсканувати його і отримати прайси на дослідження, перекладені жестовою мовою.

Класифікація по мобільності (permanent, temporary, situational) прописана в політиці безбар'єрності ДІЛА: що має заздалегідь передбачити компанія і як клієнтам має допомогти персонал, якщо є така потреба. Компанія також звертає увагу на ці питання у антикризових комунікаціях, переглядає всі звернення і намагається вирішити проблеми. Наприклад, була ситуація, коли клієнт приїхав до відділення на своєму електросамокаті і не знав, де можна його безпечно залишити, чоловіку допомогли співробітники відділення.

«Кілька років тому ДІЛА запустила проєкт “Сервіс-бачення”, який націлений на формування сервісної культури, на можливість розпізнавати емоції клієнтів і взаємодіяти з ними. У відділення не можна заходити з індивідуальним транспортним засобом, але завдяки “Сервіс-баченню” співробітники можуть запропонувати побути на вулиці поруч із самокатом, поки клієнт здає кров».

Спочатку компанія зосередилась на технічному завданні переоблаштувати відділення для клієнтів. Та згодом в ДІЛА зрозуміли, що питання має значно більші масштаби, і у більш доступних просторах з часом зможуть працювати люди з інвалідністю.

«Вже більше року ми є партнерами Superhumans Center — ДІЛА проводить для них безоплатні дослідження. Коли ми спілкувалися із представниками центру, вони розповіли, що дуже багато людей з інвалідністю (які пройшли або проходять реабілітацію) не можуть працевлаштуватися. По-перше, вони не впевнені, чи пройдуть співбесіду. По-друге, не знають, на які вакансії подаватися».

«Після цієї зустрічі ми подивилися на наші відділення і оцінили, що саме треба міняти. Наприклад, для працівників реєстрації та касирів треба зробити стіл з іншим рівнем стійки, щоб людям, які користуються кріслами колісними, було зручно працювати. Те ж саме стосується дверних проїомів у приміщеннях, куди заходить персонал, їх треба зробити ширшими».

Компанія провела додатковий аудит архітектурної доступності, щоб порахувати кількість міст та відділень, де зможуть працевлаштуватися люди з інвалідністю. А також оглянула відділення, в яких потрібно зробити більш масштабні зміни, щоб досягти цієї цілі.

Наступним кроком став аудит вакансій ДІЛА — він потрібен для розуміння, які посади зможуть обіймати люди з різними типами інвалідності. У цих питаннях також враховували рекомендації від Superhumans Center.

«Як нам розповіли в Superhumans Center, внаслідок війни дуже багато людей отримують важкі опіки тіла та опіки обличчя. Вони не хочуть чи не можуть працювати у фронт-офісі — або людям некомфортно, або у компанії до цього не готові. Тому ми розписали всі вакансії і пропрацювали це питання з кожним керівником, щоб точно знати, які позиції та які умови можна запропонувати».

ДІЛА вже публічно комунікує про те, що вона готова працевлаштовувати людей з інвалідністю. Зараз в компанії є один кейс, коли співробітник після отримання інвалідності змінив посаду.

«До компанії після служби повернувся співробітник, у нього є інвалідність. Раніше він працював на складі, але після повернення не міг виконувати фізичну роботу. З ним провели розмову і запитали, де йому цікаво працювати. Спочатку підібрали одну посаду, яка була пов'язана з роботою за комп'ютером, вона йому не підійшла. Після цього ми знайшли іншу роботу на складі, яку він може і хоче виконувати».

Цифрова доступність

У компанії вже планують робити сайт та цифрові матеріали більш доступними. ДІЛА консультується з громадськими організаціями, дізнається у них про нюанси, на які раніше не звертали увагу, впроважує їх в соцмережах (наприклад, додає субтитри на відео).

Сайт ДІЛА був створений давно, його досить важко переробляти згідно з настановами з доступності вебвмісту (WCAG). У планах створити новий вебпортал.

Підтримка ветеранів та ветеранок

На сьогоднішній день у Силах оборони України служать 53 людини з ДІЛА, 11 ветеранів повернулися і працюють в компанії.

У компанії активно готуються до повернення своїх колег та підтримують їх фінансово: *«Згідно законодавства, коли співробітник долучається до лав ЗСУ, роботодавець не зобов'язаний виплачувати йому заробітну плату або будь-яку фінансову допомогу. Але ДІЛА прийняла рішення, що компанія буде продовжувати підтримувати мобілізованих співробітників, тому ми надаємо їм фінансову допомогу».*

ДІЛА прописала політики по роботі з ветеранами та ветеранками, зараз вони знаходяться на затвердженні у юристів. Вже розроблені програми, які мають підтримати фізичне і ментальне здоров'я — там є додаткові дні відпустки, сертифікат на додаткові медичні дослідження тощо.

Компанія пропонує ветеранам та ветеранкам психологічну підтримку — це можуть бути індивідуальні зустрічі з корпоративним психологом, який допоможе з адаптацією. Також ДІЛА надає додаткові відпустки, фінансову допомогу за запитом (у компанії є резервний фонд, з нього виділяють кошти на реабілітацію співробітників тощо).

Сім'ї ветеранів та ветеранок можуть скористатися сертифікатами на дослідження у ДІЛА з номіналом, більшим за стандартний (соціальний). Співробітники, чиї рідні проходять службу, можуть взяти додатковий день відпустки, також для них компанія дає вихідні у такі дні, як День захисників і захисниць України.

Зараз ДІЛА проводить переговори із іншими компаніями, з якими вона співпрацює, щоб запровадити систему знижок для співробітників, які демобілізувалися: *«Це має працювати так: ми надаємо знижку на наші дослідження для їхніх співробітників, а вони можуть надати або сертифікати, або знижку на якісь послуги саме для наших ветеранів та ветеранок».*

ДІЛА активно співпрацює з [Veteran Hub](#) — мережа підтримки воїнів вчить компанію, як правильно зустрічати ветеранів та ветеранок, коли вони повертаються до робочих процесів.

Співробітники ДІЛА відвідують тренінги від Veteran Hub. А також тренінги від волонтерського проєкту [«Як ти, брате?»](#) з акцентом на підтримку людей, чії близькі зараз проходять службу чи повертаються до цивільного життя.

«Ми проводимо тренінги з керівниками та з командами про те, як спілкуватися з ветеранами, щоб їм було емоційно комфортно повернутися. Щоб всі розуміли, про що можна говорити, а про що не варто».

«Це цікавий досвід. З самого початку думали “ми ж дорослі люди, ми знаємо, як спілкуватися”. А вже після кількох тренінгів стало зрозуміло, що ми стільки всього не знаємо, у нас досі залишаються питання, на які потрібно шукати відповіді».

На початку 2025 року ДІЛА долучилася до спільноти компаній, які підписали [«Принципи бізнесу»](#), дружнього до ветеранів і ветеранок. Це ініціатива, яка формує нові стандарти підтримки воїнів та їхніх близьких у: робочому середовищі, продуктах і сервісах, закупівлях та комунікаціях. Принципи розроблені за експертної підтримки Veteran Hub у співпраці з Forbes Україна та за підтримки Міністерства у справах ветеранів України.

Коли представники ДІЛА підписували «Принципи бізнесу», вони спілкувалися з іншими компаніями і зрозуміли, всім їм доведеться багато вчитися та адаптовувати робочі процеси.

«Я відчула полегшення, тому що насправді ніхто не знає, як організовувати процеси правильно. Ми всі на цьому шляху вперше і ні для кого немає універсальних рішень. Наприклад, зустрічі з адаптації ветеранів — хтось реагує на них нормально, а хтось не дуже. Багато людей, які зараз на фронті, висловлюють думку: це ми маємо адаптуватися під ветеранів, а не вони під нас».

ДІЛА також готує HR-команди до співбесід з ветеранами та ветеранками. Компанія готова до того, що людина може попросити додатково облаштувати робоче місце під себе.

Підтримка батьківства та підтримка жінок

ДІЛА створює для батьків такі умови, щоб їм було зручно працювати: віддалений формат роботи, гнучкий графік, гібридний формат (можливість працювати і в офісі, і вдома).

Дитячих кімнат в офісі немає, але ДІЛА задумується над їхнім облаштуванням. Співробітники можуть приходити на роботу з дітьми, для них передбачені невеличкі сюрпризи (наклейки, солодке тощо).

ДІЛА сімейна компанія — там працюють цілими сім'ями. Тому з'явився проєкт «ДІЛА майбутнього», в рамках якого для дітей співробітників проводили просвітницькі уроки, екскурсії на виробництво. Також в ДІЛА є бігова спільнота, у ній є окрема дитяча команда.

Компанія домовилась про партнерство з Optima School, в рамках якого дітям співробітників пропонують додаткове навчання.

ДІЛА прагне створювати проєкти, які підтримують жінок. Намагаючись проаналізувати, яке навантаження витримують українки, компанія відкрила для себе поняття family manager.

«У нашому бізнесі близько 80% співробітників — це жінки. Ми провели багато досліджень стосовно того, через що проходить сучасна українська жінка, яка несе на собі багато задач і стає family manager. Ми зустрілися з благодійною організацією [FRIDA](#), яка допомагає постраждалому від війни цивільному населенню. Медичні волонтери поділилися спостереженням, що жінки відправляють на медичні обстеження своїх рідних, а самі часто не проходять чекапи та не лікуються».

Коли компанія побачила навантаження на family manager, прийшло розуміння, що жінки потребують підтримки ще з етапу вагітності.

«У нас впроваджено програми турботи для вагітних жінок — додаткові обстеження, які можна проходити протягом 9 місяців».

«Ми подивилися, скільки людей зараз перебувають в декреті, скільки мам працює, які у них умови праці. Якщо жінка повертається з декретної відпустки раніше, ми робимо подарунок для дитини, CEO пише співробітниці листівку від руки».

Компанія відвідує форуми, присвячені жіночому лідерству. Сама ДІЛА також може поділитися прикладами співробітниць, які професійно зростали та займали вищі посади.

«Наприклад, перша співробітниця, яка почала працювати в компанії у 1998 році, зараз обіймає посаду виконавчої директорки в топ-менеджменті».

Петперенти

ДІЛА отримує зворотний зв'язок від клієнтів петперентів, які хочуть мати можливість зайти до відділень з хвостиками. У медичних лабораторіях вхід з тваринами заборонений, але ДІЛА готується змінити суворі правила.

«Людам зручно вийти зранку, пройтися зі своєю собакою і заодно здати кров. Прив'язати собаку біля відділення не варіант, коли ми таке бачимо, розривається серце. Тому компанія розглядає варіанти, як можна вирішити цю ситуацію. Як у медичної установи, у нас є стандарти, які ми не можемо порушувати. Але коли ми проводили аудит приміщень, одразу дивилися, чи є там територія, яка дозволяє залишити собаку перед входом в маніпуляційний кабінет. Ми дуже хотіли б стати лабораторією, безбар'єрною для тварин, тому ми працюємо у цьому напрямку».

Ментальне здоров'я

У компанії працює корпоративний психолог, також долучають кваліфікованих зовнішніх спеціалістів, — до них можуть звернутися всі співробітники.

Також в ДІЛА з'явилася спеціалістка з ментального добробуту (це окрема посада). Щомісяця вона проводить по два тренінги, наприклад, про резильєнтність. Це входить у корпоративне навчання, до якого долучаються всі співробітники (за рахунок робочого часу).

«Ми намагаємося робити тренінги в цікавих форматах. Буває так, що люди спочатку з острахом дивляться, а потім розкриваються, виявляється, у них є що розповісти і чим поділитися».

Також компанія організувала тренінги для людей, чиї рідні загинули або знаходяться в полоні. Щоб зрозуміти, яка підтримка потрібна їм, ДІЛА організувала анонімні опитування.

У травні в компанії пройшов місяць обізнаності про ментальне здоров'я. У рамках всеукраїнської програми [«Ти як?»](#) зробили інтерактивний стенд із фразами-сенсами — кожного дня співробітники могли витягнути нову надихаючу цитату.

Підтримка ЗСУ

Після мобілізації співробітників компанія почала допомагати з екіпіруванням. ДІЛА зрозуміла, що вона не може робити закупки напряму— через ряд юридичних нюансів. Тому відкрили благодійний фонд «Фундація ДІЛА».

«За цей період фонд настільки розрісся, що став окремою діяльністю».

Після початку повномасштабного вторгнення ДІЛА спрямувала понад 150 млн гривень на допомогу військовим. Це була адресна допомога, підтримка госпіталів, благодійні внески до фондів і реабілітаційних центрів. Серед них

Superhumans Center, Благодійний фонд Сергія Притули, «Янголи АЗОВУ», «Госпітальєри».

У 2025 році компанія визначила, що є напрямок, на який вона хоче спрямувати діяльність фонду, — це підтримка парамедиків на фронті. Серед закупівель — турнікети.

«Ми спілкуємося з парамедиками, щоб зрозуміти, що відбувається у гарячих точках. Нам розповіли, що на фронті багато людей помирає саме через втрату крові».

На початку повномасштабного вторгнення до ДІЛА звернулися представники Київського військового госпіталю — там перебувала велика кількість поранених, персонал потребував допомоги. І ДІЛА почала проводити безоплатні дослідження для військових.

Цей напрямок розширився: *«Зараз ми проводимо безоплатні дослідження у п'яти найбільших госпіталях країни у Києві, Львові, Дніпрі, Одесі, Харкові».*

Підтримка ВПО

Напрямок підтримки внутрішньо переміщених осіб окремо не прописаний, але компанія забезпечує соціальний пакет. На прифронтових територіях ДІЛА оплачує співробітникам оренду.

«Наприклад, у нас відкриваються відділення в Дніпрі, і можемо компенсувати співробітникам вартість проживання. Дуже часто це люди, які переїхали у місто з Харкова чи Запоріжжя».

Таким чином вдається мотивувати людей переїхати в більш безпечні населені пункти та закрити вакансії.

Як COMFY впроваджує «години тиші», веде внутрішні соціальні мережі та розвиває програму перекваліфікації для жінок

COMFY — мережа магазинів побутової техніки та електроніки, що представлена 115 магазинами у 55 населених пунктах України.

Компанія працює через фізичні магазини, а також через інтернет-магазин, куди входять також мобільні додатки для покупців та продавців. Для комунікації з клієнтами COMFY активно використовує широкий набір каналів.

Як COMFY втілює безбар'єрні рішення та впроваджує «години тиші»? Як прописує політику інклюзивності та ветеранські політики? Як веде внутрішні соціальні мережі та розвиває програму перекваліфікації для жінок?

Дружній сервіс для клієнтів та «години тиші»

Компанія COMFY доєдналась до ініціативи впровадження «години тиші». Щодня до 12:00 в усіх торгових залах мережі COMFY зменшується яскравість освітлення, рівень шуму та музичний супровід, вимикаються телевізори та інформаційні панелі з динамічними зображеннями.

Мета «години тиші» — створення безбар'єрного та комфортного простору для людей з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР), розладами аутистичного спектра (РАС), а також для клієнтів, яким надмірні сенсорні подразники можуть створювати значний дискомфорт.

«Ця ініціатива органічно поєднується із раніше впровадженим проєктом заощадження електроенергії та є відображенням нашого розуміння соціальної відповідальності у прагненні створити максимально комфортні інклюзивні простори для наших клієнтів», — говорять у компанії.

У COMFY зазначають, що «години тиші» у всіх магазинах запроваджені передусім для відвідувачів із сенсорною чутливістю, але ця практика також позитивно впливає на співробітників у торговельних залах — вона зменшує шумове навантаження і допомагає сконцентруватися.

Також в COMFY є політика «дружнього сервісу»: спілкування простою й зрозумілою мовою; готовність здійснити супровід клієнтів на кріслі колісному, а також клієнтів з порушеннями зору; пріоритет у черзі для людей з інвалідністю.

Архітектурна доступність та політика інклюзивності

COMFY провела аудити архітектурної доступності для аналізу ситуації у мережі та поетапного планування змін із пріоритетом магазинів з найбільшим трафіком.

Компанія розпочала системну роботу над безбар'єрними рішеннями щодо розумного пристосування у будівлях, які є недоступними для людей з інвалідністю та маломобільних груп населення. Разом із цим COMFY взаємодіє з власниками ТРЦ/будівель щодо облаштування пандусів, тактильної навігації, маркування дверей і скляних поверхонь тощо.

Також COMFY нанесла магазини на [Мапу безбар'єрності](#) від ГО «ЛУН Місто» — там вказана наявність пандусів, ліфтів, ширина проходів, наявність універсальних вбиралень тощо.

«Наявність магазинів COMFY на Mapі безбар'єрності дозволяє клієнтам вибрати найближчу доступну локацію з реалізованими принципами доступності», — пояснюють в компанії.

У COMFY є політика інклюзивності та безбар'єрності, в якій враховуються потреби клієнтів та зазначені дії для поліпшення клієнтського досвіду.

- **Постійні потреби** (порушення мобільності, зору, сенсорна чутливість): аудит локацій, нанесення на мапу, видимі маршрути доступу; «години тиші» як щоденний стандарт.
- **Тимчасові** (вік, травми, вагітність): допомога від персоналу з переміщенням і вибором товарів, місця для відпочинку, мінімізація очікування.
- **Ситуативні**: спрощені сценарії покупки, лаконічні консультації «тільки головне», можливість завершити покупку онлайн із видачею товару в зручний час.

Разом з тим COMFY працює над:

- доповненням внутрішнього кодексу етики;
- навчанням HR команди та керівників правилам інклюзивного процесу підбору, основам побудови інклюзивного середовища в своїх командах;
- проведенням дослідження для оцінки психологічної безпеки співробітників (чи відчувають люди, що можуть бути собою на роботі без страху дискримінації чи осуду).

У розробці знаходяться навчальні пам'ятки для працівників компанії, які будуть інтегровані в програми адаптації та стажування, а також включені до регулярного циклу навчання співробітників усіх рівнів.

«Пам'ятки будуть розкривати такі теми: основи інклюзивного спілкування, коректна взаємодія з клієнтами та колегами ветеранами і ветеранками, людьми з інвалідністю та іншими соціальними групами».

Ветеранські політики та внутрішні соціальні мережі для зв'язку

COMFY зберігає робочі місця за співробітниками, які долучилися до Сил оборони України.

У компанії працює фахівець з підтримки ветеранів та ветеранок, демобілізованих працівників. Також є налагоджений канал комунікації з мобілізованими працівниками через їх керівників — завдяки цьому військовослужбовці від початку служби мають зв'язок зі своєю командою.

Оскільки магазини COMFY знаходяться в понад 50 населених пунктах країни, вся взаємодія відбувається за допомогою внутрішньої корпоративної соціальної мережі та месенджерів.

Також компанія готує групу у внутрішній соціальній мережі, яка буде джерелом підтримки та новин для військовослужбовців, ветеранів та їхніх родин.

«Ми в процесі створення групи “COMFY_Victory”, що з'явиться у новій внутрішній соціальній мережі. Група працюватиме, як єдине вікно підтримки ветеранів, нестиме інформаційно-новинний характер для ветеранів, родин у складі яких є ветерани або військовослужбовці».

Окрім цього, COMFY активно працює над посиленням напрямку рекрутингу ветеранів та ветеранок, зокрема, через додаткові навчальні програми від профільних організацій. Наприклад, влітку для рекрутерів компанії відбулися два етапи навчання від патронатної служби [«Янголи»](#) та [Українського ветеранського фонду](#).

Допомога ЗСУ та постраждалим внаслідок ворожих атак

Від початку повномасштабного вторгнення компанія COMFY допомогла армії на суму понад 170 млн гривень, долучилася до відновлення Охматдиту, надіслала допомогу постраждалим внаслідок підриву Каховської ГЕС.

«Компанія відправила на Херсонщину три вантажівки з побутовою технікою, щоб допомогти людям, що постраждали від підриву греблі Каховської ГЕС. Передали місцевій ОВА 100 комплектів техніки (холодильники, пралки, НВЧ-печі та чайники), щоб забезпечити гідні умови людям в їх тимчасових будинках. Загальна вартість переданої техніки — 3 млн гривень».

«Після атаки на дитячу лікарню “Охматдит” у Києві компанія COMFY передала 3 млн гривень на відновлення медичного закладу».

У COMFY існує проєкт «Цільова допомога військовим частинам мобілізованих» — через нього компанія закриває потреби та запити військових частин, бригад, мобілізованих співробітників.

COMFY анонсує благодійні кампанії та інформує клієнтів про можливість долучитися до них через покупку.

«З моменту, коли у COMFY з'явилися товари з позначкою КРАЩ (так клієнтам підказують, які позиції є найкращими у своїй цінній категорії) компанія перерахувала до фонду “Повернись живим” майже 6 млн гривень».

COMFY має власний благодійний мерч «Добро несеться», 100% прибутку з якого перераховується на рахунок благодійного фонду «Повернись живим». Також компанія долучається до інших зборів та підтримує ініціативи, які пропонують співробітники.

«З початку повномасштабного вторгнення COMFY долучається до великих зборів на підтримку Збройних Сил. Зокрема: “Народні Байрактари”, “Збір на помсту” від Притули та Стерненка, “На Ловця Шахідів”, “Збір на Black Box”, “Збір СИЛИ Лачена, топобank та UNITED 24”, “На Довгі РУКи ТРО”, “На теплі дрони”, на проєкт “ОКО ЗА ОКО 3”».

Водночас CEO компанії Ігор Хижняк має власний проєкт передачі, ремонту та відновлення автівок для фронту, окремих військових підрозділів — зокрема тих, де несуть службу працівники компанії.

Гендерна рівність та залучення жінок до «традиційних чоловічих» професій

Компанія COMFY підтримує гендерну рівність: від прозорих умов підбору кандидатів до прийняття рішень щодо кар'єрного просування.

«Успішність співробітників та співробітниць під час проходження стажування або під час участі в програмах розвитку кадрового резерву не має упереджень і залежить виключно від особистісних та професійних компетенцій».

«Діючих співробітниць ми підтримуємо через політику декретної та післядекретної адаптації — повернення через гнучкий графік, реінтеграційні програми, можливість часткової зайнятості».

COMFY почала залучати жінок до професій, які мають ряд стереотипів та асоціюються із чоловіками.

«Ми активно працюємо над залученням жінок до “традиційно чоловічих” професій в нашій компанії. Це, зокрема, посада продавець-консультант, яка за рахунок специфіки сфери “Побутової Техніки та Електроніки” має певну стереотипну асоціацію про традиційно чоловічу експертність. А також до складських професій на нашому розподільчому центрі: вантажники, комірники, водії навантажувачів».

Програма перекваліфікації для жінок, які працюють на складах COMFY, була реалізована у 2024 році — вона полягала в оптимізації, тобто в розподіленні обов'язків та розмежуванні процесів.

«На складі ми виділили ряд функцій на розподільчому центрі, які можуть виконувати жінки. Виділений функціонал дозволив залучати більше жінок, бо вони фізично можуть впоратися з цією роботою».

«На сьогодні, на складі серед цих професій 34% займають жінки, що складає +2% до 2024 року. Для порівняння, в 2023 році частка жінок на складі становила 25%».

Для залучення продавчинь у COMFY проводили навчальний інтенсив щодо основ підбору із акцентом на найм жінок, а також розповсюджували кейси успішних прикладів.

Підтримка співробітників та співробітниць з дітьми

COMFY приділяє увагу сімейній аудиторії, як серед клієнтів (COMFY KIDS, категорії для дітей, спеціальні акції) так і всередині компанії.

Для підтримки батьків із дітьми, які працюють в компанії, COMFY запровадила:

- Гнучкий робочий графік — опція частково дистанційної роботи, гнучкий вхід/вихід для батьків малюків.
- Додаткові оплачувані «батьківські дні» — політика для догляду за дитиною у випадку хвороби або важливих шкільних подій.

- Партнерства з дитячими послугами та просторами — договірні знижки та сервіси для співробітників (послуги медичних закладів, зовнішніх дитячих кімнат і розважальних центрів).
- Подарунки до свят — компанія систематично вітає дітей працівників із великими святами (День Святого Миколая, Новий рік тощо).

Також працівникам та працівницям, у яких народжується дитина, надають матеріальну допомогу в розмірі 10 тисяч гривень.

Підтримка петперентів

У магазинах COMFY діє політика pet-friendly — клієнтам дозволений вхід з улюбленцями при дотриманні безпекових норм та правил гігієни.

Компанія також підтримує благодійні pet-ініціативи, наприклад, COMFY долучилася до підтримки фестивалю адопції тварин.

Через внутрішню соціальну мережу COMFY співробітники часто виступають з ініціативою і організовують соціально-корисні заходи.

«Один із прикладів — періодичне відвідування притулку для тварин “Пегас”, у межах такого візиту співробітники закупають необхідні речі (ліки, корми тощо) та фізично працюють на локації».

Проект Mental Care та підтримка у складних ситуаціях

У компанії зазначають, що головна цінність — це люди, тому з початку повномасштабного вторгнення COMFY запровадила гнучкий графік роботи.

У COMFY є проєкт під назвою Mental Care, у межах якого співробітники отримують знижки на сесії із психологом, а також можуть прослухати вебінари та долучитися до групових сесій.

«В межах цього проєкту ми співпрацюємо з платформою ROZMOVA та пропонуємо нашим співробітникам першу безоплатну консультацію і корпоративну знижку на всі наступні сесії із обраним ними психологом».

«Під запит ми запрошуємо психологів із різних організацій для проведення вебінарів або групових сесій. Наприклад, громадська спілка [“Реабілітаційні сили України”](#), Центр психічного здоров'я та реабілітації [“Лісова поляна”](#), [Гаряча лінія](#) кризової підтримки Українського ветеранського фонду».

У разі смерті близького родича чи родички співробітників, компанія надає матеріальну допомогу. Також матеріальна допомога передбачена колегам, що постраждали внаслідок ворожих атак.

«Після потрапляння російської ракети в житловий будинок на “Перемозі” в місті Дніпро, COMFY виділив матеріальну допомогу співробітникам, які постраждали, та їхнім сім'ям».

Також у COMFY проводять внутрішні збори на лікування чи відновлення для працівників або їхніх родичів.

Цінності та підтримка Pride Month

Мережа магазинів COMFY була однією з перших українських компаній, які підтримали Pride Month ще у 2023 році.

«Компанія підтримує різноманітність та поважає свободу кожного та кожної».

У COMFY наголошують, що рівність, різноманіття та інклюзивність — важливі цінності сьогодення.

«Позиція компанії в тому, щоб не просто підтримати конкретну соціальну групу, а в тому, щоб підтримати громадянські свободи загалом — це і про людей з інвалідністю, і про право на безбар'єрний простір».

Як «Сільпо» робить інклюзію частиною операційної роботи, продумує сервіс для всіх, підтримує працівників та працівниць у війську

«Сільпо» — одна з найбільших мереж супермаркетів та делікатес-маркетів в Україні, що входить до складу [Fozzy Group](#).

Компанія відкриває нові дизайнерські магазини та адаптовує простір і внутрішні процеси з урахуванням потреб різних груп відвідувачів і співробітників.

Як магазинах «Сільпо» покращують доступність для клієнтів та працівників мережі? Як компанія інтегрує інклюзію в повсякденну операційну діяльність? Як адаптує сервіс для користувачів із порушеннями зору? Як підтримує працівників та працівниць, які пройшли або проходять службу? Як ставиться до тварин та що пропонує петперентам? Про це розповідає заступник директора з питань інклюзивності та підтримки ветеранів Олег Крикун.

Архітектурна доступність просторів та зручні каси самообслуговування

Компанія «Сільпо» розглядає архітектурну доступність із двох головних напрямів — зручність для клієнтів та зручність для працівників компанії. Усі нові об'єкти мережі супермаркетів проєктуються згідно з оновленими державними будівельними нормами (ДБН), що передбачають безбар'єрність простору. Водночас у старих магазинах компанія проводить поступову модернізацію — зокрема, розширює вузькі проходи, встановлює відповідні широкі рамки для проходу у супермаркетах й адаптує територію з урахуванням вимог просторової зручності.

У магазинах покращують навігацію та доступність для людей, які пересуваються на кріслах колісних, батьків із дитячими візочками, гостей із тваринами. У фокусі також — адаптація офісних і службових приміщень для можливості працевлаштування людей з інвалідністю. У деяких супермаркетах уже працюють працівники, які користуються кріслами колісними. Нові приміщення одразу готують до різних сценаріїв, щоб забезпечити всі необхідні умови.

Низку змін компанія впровадила ще у 2021 році — після консультацій з ГО «Доступно.УА». Операційні підходи щодо доступності стали частиною щоденної роботи: супермаркети поступово адаптуються під потреби різних груп.

Окрему увагу компанія приділила касам самообслуговування. Було проведено глибинні дослідження за участі ветеранів, гостей, які пересуваються з допоміжними засобами — милицями чи кріслами колісними.

«Ми вивчали висоту обладнання, розміщення тримачів для милиць, зону для пакетів і зручність простору для різних користувачів. Після цього каси оновили — встановили нові ергономічні екрани, тримачі, підсвітку. Тепер вони адаптовані для людей на кріслах колісних, з милицями, з порушеннями зору, людей старшого віку, вагітних жінок тощо».

Ще один напрям — доступність парковок. Окрім базової розмітки, компанія аналізує юридичні аспекти регулювання й працює над тим, щоб механізми відповідальності за порушення правил були дієвими. Комунікація щодо поваги до прав гостей з інвалідністю — ще один із постійних напрямів роботи в магазинах.

Підтримка архітектурної доступності включає й щоденний контроль та регулярну роботу з менеджментом магазинів.

«Іноді, попри всі стандарти, палета з водою опиняється в проході, який мав бути вільним. І тут уже важлива просвітницька робота з менеджментом у кожному магазині: помітив — прибери або виправ. Це теж частина інклюзії».

Інклюзивність та різні сценарії взаємодії з простором

У «Сільпо» інклюзія інтегрована в повсякденну операційну діяльність компанії. Це не окремий проєкт, а підхід, що враховується при взаємодії з працівниками й гостями. Робота з темою інвалідності реалізується через адаптацію сервісних стандартів, форм комунікації, цифрових інтерфейсів і внутрішніх процесів.

«Насправді нікого не здивуєш шириною проходу чи наявністю пандуса — це вже має бути базою. Але важливо, що інклюзія у нас не виділена в окремий проєкт, а є частиною операційної роботи. Ми не стаємо ідеальними одразу — це процес поступового покращення».

У компанії не застосовують формальні політики у звичному значенні. Кожна ситуація або запит аналізується окремо: спершу команда знаходить рішення під конкретний запит, а потім масштабує на всю мережу.

«Ми здобули якісь знання, вирішили кейс — і ці знання масштабуються на всі підрозділи, неважливо, Львів це, Дніпро чи Харків».

У «Сільпо» фокусуються на тому, щоб закрити запити різних категорій гостей і працівників — як із постійними порушеннями здоров'я, так і з тимчасовими або ситуативними порушеннями функціонування. Це можуть бути, зокрема,

люди після операцій, із травмами, батьки з дитячими візочками або відвідувачі старшого віку.

Під час внутрішнього тестування доступності до таких кейсів залучали і співробітників компанії, які тимчасово належали до маломобільних груп. На основі їхнього досвіду відпрацьовували різні сценарії взаємодії з простором. Підхід до всіх категорій однаковий — знайти рішення, що зробить користування магазином зручним і безпечним.

Для команди, яка спілкується з гостями, регулярно оновлюються інструкції. У фокусі — стиль комунікації, алгоритми надання допомоги, дії в нестандартних ситуаціях.

«Один з прикладів — до нас звернувся ветеран, який після реабілітації хотів відвідати супермаркет, але не отримав очікуваної підтримки. Ми проаналізували цю ситуацію, провели внутрішнє навчання для команди — і він сам згодом долучився до нашої роботи: тестував магазини на доступність і допомагав нам ставати кращими».

Запити від працівників з інвалідністю також стають основою для змін. Один із кейсів — адаптація робочого місця для співробітниці на кріслі колісному. Після особистої розмови з нею було змінено розташування її каси на точці з більшим простором і меншою кількістю перехожих — рішення застосували й на інших об'єктах, де фіксували подібні бар'єри.

У компанії не ведуть розподілу працівників за групами інвалідності, адже це вважають чутливою інформацією. Замість цього зосереджуються на виявленні запитів і бар'єрів, з якими стикаються люди в роботі чи під час покупок. Зокрема, це стосується тих, хто повернувся до роботи після поранень або користується протезами.

Паралельно відбувається навчання працівників — через внутрішні комунікації та освітні матеріали. Теми охоплюють використання коректної лексики, повагу до особистих кордонів, уникнення тригерних тем і базові принципи безбар'єрного спілкування.

Цифрова доступність

У «Сільпо» цифрову доступність розглядають як частину довгострокової стратегії. Компанія створила дорожню карту вдосконалення цифрових сервісів на три роки, яка охоплює як зовнішні платформи (сайт і застосунок), так і внутрішні цифрові продукти.

У фокусі — адаптація сервісів для користувачів із порушеннями зору. Над змінами працюють кросфункціональні команди, до яких входять також фахівці з цифрової доступності. Один із внутрішніх тестувальників є

учасником Всеукраїнської організації людей з інвалідністю — він перевіряє зручність користування новими продуктами.

З останніх оновлень — адаптація кнопок для зчитування скрінрідерами, покращення контрастності елементів, додавання альтернативного тексту до зображень. Розробники переглядають верстку та інтерфейс, зокрема уникають поєднань кольорів, які складно розрізнити людям із порушеннями зору (наприклад, червоного й помаранчевого). Елементи інтерфейсу синхронізуються зі скрінрідерами.

Також у процесі розробки цифрових продуктів враховується зручність візуального інтерфейсу — тип шрифтів, підказки, кути нахилу екрана.

Підтримка ветеранів, ветеранок та мобілізованих працівників

У «Сільпо» діє система підтримки працівників, які проходять або пройшли військову службу. Програми охоплюють кілька категорій: мобілізованих співробітників, ветеранів та ветеранок, які повернулися до роботи, кандидатів із бойовим досвідом, а також родини військових і колег, які з ними працюють.

Для мобілізованих працівників компанія надає юридичний і психологічний супровід. Юридична підтримка включає допомогу з оформленням документів, компенсаціями, довідками та питаннями інвалідності. Психологічну підтримку надають внутрішні фахівці. Із запитами часто звертаються не лише самі військові, а й їхні рідні.

«У нас є рідні тих, хто в полоні, хто безвісти зник. Ми працюємо з усіма цими кейсами — і юридично, і психологічно. Це не передається на аутсорс. Ми не просто надаємо контакт організації, ми йдемо разом з людиною цим шляхом — іноді буквально за руку».

Після повернення до цивільного життя працівник або працівниця мають право на 30 додаткових оплачуваних днів відпустки, які можна використати протягом року. Також можна взяти накопичену відпустку та 14 днів, передбачених для людей зі статусом УБД. У компанії наголошують, що цей етап повернення важливо пройти поступово:

«Ми вважаємо, що потрібно підтримати ветеранів в моменті переходу з військової служби до роботи. Він чи вона мають відпочити — і потім людина з новими силами повертається до завдань або навіть до додаткового навчання чи перенавчання. Адже мобілізація могла бути і в 2022-му, і в 2019-му, за цей час багато процесів змінилося — тому це передусім про відпочинок».

Для адаптації після служби передбачено перенавчання. Працівникам надають час і доступ до актуальної інформації й інструментів для поступового включення в роботу. Особливо розглядаються запити щодо медичної підтримки та програм відновлення.

Також компанія проводить внутрішню просвітницьку роботу з колективами, які взаємодіють із ветеранами та родинами військових. Це включає обговорення форм комунікації, можливих бар'єрів і механізмів підтримки всередині команд.

Психічне здоров'я, творчі й тілесно-орієнтовані активності

У компанії впроваджена система підтримки психічного здоров'я працівників, що включає кілька рівнів допомоги. Співробітники мають доступ до консультацій із психологами компанії. Передбачено базовий безоплатний пакет зустрічей, після завершення якого можна продовжити роботу зі спеціалістом на пільгових умовах — зі зниженою оплатою.

Окрема категорія підтримки стосується мобілізованих працівників, ветеранів і членів їхніх родин. Для них психологічні консультації надаються безплатно та без обмежень — тривалість і частоту сеансів визначають самі отримувачі допомоги.

Окрім індивідуальних консультацій, компанія реалізує неформальні ініціативи, що можуть сприяти емоційній стабілізації. Серед них — заняття йогою, майстер-класи з гончарства та розпису писанок, інші творчі або тілесно-орієнтовані активності. Частина таких заходів організовується на рівні компанії, інші — в окремих підрозділах. Практики тестуються та оновлюються залежно від запитів і досвіду співробітників.

«Психологічна підтримка — це базова річ. А все, що зверху — йога, глина, писанки — це ще один спосіб підтримати, заспокоїти, переключити. Ми експериментуємо, підтримуємо, пробуємо різне».

Підтримка батьківства та жінок

Компанія створює умови, які дозволяють працівникам та працівницям поєднувати роботу з піклуванням про дітей. Формати підтримки відрізняються залежно від характеру роботи, але базуються на принципах гнучкості, доступності та дружності до родин.

В офісах компанії діють дитячі кімнати з тьюторами, куди можна привести дитину на цілий день — незалежно від того, чи тривають канікули. У кімнатах організовано догляд, харчування та супровід в укриття під час повітряної тривоги. Під час шкільних канікул для дітей проводяться активності, а в

деяких офісах з'явилася традиція малювати маркерами на скляних стінах кабінетів.

«Так у нас прижилася традиція, що діти можуть піти в кабінет, якщо ввечері хтось затримується, і там щось комбінувати».

У логістичних підрозділах, транспорті та супермаркетах компанія організовує події для дітей і батьків — наприклад, майстер-класи з приготування піци чи тістечок.

Якщо дитина захворіла або залишилась вдома через безпекову ситуацію, працівники можуть працювати дистанційно. Після масованих обстрілів компанія також враховує психологічне навантаження на працівників-батьків.

Підтримка жінок у компанії не виділяється в окрему програму, але реалізується через принцип рівного доступу. У «Сільпо» жінки представлені у всіх підрозділах, зокрема на управлінських посадах: серед керівного складу — 49% жінок і 51% чоловіків. У логістиці є жінки-водійки вантажівок, у супермаркетах — менеджерки команд, охоронниці, обвалювальниці м'яса тощо.

У компанії зазначають, що не мають потреби в окремих ініціативах із гендерної рівності, оскільки працюють за принципом: якщо людина хоче та може — вона має рівні шанси, незалежно від статі.

Підтримка вразливих груп: ВПО, вагітні, представники ЛГБТ+

У «Сільпо» діють внутрішні політики підтримки різних уразливих категорій працівників, зокрема внутрішньо переміщених осіб (ВПО) і вагітних жінок. Для кожної з цих груп існують відповідні державні гарантії, які компанія доповнює власними підходами.

«Сільпо» як великий український бізнес працював із внутрішньо переміщеними особами ще задовго до початку повномасштабного вторгнення та вчився розуміти їхні потреби. Тому у 2022 році компанія одразу почала активно допомагала працівникам, які були змушені евакуюватись: допомагала з розміщенням, адаптацією на нових локаціях, збереженням робочих місць. Сьогодні ВПО є серед працівників компанії по всій Україні.

Також діє підтримка для вагітних співробітниць: компанія дотримується законодавства і забезпечує всі належні гарантії та умови праці.

Щодо представників ЛГБТ+ спільноти, у компанії немає окремих спеціалізованих програм, проте діє загальний принцип недискримінації. Усі працівники мають рівні можливості, незалежно від особистих характеристик.

Петперенти у офісі та клієнти з песомобілями

У компанії передбачені умови, які дозволяють перебувати поруч із домашніми тваринами як працівникам, так і гостям.

В офісах дозволено приводити домашніх тварин за умови погодження з командою. Основний принцип — попередити колег та врахувати можливі алергії або інший дискомфорт. У компанії зазначають: працівники самостійно вирішують це питання в межах колективу.

Окремих зон для тварин в офісах немає, але іноді працівники беруть улюбленців із собою, якщо немає можливості залишити їх удома.

Для гостей супермаркетів передбачені рішення, що враховують присутність тварин. Наприклад, у деяких магазинах використовуються песомобілі — спеціальні візки, які дозволяють взяти собаку із собою на покупки.

Підтримка ЗСУ та соціальні ініціативи

Після початку повномасштабного вторгнення «Сільпо» зосередило значну частину своїх ресурсів на підтримці Сил оборони України. Один із найбільш публічних проєктів «Плюс на життя» — довгострокова соціальна кампанія у співпраці з проєктом «Птахи» громадської діячки та волонтерки [Тати Кеплер](#). У межах проєкту компанія передає 1 гривню від продажу кожного із понад 1000 товарів на засоби тактичної медицини для українських захисників. До проєкту долучаються не лише внутрішні команди, а й партнери компанії, постачальники, волонтери тощо.

«Разом із Татою Кеплер пакуємо аптечки, відправляємо їх певним підрозділам. Це складний кросфункціональний проєкт — із залученням експертів, команди комерції, партнерів. Ми разом збираємо кошти й передаємо аптечки туди, де вони найбільше потрібні».

Однак багато інших ініціатив у «Сільпо» залишаються непублічними — з міркувань безпеки мобілізованих працівників та їхніх родин. У компанії зазначають, що наразі до лав Збройних сил мобілізовано понад три тисячі працівників — це, як порівнюють у команді, «майже ціла механізована бригада».

Компанія підтримує цих колег і на інституційному, і на особистому рівнях. Її внутрішня програма допомоги мобілізованим, але деталі про неї публічно не розкриваються. Паралельно з цим «Сільпо» дає змогу працівникам долучатись до благодійних проєктів — зокрема, передавати свої

«балобонуси» у мобільному застосунку на підтримку ЗСУ, на підтримку тварин у притулках або інших соціальних ініціатив.

Крім корпоративних програм, діють і локальні ініціативи: у багатьох командах працівники самостійно об'єднуються для волонтерства, плетуть маскувальні сітки, збирають кошти, допомагають захисникам, притулкам чи громадським ініціативам.

Як WOG впроваджує доступність на АЗК, підтримує мобілізованих співробітників, навчає ветеранів та ветеранок запускати свої кав'ярні

WOG (West Oil Group) — мережа автозаправних комплексів (АЗК) в Україні. Компанію було засновано в 2000 році.

На сьогодні до складу мережі входять понад 360 АЗК. Також мережа пропонує гостям їжу та напої — АЗК мають WOG CAFE та WOG MARKET.

Як WOG реагує на виклики сьогодення та забезпечує стійкість у своїй галузі? Як компанія змінює свої АЗК, щоб вони були доступнішими для маломобільних груп населення? Як підтримує мобілізованих працівників? Як допомагає ветеранам та ветеранкам опанувати нову професію? Що компанія вкладає в політику з підтримки психічного здоров'я та добробуту співробітників?

Актуальні виклики та рішення

У WOG вибудовують цілісну систему стратегій, які дозволяють не лише реагувати на виклики війни, а й формувати стандарти у своїй галузі. У компанії зазначають, що на сьогодні одна з головних ролей АЗК — забезпечувати стійкість критичної інфраструктури.

«АЗК у прифронтових регіонах залишаються опорою для військових, цивільних, малого бізнесу. Для нас принципово, щоб на автозаправних комплексах завжди було пальне, світло, тепло, вода, зв'язок. Щоб кожен та кожна мали змогу випити кави та пообідати, зарядити гаджети».

«Наша компанія повністю обладнала мережу генераторами станом на 1 грудня 2022 року, щоб гості не залишилися без базових послуг попри блекаути».

У 2017 році компанія запустила сервіс WOG PAY Пальне: послуга дозволяє платити за пальне безпосередньо біля колонки і не виходячи з авто — жодних QR-кодів, каси чи додаткових дій.

«Це рішення є особливо актуальним та затребуваним для маломобільних груп населення. Варто сказати, якщо на старті це був зручний інструмент для водіїв, які цінують власний час, то під час пандемії COVID-19 сервіс перетворився на ефективний спосіб дотримання дистанції, адже знімав у клієнта потребу заходити на АЗК. Окремо варто згадати перші тижні повномасштабної війни, коли через кількадевні комендантські години в

Києві, Харкові та Миколаєві ми не могли виводити персонал на роботу. І саме завдяки цьому сервісу забезпечували пальним транспорт критичної інфраструктури та військових абсолютно в автономному режимі».

Доступність АЗК

У червні 2022 року у WOG окреслили свою стратегію інклюзивності та безбар'єрності. Зараз компанія працює над архітектурною доступністю: нові АЗК проєктують та будують відповідно до вимог безбар'єрності, а старі — поступово реконструюють.

«Під час реновації об'єктів та під час будівництва нових автозаправних комплексів ми приділяємо увагу їхній інклюзивності та доступності. Так, при вході на АЗК встановлюємо спеціальні тактильні смуги, великі автоматичні розсувні двері. Продумуємо комфортне зонування простору. Враховуємо, що всередині об'єктів не має бути жодних порогів».

«Окрема вбиральня для людей з інвалідністю та батьків з немовлятами — це must have».

У компанії зазначають, що на сьогодні 81 АЗК в мережі є безбар'єрним, і цифра буде зростати й надалі.

Також компанія розгорнула на мережу термінали самообслуговування WOG PAY BOX — це дає змогу розраховуватися за пальне, товари з маркету, напої та страви з кафе в кілька кліків одним чеком без залучення оператора.

«WOG PAY BOX має важливу інклюзивну складову — термінали значно полегшують процес замовлення та оплати послуг для людей, яким може бути некомфортно користуватися стандартним сервісом та комунікацією».

«Ми сприймаємо інклюзивність не як тренд і не як проєкт. Це про кожного і кожну, хто має різний життєвий досвід. Про людину з інвалідністю, людину з порушеннями рухової функції, людину з порушеннями мовлення, батьків з немовлятами, людей старшого віку та інших».

Ветеранські програми та навчання для запуску своєї кав'ярні

З 2023 року компанія спільно з партнерами реалізує освітній безоплатний проєкт «Академія кави WOG» з реінтеграції ветеранів та ветеранок та членів їхніх родин. Проєкт дає можливість опанувати нову професію баристи та отримати знання, які необхідні для відкриття власної кав'ярні. Крім цього, під час навчання вдається створити спільноту для комунікації та підтримки.

«Ветерани та їхні родини мають змогу отримати не лише професійні навички бариста, а й практичні інструменти для запуску власної справи, які вони можуть реалізувати та монетизувати в майбутньому».

Ініціатива об'єднала відповідальні бізнеси з різних сфер. Серед тренерів представники та представниці: школи бариста United Kyiv Roasters, компанії «Галичина», банку «Ощадбанк», «Мантінга Україна», української компанії з автоматизації закладів Poster, агенції із діджитал-маркетингу країні Promodo тощо».

«Академія кави WOG» випустила 5 навчальних потоків, а це майже 250 студентів та студенток. Тринадцять випускників вже мають свої кав'ярні. На початку листопада 2025 року стартував шостий потік навчання. Крім того, до викладання залучені й самі випускники.

«Двоє студенток стали лекторками академії та викладають модулі, присвячені веденню бухгалтерського та управлінського обліку в кав'ярнях».

У напрямку підтримки військових та ветеранів компанія WOG реалізує власний проєкт «Побратими», у межах якого діє спеціальна програма знижок на пальне, товари з WOG CAFE та WOG MARKET.

«Стратегія вдячності, яка має на меті підтримувати військових, ветеранів та їхні родини — одна з ключових для WOG».

У лютому 2025 року WOG доєднався до національної програми підтримки військових «Плюси» в застосунку Армія+. У межах ініціативи захисники та захисниці отримують спеціальні знижки на якісне пальне, їжу, напої та інші товари в мережі АЗК WOG.

«Понад 200 млн гривень знижок надано в мережі АЗК WOG в межах національної програми “Плюси”».

Також компанія підписала меморандум «Принципи бізнесу, дружнього до ветеранів і ветеранок» — він розроблений за підтримки Міністерства у справах ветеранів України. Крім цього, WOG долучився до підписання меморандуму про співпрацю між Львівською мерією, благодійним фондом UNBROKEN та представниками 18 великих підприємств Львова щодо працевлаштування ветеранів і ветеранок.

Підтримка мобілізованих працівників

У бюджеті компанії закладені кошти для підтримки мобілізованих працівників — за потреби вони дають змогу надати всю необхідну допомогу.

Разом із тим WOG регулярно надає індивідуальну підтримку співробітникам, які долучилися до Сил оборони України.

«Ми швидко реагуємо на індивідуальні запити колег, які стали на захист нашої країни. Це може бути закриття потреб підрозділу у техніці (РЕБ, зарядна станція, генератор тощо), придбання авто, додаткового комплексу одягу та інше».

Після повернення з фронту демобілізованим працівникам забезпечується реабілітація та лікування. У разі потреби надається психологічна підтримка. За необхідності проводиться навчання, перекваліфікація та адаптація, створюється нове робоче місце.

У компанії наголошують, що програма підтримки діє для всіх співробітників та співробітниць.

«Усі працівники WOG є частиною однієї спільноти, тому ми не розділяємо наших співробітників та їхні родини, незалежно від того, чи вони працюють в компанії, чи є наразі мобілізованими, чи вже ветеранами. Програма підтримки включає привітання для дітей співробітників з нагоди свят, запрошення родин на корпоративні та соціальні заходи, культурні події, концерти українських патріотичних гуртів, покази українського кіно».

«Ми також надаємо психологічну допомогу, допомагаємо з працевлаштуванням членів сімей військослужбовців і забезпечуємо фінансову підтримку в складних життєвих обставинах».

Гендерна рівність

У WOG впроваджено підходи та політики, які забезпечують рівні можливості для кожного співробітника та кожної співробітниці.

«Компанія дотримується принципу рівноправ'я для всіх, незалежно від гендеру, віку, посади, соціального статусу, віросповідання».

У компанії наголошують: як на керівних, так і на лінійних позиціях у WOG представлені і жінки, і чоловіки, які обираються виключно за їхніми кваліфікаційними навичками, досвідом та потенціалом.

У WOG забезпечують умови, що дають змогу всім співробітникам брати на себе той обсяг повноважень, до якого вони готові, й поступово проявляти свою фаховість. Такий підхід підтримує розвиток сильних спеціалістів і додає компанії динаміки.

«Ми переконані, що талант не має гендеру, — тому формуємо середовище, де кожен може зростати та рухатися до бажаного лідерства».

Також у WOG додають, що топменеджерки компанії стали прикладом лідерства та професійної відданості: *«До прикладу, технічний департамент компанії очолює колега, яка вже 29 років працює в компанії; HR-директорка — 20 років; директорка дирекції з логістики супутніх товарів та контролю товарно-матеріальних цінностей — 17 років».*

Разом з цим WOG приділяє увагу обізнаності всередині команд — в компанії проводяться тренінги, навчання, воркшопи, які допомагають підвищити обізнаність про важливість різноманіття, подолати упередження та розвинути навички інклюзивного спілкування.

«Навчальні програми охоплюють теми, пов'язані з гендерною рівністю, культурним різноманіттям та створенням безпечного та доброзичливого середовища, боротьбою з ейджизмом тощо».

Підтримка батьківства

Для батьків компанія надає додаткові дні до відпустки. Крім того, пропонує гнучкий графік роботи або ж неповну зайнятість — у залежності від конкретної посади.

Також програма підтримки включає привітання для дітей співробітників та співробітниць з нагоди свят, запрошення родин на різноманітні корпоративні та соціальні заходи.

Петперенти

Частина співробітників WOG працює в офісі, там проваджено петфрендлі політику: співробітники можуть приходити в офіс зі своїми улюбленцями, якщо це не заважає іншим.

«Ми поважаємо комфорт кожного, тому враховуємо можливі реакції: перед тим, як привести тваринку, узгоджуємо з командою, щоб робочий простір залишався зручним для всіх».

Що стосується АЗК, то там діють інші правила: *«Ми працюємо за стандартами НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point), які передбачають суворі норми безпеки харчових продуктів. Це важливо для здоров'я і безпеки гостей, адже на АЗК відбувається зберігання, приготування та реалізація їжі. Водночас ми лояльно ставимося до клієнтів із улюбленцями: на території АЗК можна перебувати з твариною, якщо це безпечно та не заважає іншим відвідувачам».*

Підтримка психічного здоров'я та підтримка ідей

У компанії розробили та впровадили корпоративну політику з підтримки психічного здоров'я та добробуту співробітників «WOG З ТОБОЮ. РАЗОМ СИЛЬНІШІ».

«Це не окремі сервіси, а частина корпоративної культури. Вона проявляється у способі комунікації, прийнятті рішень і підтримці одне одного».

Всіх працівників компанії заохочують:

- звертатися до керівників або координатора програм підтримки психічного здоров'я у своєму регіоні у разі виникнення будь-якого занепокоєння, пропозиції чи необхідності зворотного зв'язку;
- ідентифікувати та повідомляти про небезпеки та фактори, які можуть вплинути на психічне здоров'я та безпеку співробітників;
- брати участь в опитуваннях, спрямованих на покращення організаційної культури та посилення психологічної безпеки та добробуту;
- брати участь в навчальних заходах та ініціативах щодо підтримки психічного здоров'я, добробуту та ефективної комунікації в командах;
- навчатися надавати першу психологічну допомогу і ставати амбасадорами підтримки психічного здоров'я.

WOG надає співробітникам доступ до всіх каналів підтримки (лінія довіри, список контактів для звернення за професійною психологічною допомогою, ресурсні групи) й можливість брати участь в інформаційно-навчальних заходах та ініціативах щодо підтримки добробуту, психічного і фізичного здоров'я.

У компанії пояснюють, що у WOG немає формалістичних бар'єрів. Увесь колектив може поспілкуватися, обговорити робочі питання чи запропонувати зміни.

«Кожен співробітник та кожна співробітниця можуть ініціювати ідею, запропонувати своє бачення. І це необов'язково має входити саме в “зону” їхньої відповідальності чи посадових обов'язків. Єдина умова — готовність долучитися до її впровадження. Таким чином, ця горизонтальна культура дозволяє відчувати, що людина буде почута, вона може не боятися пропонувати свої ідеї та бути частиною єдиної спільноти».

Підтримка ЗСУ та допомога тим, хто постраждав від атак

З початку повномасштабної війни мережа АЗК WOG сфокусувалася на ключових напрямках допомоги:

1. Підтримка паливом евакуаційних місій, які вивозять цивільних із «гарячих» точок та поранених військових зі стабілізаційних прифронтових пунктів. На цей напрям WOG спрямував понад 1,5 млн літрів пального.
2. Посилення Сил оборони українськими military-tech, адресне та оперативне потрапляння зброї та техніки на позиції. У межах мілітарного напрямку в мережі АЗК WOG діє довготривалий проєкт «WOGОНЬ ДОПОМОГИ», який втілюють разом із ПриватБанком та «Благодійним фондом Сергія Притули».

Крім того, майже два десятиліття WOG втілює благодійний проєкт «Дорога добра», надаючи життєво важливе обладнання лікарням по всій країні: *«Якщо раніше ми зосереджувалися на допомозі дітям із хворобами серця, то останні роки наш фокус — медичні установи, де рятують усіх, хто постраждав від російських атак».*

Як «Укрзалізниця» реалізує стратегію безбар'єрності, модернізує рухомий склад і продумує ветеранські програми

«Укрзалізниця» — державна компанія, що забезпечує більшість пасажирських і вантажних перевезень в Україні.

Компанія має масштабну мережу залізниць і відіграє ключову роль в логістиці країни. У товаристві працює понад 200 тисяч людей.

Як «Укрзалізниця» реалізує стратегію безбар'єрності та враховує цифрову доступність? Як оновлює вокзали, модернізує рухомий склад та забезпечує пасажирів з інвалідністю інклюзивні вагони? Що прописує у ветеранських програмах та як підтримує родини працівників? Як створює комфортні умови для петперентів під час подорожей?

Стратегія безбар'єрності, інклюзивні вагони та зворотний зв'язок

Стратегія розвитку безбар'єрності — один із ключових напрямів трансформації «Укрзалізниці». У компанії цей напрям розглядають не лише як питання інфраструктури, а також як філософію рівних можливостей — для пасажирів і для всіх працівників.

В «Укрзалізниці» зазначають, що намагаються розвивати всі види безбар'єрності — фізичну, цифрову, інформаційну, суспільну та громадянську, економічну, освітню та цифрову.

«Ми залучені до реалізації Національної стратегії безбар'єрності — ініціативи першої леді України Олени Зеленської — до 2030 року та системно впроваджуємо її принципи у своїй діяльності».

«Компанія модернізує рухомий склад, оновлює вокзали та станції з урахуванням потреб людей з інвалідністю, маломобільних пасажирів, батьків із дітьми, людей старшого віку. На вокзалах облаштовуються комфортні зони очікування для всіх груп пасажирів, оновлюються вхідні групи, вбиральні комплекси, встановлюються спеціальні тактильні смуги».

У парку «Укрзалізниці» вже є 54 інклюзивні вагони, якими буде зручно користуватися людям з інвалідністю. Там передбачена електрична підймальна платформа або приставний пандус, облаштовані універсальні

вбиральні, розміщені таблички зі шрифтом Брайля. Для людей на кріслі колісному облаштовані спальні місця, які можуть змінювати кут нахилу спинки.

«Замовити спеціальний вагон для людей з інвалідністю можна через сайт “Укрзалізниці”. Заявку потрібно подавати за 5 днів до запланованої поїздки».

Окрім цього, компанія модернізувала перший безбар'єрний вагон, який повністю адаптований для подорожей пасажирів на кріслах колісних: *«У ньому облаштовано чотири збільшені купе, кожне з яких розраховане на двох пасажирів на кріслах колісних та двох супровідників. У разі, якщо вагон не замовлено для спеціальних перевезень, кожне купе може вміщувати до шести пасажирів, що дозволяє ефективно використовувати простір».*

Для забезпечення доступності важливої інформації для людей з порушеннями слуху, в межах співпраці з громадською організацією [«Громадський рух «Соціальна єдність»](#), запроваджено інформування жестовою мовою в рухомому складі поїздів Інтерсіті. Можливість комунікації жестовою мовою в реальному часі також забезпечена на інформаційних стійках вокзалів Києва, Львова, Вінниці, Дніпра, Одеси, Харкова, Ужгорода, Запоріжжя, Івано-Франківська та Чернівців.

Також «Укрзалізниця» має 78 вагонів для медичної евакуації важкопоранених військовослужбовців.

У рухомому складі є 41 модернізований електропоїзд, що працює на приміських маршрутах, обладнаний універсальними вбиральнями зі сповивальними столиками, місцями для людей з інвалідністю, табличками зі шрифтом Брайля, кріпленнями для велосипедів.

«У планах — обладнати нові поїзди пандусами, адаптованими туалетами, спеціальними місцями для крісел колісних».

В «Укрзалізниці» підкреслюють, що покращити роботу й зрозуміти реальні потреби пасажирів допомагає зворотний зв'язок.

«Важливо, що ми постійно прислухаємося до думки громадськості та до відгуків пасажирів у соціальних мережах. Ці коментарі допомагають нам покращувати сервіси, розуміти реальні потреби й оперативно реагувати на проблеми».

Компанія приділяє увагу коректній взаємодії та спілкуванню з людьми з інвалідністю. Для працівників «Укрзалізниці», які входять до груп із надання допомоги, громадська організація «Доступно.UA» провела серію тренінгів. На них розбирали, як взаємодіяти з людьми з порушеннями зору та користувачами крісел колісних.

Архітектурна доступність на вокзалах та станціях

«Укрзалізниця» системно працює над поліпшенням архітектурної доступності своїх об'єктів. Робота починається з комплексних аудитів архітектурної доступності вокзалів та станцій. Після цього команда проводить глибокий аналіз зібраних даних і поступово втілює зміни, спрямовані на створення інклюзивних та зручних просторів.

«Передусім ми зосередилися на великих вокзалах, де необхідно зробити комплексну реконструкцію, підняття перонів, встановлення ліфтів тощо. Оскільки це потребує значних вкладень та часу, поступово ми проводимо аудит усіх вокзалів та станцій».

«На вокзалах облаштовують пандуси, розширені автоматичні двері, спеціальні тактильні смуги, поручні, занижені вікна кас, універсальні вбиральні, підймальні платформи та зали очікування з комфортними умовами для всіх користувачів».

Також «Укрзалізниця» спільно з громадською організацією «ЛУН Місто» запустили [Мапу безбар'єрності вокзалів](#).

«Мапа інформує про можливість зручного доступу до платформ, рівень доступності вхідних груп, квиткових кас, інформаційних стійок, зал очікування, укриттів. Повідомляє про наявність ліфтів, допоміжних засобів висадки/посадки, кімнати батьків і дітей, зазначає, чи є персонал для допомоги».

«Зокрема, Мапа безбар'єрності виконує не лише навігаційну та інформаційну функцію, а й слугує інструментом комунікації з пасажирями та відвідувачами. Користувачі можуть залишати зворотний зв'язок щодо стану доступності конкретних локацій та ділитися своїм досвідом пересування. Це дозволяє оперативно виявляти потреби, підсилює відкритість та робить процес удосконалення інфраструктури більш прозорим і орієнтованим на людей».

Ветеранські програми та визначення нових посад

«Укрзалізниця» впроваджує комплексні ветеранські програми — вони спрямовані на підтримку мобілізованих співробітників і співробітниць, а також тих, хто повертається до цивільного життя.

Компанія розпочинала з того, що супроводжувала кожен випадок військового або пораненого працівника, також враховували взаємодію із

сім'ями загиблих воїнів. На основі цих комунікацій розробили маршрут та виявили проблемні точки, що дозволило систематизувати роботу. За 1,5 року спостережень і аналізу було сформовано проекти для вирішення конкретних проблем на різних етапах шляху ветерана.

На сьогодні кожен працівник чи працівниця отримують індивідуальний супровід: від моменту мобілізації до повернення на робоче місце або зміни посади. Компанія забезпечує збереження заробітної плати на час служби, а у разі поранення чи отримання інвалідності — формує оптимальний робочий функціонал або створює суміжну посаду, відповідно до можливостей та бажання працівників.

«В процесі спілкування із ветеранами та ветеранками, з'ясувалося, що більшість все одно хотіли б повернутись до роботи. Тому було сформовано алгоритм визначення посади та функціоналу, які найкраще відповідають їх потребам».

Ветеранські програми також включають психологічну допомогу, реабілітацію та оздоровчі програми для ветеранів та їхніх сімей.

Крім того, компанія організовує навчальні програми, консультації для керівників та співробітників. Вони проходять тренінги для побудови дружніх взаємин та сприяння ефективної адаптації ветеранів.

В «Укрзалізниці» планують створити внутрішній осередок ветеранів-залізничників, який допоможе ефективніше реагувати на проблеми, з якими стикаються ветерани та ветеранки при поверненні до цивільного життя. А також обмінюватися досвідом та підтримувати одне одного.

«Такий комплексний підхід дозволяє ветеранам почуватися бажаними, цінними та готовими до повернення у робочий колектив, а компанії — створювати підтримуюче, інклюзивне і дружнє середовище».

У компанії зазначають, що у планах також є облаштування тренувального маршруту для відновлення мобільності.

«"Укрзалізниця" розвиває напрямок підтримки та реабілітації. У межах цього проекту планується облаштування спеціального тренувального маршруту на базі вже діючого мультидисциплінарного відділення залізничної лікарні. Маршрут буде призначений для навчання, адаптації та відновлення мобільності людей, які користуються кріслами колісними або проходять протезування — з умовами, максимально наближеними до реальних міських, з бар'єрами, з якими, на жаль, ще стикається більшість».

Підтримка батьківства

«Укрзалізниця» працює над удосконаленням соціальної політики — створює більш комфортні умови для працівників та працівниць із сім'ями й допомагає поєднувати професійні обов'язки з батьківством.

«Ми приділяємо значну увагу підтримці працівників, які мають дітей. За потреби є можливість працювати у дистанційному або змішаному форматі (якщо це дозволяє професія). І, згідно із законодавством України, компанія надає додаткові оплачувані дні відпустки працівникам, що виховують дітей з інвалідністю, дітей, які постраждали внаслідок воєнних дій чи збройних конфліктів тощо».

«Укрзалізниця» також організовує святкові події для дітей працівників — до Дня захисту дітей, новорічних та інших родинних свят. Діти залізничників беруть участь у тематичних заходах, творчих активностях і отримують подарунки.

Компанія забезпечує повну компенсацію або здешевлення вартості путівок до дитячих оздоровчих таборів, як в Україні, так і за кордоном.

Гендерна рівність професії, які були суто «чоловічими»

В «Укрзалізниці» зазначають, що компанія підтримує гендерну рівність і активно працює над тим, щоб кожен працівник чи працівниця мали рівні можливості для розвитку, навчання та кар'єрного зростання.

За останні роки дедалі більше жінок обирають професії, які раніше вважалися «чоловічими» — стають машиністками, оглядачками вагонів, інженерками.

«Ми це щиро вітаємо і створюємо всі умови для навчання та перекваліфікації. Водночас розуміємо, що окремі посади можуть бути фізично складними, тому ніколи не змушуємо жінок до такого вибору — головне, щоб кожен та кожна мали можливість працювати там, де вони відчують свою силу й покликання».

У компанії також приділяють увагу підвищенню обізнаності щодо питань рівності, культури взаємоповаги та недискримінації.

Підтримка психічного здоров'я

В «Укрзалізниці» діють програми підтримки ментального здоров'я для працівників. У компанії наголошують: *«Ми розуміємо, що в умовах війни психологічна стійкість — не менш важлива, ніж професійні навички».*

Співробітники «Укрзалізниці» мають доступ до консультацій психологів. А також можуть отримати підтримку через корпоративні ініціативи, створені спільно з Всеукраїнською програмою ментального здоров'я [«Ти як?»](#).

«Крім того, ми постійно приділяємо увагу формуванню культури взаємопідтримки всередині — коли колеги можуть відверто говорити про свій стан, отримати розуміння й допомогу».

Підтримка петперентів під час подорожей

«Укрзалізниця» з розумінням ставиться до петперентів та створює умови, щоб пасажирам з тваринами було зручно та безпечно.

«Пасажири можуть подорожувати зі своїми улюбленцями у більшості поїздів: дрібних тварин дозволено перевозити у переносках, а більших собак — за наявності намордника та повідка. Умови можуть різнитися залежно від типу вагона, тому їх варто уточнювати під час придбання квитка».

«Ми прагнемо, щоб кожна подорож і кожен візит були комфортними для всіх — і петперентів, і їхніх чотирилапих друзів, та інших пасажирів».

В «Укрзалізниці» підкреслюють — якщо певні правила втрачають актуальність або не відповідають сучасним реаліям, їх переглядають. Після випадків, коли пасажири їхали з собаками у тамбурі, компанія дослухалась до зоозахисників та врахувала досвід країн-партнерів.

«Спільно з організацією [UAnimals](#) ми оновили підхід до перевезення тварин у потягах. Основні зміни включають: дозвіл на перевезення невеликих тварин у нежорстких переносках або рюкзаках з підстилкою з поглинальним дном, а також тимчасовий дозвіл для тварин до 45 см у холці подорожувати без переноски, рухаючись вільно, але за умови дотримання правил безпеки».

Підтримка ЗСУ

«Укрзалізниця» активно підтримує захисників та захисниць через співпрацю з благодійними фондами та корпоративними ініціативами.

Наприклад, «Укрзалізниця» разом із фондом [«Повернись живим»](#) запустили спільні ініціативи зі збору коштів, щоб забезпечити військових технічним обладнанням, дронами, засобами зв'язку та оптикою, а також сприяти навчанню пілотів і інженерів.

«Крім того, ми долучаємося до ініціатив на кшталт [Army+](#), що надає військовим спеціальні резерви квитків на поїзди. Ці заходи є частиною

системної підтримки ЗСУ, яку “Укрзалізниця” здійснює для зміцнення обороноздатності країни та допомоги тим, хто стоїть на захисті держави».

Соціальні ініціативи та меморіал пам'яті

В «Укрзалізниці» розвивають культуру соціальної відповідальності та підтримують ініціативи, спрямовані на допомогу людям і громадам.

Компанія реалізує низку напрямів, що об'єднують благодійність, волонтерство та взаємопідтримку. Інформацію про соціальні проекти поширюють через внутрішні корпоративні канали.

«Компанія підтримує благодійні та волонтерські програми, спрямовані на допомогу військовим, ветеранам, дітям, малозабезпеченим сім'ям і громадам. Співробітники “Укрзалізниці” долучаються до гуманітарних і соціальних ініціатив, беручи участь у волонтерських зборах, акціях допомоги та відновленні інфраструктури в постраждалих регіонах».

Окрему увагу приділяють підтримці ветеранів залізничної галузі та родин працівників. Для цього створено програму «[Залізна родина](#)», яка враховує індивідуальні ситуації.

«У компанії створили системну підтримку “Залізна родина” — це програма різних інструментів: фінансової допомоги, використання ресурсів залізниці в розміщенні родин, залучення профільних інституцій із надання комплексної фізичної, чи психологічної допомоги. Велика частина родин, що втратила годувальника чи змінила місце життя потребує такої підтримки».

Також на сайті програми є [Меморіал пам'яті](#) — його створили, щоб вшанувати пам'ять залізничників, яких забрала російсько-українська війна.

Культура інклюзії та допомога з адаптацією

«Укрзалізниця» послідовно розвиває корпоративну культуру інклюзії, що ґрунтується на повазі, рівних можливостях і гідності кожного працівника й кожної працівниці.

«Ми дотримуємося принципів недискримінації за будь-якими ознаками, включно з гендерною ідентичністю чи сексуальною орієнтацією, підтримуючи безпечно, поважно та дружнє середовище для всіх співробітників».

Компанія забезпечує підтримку вагітних жінок та працівників із маленькими дітьми — для них створюються безпечні умови праці та виконують всі трудові гарантії.

Внутрішньо переміщеним особам «Укрзалізниця» надає допомогу в працевлаштуванні, тимчасовому розміщенні та адаптації на новому місці роботи.

Для пасажирок в «Укрзалізниці» розширили перелік поїздів із жіночими купе, у них можуть подорожувати лише жінки або жінки з дітьми до 5 років включно. За вартістю вони не відрізняються від звичайних купе.

Цифрова доступність та перекладачі

В «Укрзалізниці» впроваджують цифрову доступність, щоб всі пасажирки могли отримати необхідну інформацію. Люди з порушеннями зору вже можуть користуватися онлайн-сервісами компанії, а люди з порушеннями слуху отримати консультації жестовою мовою на великих вокзалах.

«Наш офіційний застосунок адаптовано для людей із порушеннями зору — він підтримує технології екранного озвучення та має зрозумілу навігацію».

«На великих вокзалах встановлено планшети, через які можна безоплатно зв'язатися з перекладачем жестової мови — це надає можливість людям із порушеннями слуху отримати консультацію або допомогу від операторів у режимі реального часу. Також у швидкісних поїздах є оголошення жестовою мовою».

У компанії наголошують, що цифрова доступність — це не просто вимога, а частина реалізації стратегії безбар'єрності та турботи про всіх пасажирів.

Як «Планета Кіно» облаштовує кінотеатри, які зручно відвідувати людям з інвалідністю, та підтримує соціальні ініціативи

Мережа кінотеатрів «Планета Кіно» відкрила перший кінотеатр у 2008 році. Компанія першою привезла в Україну формат IMAX і запустила онлайн-продаж квитків.

Зараз мережа налічує 11 кінотеатрів, які працюють в Києві, Львові, Одесі, Харкові, Сумах та Дніпрі.

Як «Планета Кіно» формує культуру взаємодії та коректної комунікації? Як облаштовує кінотеатри, куди зручно ходити людям з інвалідністю? Чому вважає, що сеанси для людей з порушеннями зору та слуху важливі для розвитку доступного кіно? І як підтримує соціальні ініціативи?

Запуск внутрішнього курсу на тему безбар'єрності

Однією зі стратегій розвитку мережі «Планета Кіно» є посилення інклюзивності та доступності як для своїх працівників, так і для гостей кінотеатрів.

У компанії зазначають, що «Планета Кіно» системно розвиває компетенції персоналу, щоб підтримувати атмосферу комфорту для всіх відвідувачів і співробітників.

«Найближчим часом ми запустимо внутрішній курс із безбар'єрності для всіх співробітників і співробітниць. Його мета — просвітництво, формування культури взаємодії та чутливої комунікації з різними групами населення: людьми з інвалідністю, сім'ями з дітьми, ветеранами та ветеранками, людьми з тимчасовими травмами тощо».

Курс охоплює три ключові стратегічні блоки:

- формування загального розуміння інклюзії, безбар'єрності та універсального дизайну;
- розвиток навичок безбар'єрної комунікації та чутливих практик взаємодії з відвідувачами;
- покращення якості взаємодії з ветеранами, ветеранками та військовими — з акцентом на етику, підтримку та коректну комунікацію.

Доступність для глядачів та глядачок

У 2019 році «Планета Кіно» відкрилася в ТРЦ River Mall. Перед запуском компанія звернулася до громадської організації «Доступно.УА», яка надала рекомендації щодо доступності. Їх втілили на практиці: облаштували зручний вхід для людей з інвалідністю, адаптували двері, ліфти, універсальні вбиральні та місця у кінозалах.

«Майже в усіх залах кінотеатру передбачені місця для людей, які користуються кріслами колісними. Місця можна обрати під час покупки квитків у додатку або на сайті».

Разом з цим, у всіх залах на вході розміщено кнопки виклику персоналу. Для гостей кінотеатру завжди відкрита ресурсна кімната — звук і світло в ній приглушені. Ресурсною кімнатою можуть скористатися люди з розладами аутистичного спектра (РАС), посттравматичним стресовим розладом (ПТСР), а також люди, які реагують на надмірні сенсорні подразники.

По всій мережі *«в окремих залах кожного кінотеатру є можливість відвідування на кріслі колісному».* Для вибору зручних місць можна звернутися до працівників «Планети Кіно», які підкажуть деталі облаштування пандусів у залах.

«Наприклад, в Одесі в ТРЦ City Center у кінотеатрі найзручнішим є зал IMAX — там немає сходинок, і гості на кріслах колісних можуть самотійно зайти. На 5-му ряду є майданчик, де крісло колісне може зручно розміститися. У сам кінотеатр гості можуть піднятися з першого поверху на ліфті».

У компанії зазначають, що планують адаптувати сайт «Планети Кіно» відповідно до міжнародних стандартів WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), зокрема для користувачів, які працюють виключно зі скрінрідером або клавіатурою.

«Також ми плануємо залучати до тестування користувачів із порушеннями зору, аби враховувати реальні сценарії використання та зворотний зв'язок».

Сеанси, доступні для людей з порушеннями зору і слуху

У мережі «Планета Кіно» є сеанси, доповнені звукоописом (аудіодискрипцією) — для людей з порушеннями зору та для незрячих людей. Також доступні сеанси, доповнені субтитрами — їх можуть відвідати люди, які частково втратили слух.

Ці сеанси можна знайти на сайті та в мобільному додатку — через фільтр

«доступне кіно». Для перегляду адаптованої версії фільму необхідно заздалегідь завантажити один із застосунків:

Subcatch — субтитри для людей із порушеннями слуху;

Earcatch — звукоописи для людей із порушеннями зору;

Greta — субтитри, звукоописи, підсилення звуку (для різних порушень сприйняття);

MovieReading — субтитри й аудіодискрипції (без реєстрації);

Podyv (iOS) — звукоописи подій на екрані.

Після встановлення застосунку користувачі обирають фільм, завантажують адаптовану доріжку, дозволяють доступ до мікрофона та натискають «відтворити». Додаток автоматично синхронізується зі звуком у залі. Залежно від інструменту, людина може або читати субтитри на екрані телефону, або слухати аудіоопис у навушниках, включно з можливістю підключення слухового апарата через Bluetooth.

«Ми бачимо поступове зростання інтересу до функції “доступне кіно”. За відкритими даними мобільних додатків, таких як Greta, Earcatch, Subcatch та MovieReading, кількість користувачів в Україні зростає. Це вказує на те, що інструменти доступності справді потрібні, а запровадження фільтру стало важливим кроком до забезпечення зручного перегляду фільмів для ширшої аудиторії».

У мережі кінотеатрів зазначають, що прагнуть більше інформувати глядачів про наявність таких показів. І сподіваються, що зростання запиту з боку глядачів стимулюватиме подальший розвиток доступного кіно.

«Після початку повномасштабної війни в Україні питання інклюзії стало ще актуальнішим. Ми усвідомлюємо, що серед постраждалих внаслідок ворожих атак можуть бути люди, які втратили або частково втратили зір чи слух. Це стало ще одним важливим фактором, який спонукав нас розпочати системну роботу над створенням безбар'єрного досвіду в кінотеатрі. Водночас ми вважаємо, що доступність має бути стандартом, а не винятком — саме тому зробили перші кроки в цьому напрямі».

Підтримка мобілізованих співробітників, ЗСУ та соціальних ініціатив

«Планета Кіно» підтримує мобілізованих співробітників шляхом надання матеріальної допомоги в розмірі 30% від посадового окладу. Підтримка діє впродовж періоду мобілізації та спрямована на часткову компенсацію доходу під час служби.

Мережа кінотеатрів регулярно впроваджує ініціативи на підтримку Збройних Сил України та організацій, які працюють для допомоги військовим і їхнім

родинам.

Для цього «Планета Кіно» здійснює системну підтримку декількох напрямів:

- Мережа проводить безоплатні або спеціальні покази для дітей військових, ветеранів та родин загиблих захисників. Зокрема, співпрацює з громадською організацією [«Вільні та вірні»](#), бригадою АЗОВ, ветеранськими та сімейними організаціями, які опікуються дітьми та родинами захисників.
- Надає квитки та підтримку благодійним фондам і громадським організаціям, що працюють із військовими, ветеранами та їхніми сім'ями. Серед них — Unbroken, а також онлайн-програма [«Дружина ветерана»](#), фонди психологічної та соціальної підтримки.
- Розміщує соціальні ролики, які висвітлюють важливі теми, пов'язані з підтримкою захисників. Серед партнерів — благодійний фонд «Повернись живим», «Вовки Да Вінчі», рух VETERANKA, 92 ОШБр та інші організації, що комунікують про потреби військових.

«Ми також намагаємося оперативно реагувати на запити та долучатися до партнерських акцій, які підсилюють організації, що підтримують військових і допомагають їхнім родинам».

Водночас «Планета Кіно» підтримує соціальні ініціативи та інформує співробітників про програми та проекти, до яких вони можуть долучитися.

Це:

- залучення співробітників до донорських програм;
- участь у зборах і кампаніях благодійних фондів;
- інформування та мотивування працівників до участі у волонтерських та інших соціальних проєктах.

Як SoftServe забезпечує рівні можливості для всіх співробітників та співробітниць, враховує цифрову доступність та підтримує мобілізованих працівників

SoftServe — українська ІТ-компанія, що спеціалізується на розробці програмного забезпечення та наданні консультаційних й цифрових послуг на глобальному ринку.

У компанії понад 11 000 працівників і 50 офісів у 15 країнах. В Україні головні офіси розташовані у Львові. SoftServe входить до числа найбільших розробників програмного забезпечення у Центральній та Східній Європі.

Як SoftServe поєднує бізнес і інклюзивну культуру? Які інструменти та практики допомагають компанії забезпечувати рівні можливості для всіх співробітників та співробітниць? Як компанія впроваджує освітні програми для внутрішньо переміщених осіб? Як продумує процес підтримки мобілізованих співробітників і ветеранів? Про це розповідають менеджерка зі сталого розвитку [Юлія Тарковська](#) та координаторка з питань різноманітності, рівності та інклюзивності Наталія Косенко.

Архітектурна доступність приміщень та заходів

SoftServe приділяє системну увагу безбар'єрності офісів та заходів для співробітників і гостей. Перші внутрішні аудити архітектурної доступності компанія провела ще до пандемії, щоб оцінити, які приміщення вже відповідають базовим вимогам, а де є недопрацювання. Паралельно розробили інструкцію для адміністративних команд: що потрібно враховувати при оренді та відкритті нових офісів, які вимоги ставити до підрядників, щоб події й приміщення були доступними для всіх людей.

Щороку аудит повторюють: перевіряють результати, порівнюють показники та визначають тенденції. На основі цих перевірок компанія оцінює, скільки її офісів відповідають стандартам доступності: наразі 67% приміщень SoftServe є доступними для людей з інвалідністю.

Крім того, компанія залучає зовнішніх експертів, які допомагають помітити деталі, що залишилися поза базовим списком вимог, але охоплюють практичні потреби всіх співробітників.

Впроваджені зміни охоплюють різні аспекти:

- на вході високі пороги та сходи дублюють пандусами;

- ширина коридорів і дверей відповідає ДБН для комфортного пересування на кріслі колісному;
- кабінки ліфтів мають достатньо простору, голосову озвучку та інформаційні таблички, продубльовані шрифтом Брайля;
- наявне контрастне маркування.

При відкритті нових приміщень SoftServe орієнтується на Державні будівельні норми (ДБН). Команди, які відповідають за екологічну сталість та управління офісами, використовують чек-листи, де вказано, які вимоги потрібно обов'язково виконати.

До процесу залучають співробітників, які є представниками та представницями внутрішніх ресурсних груп (жінок, ветеранів, людей з інвалідністю, батьків). Наприклад, тестувальники зі Львова допомагають оцінити офіси: вони щодня помічають, що можна покращити, і дають зворотний зв'язок, який потім враховують у роботі.

Рівні можливості та адаптація робочих процесів

SoftServe прагне бути роботодавцем, що відкритий для всіх. Якщо кандидати чи працівники мають індивідуальні запити, вони можуть повідомити про це рекрутера на етапі найму або свого безпосереднього менеджера.

Крім того, працівники можуть подавати запити на обґрунтоване адаптування робочого місця чи робочих процесів.

«Це може бути доступ до офісу, спеціальні прилади, регульована висота столів або розташування меблів — усе, що допомагає колегам працювати максимально ефективно. Ми забезпечуємо це як за законом, так і за власними стандартами».

Працівники з порушеннями мобільності, включно з людьми на кріслах колісних, можуть працювати дистанційно, отримуючи всі необхідні інструменти та доступ до систем компанії.

На стратегічному рівні SoftServe дотримується політик Equal Opportunity Employer та People with Disabilities, які гарантують рівні можливості незалежно від досвіду, статі, віку чи інвалідності. Це означає, що компанія активно протидіє дискримінації під час найму та роботи і комунікує про свої принципи в описах вакансій та на сайті.

Цифрова доступність та команда Accessibility Testing

У SoftServe цифрова доступність стала невід'ємною частиною внутрішніх платформ та навчальних матеріалів. Компанія робить так, щоб інформація була доступною для всіх співробітників, включно з людьми з порушенням зору або слуху.

«Відео завжди субтитруються, а текст на картинках має бути контрастним і мати альтернативний опис, щоб скрінрідери могли його прочитати».

За останні п'ять років підхід змінився з реактивного на проактивний: тепер при розробці будь-яких внутрішніх тренінгів чи закупівлі нових платформ одразу враховуються стандарти доступності. Команди планують, щоб текст був читабельний, відео — субтитроване, а цифрові рішення можна було ефективно використовувати всім співробітникам.

«Іноді доводиться йти на компроміс із візуальною складовою: текстовий формат тренінгу може виглядати простіше за відео, але він робить матеріал доступним для людей з порушеннями зору. Такий підхід уже інтегрований у роботу, тож про доступність не доводиться думати в останню хвилину, вона закладена ще на етапі дизайну та розробки».

Команда Accessibility Testing, у складі якої є співробітники з порушеннями зору, регулярно аналізує сайти та зовнішні застосунки на доступність. Після оцінки створюються конкретні кроки щодо впровадження покращень, які поетапно імплементуються у роботу компанії.

«Команда Accessibility Testing не лише успішно реалізує передові технологічні рішення для відомих світових компаній, роблячи цифрові продукти зручними для всіх користувачів, а й працює з неприбутковими організаціями pro bono».

Підтримка мобілізованих працівників, ветеранів та ветеранок

У SoftServe майже 500 працівників проходять службу у Силах оборони України. Компанія повністю зберігає їхню заробітну плату з першого дня мобілізації та підтримує постійний зв'язок через спеціальний канал у месенджері. З ними працює ветеранський менеджер, який допомагає як під час служби, так і після повернення до цивільного життя.

SoftServe робить процес повернення до роботи гнучким — працівники можуть одразу приєднатися до свого проєкту чи взяти оплачувану відпустку для вирішення особистих питань або відпочинку. Компанія також надає можливість перенавчання та перекваліфікації для тих, хто хоче змінити професійний напрямок.

Для ветеранів створено внутрішнє ком'юніті, де вони можуть спілкуватися, ділитися досвідом і отримувати підтримку. Також у компанії діє освітня програма з матеріалами для менеджерів і колег — як правильно взаємодіяти з людьми, які повернулися зі служби. Разом із [Veteran Hub](#) SoftServe проводить навчання для рекрутерів і керівників.

«Коли в команду повертається колега з війська, система надсилає менеджерам та команді нагадування з матеріалами про те, як правильно спілкуватися, яких тем уникати та як адаптувати процес повернення. Такий самий підхід застосовується і для нових працівників із статусом ветерана, якщо ми про це знаємо заздалегідь».

Сьогодні в компанії працює близько 80 ветеранів — це майже 90% тих, хто повернувся після служби. За внутрішніми опитуваннями, програма підтримки отримує високі оцінки — 9,8 балів із 10. Працівники особливо цінують можливість повернутися до роботи в комфортному темпі та відчувати підтримку компанії на всіх етапах.

Навчання для працівників та працівниць

У SoftServe вважають, що інклюзивність починається з обізнаності. Усі працівники проходять регулярні тренінги з різноманітності, безбар'єрності та взаємоповаги на робочому місці. Вони допомагають краще розуміти індивідуальні потреби колег, у тому числі людей з інвалідністю чи ветеранів.

Для менеджерів створені окремі модулі, що пояснюють, як підтримувати людей із різним досвідом — наприклад, колег із порушеннями зору чи нейрорізноманітністю. Курси містять практичні поради: як організувати робочий процес чи реагувати на запити.

SoftServe ділиться знаннями і за межами компанії. Ветерани, їхні родини та представники інших соціальних груп в рамках глобальної програми [EmpowerU](#) можуть безоплатно навчатися IT-напрямам на платформі [SoftServe Academy](#). Крім того, діє менторська програма: працівники компанії допомагають новачкам розібратися в технологіях, підготуватися до співбесіди та адаптуватися у професійному середовищі.

Такі програми допомагають ветеранам опановувати нові професії, й інтегруватися у робочі команди по всьому світу, враховуючи географічну розпорошеність та різні культурні контексти.

Підтримка психічного здоров'я

Компанія запустила програму підтримки психічного здоров'я, яка з часом охопила всіх працівників — від новачків до ветеранів, а також членів їхніх родин.

Працівники можуть брати участь у розвантажувальних активностях — від медитацій і йоги до танців чи зустрічей із психологами. Раз на рік у SoftServe проходить місячний марафон Dare to Care Month, присвячений темі психічного благополуччя.

«З початком війни ми запустили додаткову гарячу лінію психологічної допомоги, яка працює в Україні та Польщі. Для всіх працівників вона безкоштовна, сесії доступні також для членів їхніх родин, а для військових ветеранів і їхніх сімей кількість сесій необмежена».

Окрему увагу приділяють менеджерам: їх навчають розпізнавати емоційне вигорання, підтримувати баланс у командах і створювати культуру довіри. У SoftServe вимірюють «індекс благополуччя» — Health & Mental Well-Being Score. Якщо десь показники погіршуються, менеджери разом із CSR-командою та HR Business Partners шукають причини та шляхи покращення.

«Менеджери бачать, як справи з благополуччям у їхніх командах, а ми теж слідкуємо за показниками. Якщо щось не так — “світиться червоним” — ми разом з менеджером розбираємося, досліджуємо причини і шукаємо, як це покращити, щоб команди почувалися краще».

Програма соціальних бенефітів у SoftServe гнучка: вона враховує потреби жінок, батьків, людей, які доглядають за родичами, внутрішньо переміщених осіб чи іммігрантів.

Компанія підтримує розвиток внутрішніх спільнот працівників через ресурсні групи. Вони створюються за ініціативою команди корпоративної соціальної відповідальності і покликані об'єднувати людей з різним досвідом, щоб обговорювати важливі теми та впроваджувати реальні зміни всередині компанії.

«В нас вже другий рік існують ресурсні групи для працівників. Є ресурсні групи для ветеранів, жінок, є ресурсні групи для людей з інвалідністю».

До груп можуть долучатися всі охочі, не лише ті, кого охоплює категорія. У спільнотах відбувається двосторонній діалог: працівники та працівниці озвучують потреби, а компанія впроваджує реальні зміни.

Гендерна рівність

Говорячи про гендерну рівність, у SoftServe зазначають, що жінки складають 36% працівників — це хороший показник для ІТ-сфери. Компанія практикує інклюзивний найм: перш за все оцінюються навички та професіоналізм, а не стать.

«Якщо дивитися на менеджерів, то у нас жінок на керівних посадах більше, ніж чоловіків, а підвищення в середніх позиціях відбувається навіть швидше. Жінки більш вмотивовані кар'єрно зростати, і для цього в компанії є можливості».

«Якщо співробітниця йде у декрет, вона сама обирає тривалість відпустки і формат повернення. Проєкт за нею зберігається щонайменше на рік, а потім вона може працювати віддалено або на часткову зайнятість — 50% чи 25%».

Підтримка батьківства та дітей

Компанія створює умови для батьків із дітьми та пропонує різні формати підтримки — від гнучкого графіка до навчальних програм.

Якщо раніше для дітей співробітників регулярно проводили заходи та майстер-класи, то нині фокус зосереджено на родинах колег, які служать або загинули.

«Компанія повністю бере під опіку всю сім'ю колег, які загинули: фінансово виплачує їм зарплату до повноліття найменшої дитини, а також фінансує їхнє навчання у вищих навчальних закладах».

Для інших працівників із дітьми діють програми навчання: діти можуть опановувати базові чи креативні ІТ-навички, а компанія частково покриває витрати. Крім того, є Generation Tech — зовнішня програма для навчання базовим ІТ-навичкам дітей з соціально незахищених категорій. З 2022 року фокусно спрямована на дітей, які постраждали внаслідок війни.

SoftServe підтримує гендерно-нейтральний підхід: у офісах є parent rooms — кімнати для годування чи відпочинку дітей, які можуть використовувати і матері, і батьки. А повністю дистанційний формат роботи дає можливість батькам самостійно планувати день і залишатися поруч із дітьми тоді, коли це потрібно.

Підтримка ВПО

SoftServe всебічно підтримує працівників та працівниць, які були змушені залишити свої домівки через війну — як в Україні, так і за кордоном. Компанія забезпечує фінансову допомогу, юридичний супровід та допомагає адаптуватися до нових умов життя.

«Ми створювали культурні спільноти, організовували зустрічі й екскурсії по містах, щоб люди могли познайомитися, знайти друзів і відчутти підтримку. Для працівників із дітьми також передбачена додаткова допомога — це дає можливість безпечно й комфортно інтегруватися в нове середовище».

Петперенти

У SoftServe прихильно ставляться до тварин. У великих офісах працівники

могли проводити з ними день на роботі, а деякі хвостики навіть ставали справжніми членами команди.

«У Львові, наприклад, був наш офісний улюбленець собака Муха: у неї була своя будка, фітнес-тренер і дієтолог, і вона стала частиною життя офісу».

Зараз через меншу кількість робочих місць приносити тварин до офісу не рекомендують, щоб усім було комфортно. Водночас компанія готова розглядати індивідуальні запити: наприклад, якщо працівникам потрібен собака-поводир, питання вирішують через внутрішні канали.

Хоч формальної петфрендлі політики наразі немає, SoftServe заохочує відкритий діалог і прагне створювати умови, комфортні для всіх.

Підтримка соціальних ініціатив та волонтерство

SoftServe підтримує соціальні ініціативи та волонтерські проєкти, залучаючи працівників до участі та розвитку громадських програм. Це стосується як навчальних програм для ветеранів та дітей з соціально незахищених груп, так і різноманітних благодійних та технологічних проєктів.

«Ми маємо програму [Generation Tech](#) для дітей із соціально незахищених верств, забезпечуємо їх комп'ютерами та матеріалами для навчання. Частина місць у наших платних курсах [SoftServe Academy](#) теж надається безплатно».

Окремо діє програма [OpenTech](#), у межах якої працівники створюють цифрові рішення для соціального сектору. За шість років понад півтори тисячі спеціалістів стали волонтерами.

«Раз на квартал ми в офісах організуємо День донорства крові. І цього року вже 900 людей долучилося як донори. Останні два роки ми збираємо кров на військові госпіталі та на дитячі лікарні, де відновлюють постраждалих внаслідок війни».

Сьогодні культура волонтерства глибше інтегрована у корпоративну культуру компанії: «Раніше ми відмічали великі свята, даруючи подарунки працівникам і їхнім дітям. Зараз фокус змістився на волонтерські ініціативи: на Великдень і свята збираємо пасочки та подарунки для будинків, де мешкають старші люди чи діти. Зокрема внутрішньо переміщені люди чи постраждалі внаслідок війни».

SoftServe має корпоративний благодійний фонд [«Відкриті очі»](#), у межах якого працівники можуть самостійно ініціювати соціальні проєкти у своїх

спільнотах, отримувати підтримку з організації та ресурсів і ставати менеджерами власних ініціатив.

Компанія створює умови, щоб кожен і кожна могли віддавати свій час і знання на користь громади. Навіть невеликі подарунки чи річні бонуси працівники можуть спрямовувати на благодійність, обираючи фонд або ініціативу на свій розсуд.

Підтримка Сил оборони України

Більшість коштів, які SoftServe спрямовує на підтримку держави та Сил оборони, проходять через корпоративний благодійний фонд. Завдяки цьому забезпечуються військова форма, карети швидкої допомоги, медичне обладнання та медикаменти для госпіталів.

Окремо компанія допомагає в навчанні військових бригад і підтримує реабілітаційний центр [Superhumans](#) — фінансує облаштування палат, закупівлю обладнання та навчання фахівців.

Як «Аврора» впроваджує стратегію безбар'єрності, об'єднує ветеранське ком'юніті та долучається до розвитку соціальних ініціатив

«Аврора» — мережа магазинів, що спеціалізується на продажі товарів за доступними цінами. Асортимент формується з урахуванням попиту на доступні товари для повсякденного використання.

На сьогодні мережа мультимаркетів «Аврора» налічує понад 1 700 магазинів в Україні.

Як компанія рухається в напрямі архітектурної доступності і як розробляє навчальні матеріали? Для чого створила посаду Chief Veterans Officer? Як підтримує психічне та фізичне здоров'я колег? Як розвиває соціальні ініціативи? Про це розповідають керівниця відділу соціальної відповідальності Альона Жигура та Chief Inclusion Officer Роман Андрес.

Посада Chief Inclusion Officer та архітектурна доступність

Важливим кроком у впровадженні стратегії безбар'єрності в «Аврорі» стало запровадження посади Chief Inclusion Officer. Цей фахівець відповідає за формування системного підходу до впровадження принципів безбар'єрності в операційні процеси компанії. Його робота допомагає створювати комфортне середовище — без бар'єрів для всіх.

«Ми дивимося на безбар'єрність ширше — не лише про подолання фізичних бар'єрів, а й про можливість вільно, комфортно та з повагою отримати послугу. Ми врахували, що простори мають бути зручними для всіх, а комунікації повинні давати відчуття підтримки та гідності. Саме тому в компанії з'явилася посада Chief Inclusion Officer, яка координує ці зміни», — розповідає керівниця відділу соціальної відповідальності Альона Жигура.

Посаду Chief Inclusion Officer в «Аврорі» обіймає Роман Андрес, який має значний досвід роботи в соціальній сфері та впровадженні інклюзивних практик. До команди, з якою працює Роман, надходять запити щодо покращення безбар'єрності з різних населених пунктів — з огляду на широку географію розширення мережі магазинів.

«Аврора» застосовує комплексний підхід: у торгових точках по всій Україні команда шукає практичні рішення, щоб зробити простори зручнішими для всіх.

«Є населені пункти й райони, де багато років не приділяли уваги безбар'єрності, тому нам доводиться буквально складати пазл доступності. Десь потрібно розширити двері чи проходи, десь — встановити зручний пандус. Ми щодня шукаємо рішення, вивчаємо документи, навчаємося самі й підказуємо підрядникам, на які нюанси у Державних будівельних нормах варто звертати увагу», — розповідає Chief Inclusion Officer Роман Андрес.

«Ми ставимо перед собою амбітні цілі, і вони не можуть бути досягнуті всього за рік. Це довгий процес, але ми впевнені у тому, що результат вартий зусиль», — додає Chief Inclusion Officer.

«Враховуючи, що безбар'єрність в першу чергу починається з людей, в цьому році компанія розробила та впровадила серію навчань з ефективної та коректної взаємодії та комунікації, зокрема з людьми з порушеннями слуху, зору, мовлення та мобільності. За перших 1,5 місяця інтеграції профільних курсів на внутрішній платформі навчань їх пройшли понад 20 тис. разів, що свідчить про великий запит працівників на потребу в підвищенні обізнаності з цього напрямку».

«Що стосується працевлаштування, ми розуміємо важливість першого контакту, тому базові принципи безбар'єрності інтегровано до програм адаптації нових працівників».

У «Аврорі» наголошують, безбар'єрність — це стратегічний вибір бути компанією для всіх. Тому компанія рада бачити у своїй команді людей з інвалідністю. Зараз їх частка становить понад 5%. Враховуючи це, важливим напрямом роботи є впровадження елементів розумного пристосування робочих місць, які б створювали комфортніші умови праці.

Підтримка мобілізованих працівників та посада Chief Veterans Officer для ветеранського ком'юніті

З 2023 року «Аврора» впроваджує ветеранські політики. Компанія готова підтримувати мобілізованих працівників під час служби й після повернення, а також створює умови для працевлаштування ветеранів і ветеранок. Для них передбачено фінансову допомогу на лікування, юридичну підтримку та оплату навчання з підвищення кваліфікації тощо.

З моменту мобілізації працівників компанія залишається на зв'язку та допомагає з організаційними питаннями.

«У нас є координаторка, яка тримає зв'язок із колегами, що долучилися до Сил оборони України. До цієї людини звертаються з організаційними питаннями — наприклад, чи може компанія допомогти закрити певні потреби підрозділу, у якому служать наші працівники. Також звертаються щодо лікування чи оформлення документів. Ми прагнемо, щоб колеги

відчували підтримку й довіру, а після завершення служби мали бажання повернутися до команди», — розповідає Альона Жигура.

У 2025 році в компанії з'явилась посада Chief Veterans Officer (CVO) — це людина, яка займається питаннями ветеранської політики і підтримки спільноти. Посаду обійняв ветеран, який брав участь у бойових діях, здійснював управління штурмовою ротною тактичною групою. Він отримав поранення та звільнився з військової служби. Після повернення до цивільного життя працював аналітиком у сфері оборони.

«Наш CVO — це людина з бойовим досвідом і управлінськими навичками. Його завдання — об'єднати ветеранське ком'юніті всередині команди і стати голосом між ветеранами і бізнесом. Завдяки CVO компанія зможе почути пропозиції і краще побудувати процеси», — каже Альона Жигура.

У «Аврорі» також враховують, що ветерани та ветеранки, які отримали важкі травми, можуть змінити напрям роботи. Тому компанія готова запропонувати інші варіанти посад та облаштувати робочі місця вдома. Крім цього «Аврора» може оплачувати перенавчання новим професіям. Як приклад, восени 2025 року в компанії з'явилась ініціатива «30 вакансій на дистанційну роботу для ветеранів з порушеннями мобільності». Це вакансії спеціалістів та спеціалісток з відеонагляду, які передбачають навчання з нуля та забезпечення всім необхідним для роботи.

Для ветеранів і ветеранок є напрям психологічної підтримки: *«Ми визначили, що найкраще — це співпраця з консалтинговою компанією, яка надає послуги із психологічної підтримки. За нашими спостереженнями, до таких спеціалістів звертаються більше, ніж до штатних психологів».*

Також «Аврора» працює над тим, щоб процес повернення ветеранів до своїх команд був комфортним. Щоб взаємодія була коректною, співробітники і керівники проходять навчання.

«Кожного разу, коли наш працівник повертається в компанію — це новий кейс, і ми розуміємо, що процеси адаптації будуть відрізнятися. Тому ми враховуємо особистий досвід і сподіваємося, що CVO допоможе налагодити комунікацію», — говорить Альона Жигура.

Компанія також приділяє увагу і спортивній реабілітації — за підтримки «Аврори» і співпраці із профільними організаціями в різних містах України відбуваються спортивні події для ветеранів та військових.

Підтримка батьківства та Татошколи

У полтавському офісі «Аврори», де працює найбільша кількість співробітників, облаштовано дитячу кімнату з двома різновіковими групами.

Батьки можуть безоплатно приводити дітей і залишати їх під наглядом кваліфікованих спеціалістів, які забезпечують догляд, дозвілля, розвиток та супровід в укриття під час повітряної тривоги, де також облаштовано кімнату для денного сну.

«Практика з дитячою кімнатою з'явилася у нас після повномасштабного вторгнення, коли колегам потрібно було виходити на роботу, але не завжди було з ким залишити дітей», — розповідає Альона Жигура.

«У перерві батьки самостійно забезпечують харчування дитини, а в інший час діти перебувають під наглядом спеціалістів. У планах компанії — облаштування дитячих кімнат і в інших розподільчих центрах (якщо буде запит від колег»).

Коли у працівників народжується дитина, компанія надає «бебібокс». Якщо в цей період є потреба взяти додаткову відпустку, керівництво йде назустріч.

«Аврора» підтримує рівноправну участь обох батьків у вихованні дитини. У 2024 році відбулося дев'ять зустрічей Татошколи — простору, де татусі разом із психологом обговорювали виклики батьківства.

У 2025 році компанія запустила групи взаємопідтримки для батьків. Тематичні зустрічі проводить психологиня за сертифікованою програмою.

Підтримка ВПО

«Аврора» підтримує внутрішньо переміщених осіб — таких співробітників у компанії чимало.

Тих, хто змушений переїхати з небезпечних регіонів, перепрацевлаштовують у магазинах в інших містах.

«У компанії передбачена матеріальна допомога та підтримка працівників, які потрапили у складні життєві ситуації».

Гендерна рівність, можливості для освоєння «нетипових» професій, політики комплаєнсу

«Аврора» приєдналася до Принципів розширення прав і можливостей жінок (WEPs) — міжнародної ініціативи Глобального договору ООН та ООН Жінки. Принципи охоплюють справедливе ставлення до всіх співробітників, рівні можливості для кар'єрного зростання, підтримку громадських ініціатив та адвокацію рівності.

«На момент підписання у 2024 році ми провели перше оцінювання. Тоді відповідність принципам WEPs становила 35%. За рік нам вдалося підвищити цей показник до 74%. Нині діє стратегія до кінця 2026 року, яку ми

системно втілюємо», — зазначає керівниця відділу соціальної відповідальності Альона Жигура.

У компанії дотримуються принципу рівного доступу до керівних ролей для всіх співробітників. Понад 52% топменеджменту «Аврори» — жінки, і більшість із них виросли в компанії. На керівних посадах середнього рівня — баланс 50/50, що демонструє сталість гендерної рівності в управлінні.

Компанія підтримує органічне зростання команди, але також відкриває можливості для освоєння професій, які раніше традиційно вважалися «нетиповими» для жінок.

«Сьогодні в нас працюють водійки п'ятитонників і навантажувачів. Це цілком їхня ініціатива — вони самі обрали ці професії», — додає Альона Жигура.

В «Аврорі» прийнято використовувати фемінітиви у внутрішній та зовнішній комунікації — як прояв поваги до співробітниць і загальної мовної інклюзивності.

Компанія також розвиває комплаєнс-культуру, яка забезпечує відповідність нормам і стандартам корпоративної етики.

«Ми запровадили політики комплаєнсу та постійно моніторимо ситуацію всередині команди. Працює гаряча лінія — анонімна і неанонімна — куди можуть звертатися співробітники у випадках, які їх турбують. Також ми відстежуємо рівень оплати праці, щоб гарантувати справедливу винагороду за однакову роботу», — підкреслює Альона Жигура.

У 2025 році провели навчання про важливість гендерної рівності та принципів WEPs.

«Нещодавно ми організували велике навчання для керівництва та всіх охочих працівників. Ми наголошували, що гендерна рівність — це не лише про права жінок, а й про права чоловіків».

Підтримка психічного здоров'я, фізичні активності та петфрендлі політика

Окремий напрям роботи «Аврори» — турбота про психічне здоров'я, фізичну активність та створення дружньої робочої атмосфери.

«Аврора» пропонує своїм співробітникам індивідуальні та групові консультації з психологами.

«Найбільшою популярністю користуються вебінари — це зручний спосіб подбати про психічне здоров'я. Людина ніби й не йде до психолога особисто, але все ж пропрацьовує важливі питання. Після таких зустрічей

ми помічаємо, що співробітники стають більш відкритими до індивідуальних звернень. Популярні й інші формати спільної активності, наприклад, терапія з нейрографікою чи кіноклуби з психологами», — говорить Альона Жигура.

У компанії є проєкт корпоративного спорту «Team.Play.Move». Його ціль — заохотити колег до здорового, активного життя, зміцнити зв'язок між співробітниками та надати можливість отримати нові емоції. Цей проєкт координують троє менеджерів.

«Ми організуємо командні тренування та заходи, ведемо рейтинги, визначаємо спортсменів місяця та спортсменів року. Це мотивує колег і дає дуже позитивний відгук. У 2024 році до спортивних заходів у нас долучилося більше 9000 співробітників».

Також «Аврора» пропонує співробітникам знижки на медичні та спортивні послуги зовнішніх партнерів.

В «Аврорі» діє петфрендлі політика, що дозволяє приходити в офіс із хвостиками. Єдине обмеження — не можна приводити тварин на склад із міркувань безпеки. Якщо співробітники хочуть взяти улюбленця з собою в офіс, треба заздалегідь переконатися, що в колег немає алергії чи страху тварин.

Підтримка соціальних ініціатив та донація крові

У «Аврорі» є напрям корпоративної соціальної відповідальності: компанія системно співпрацює з громадськими організаціями, підтримує вразливі групи та розвиває екологічні ініціативи.

«Аврора» співпрацює з благодійною організацією [«Світло надії»](#), яка надає соціальні послуги в Полтавській області. У межах співпраці компанія передала фінансову допомогу притулку для жінок: за ці кошти створили кризову кімнату та відремонтували денний центр. Там оновили душову кімнату, встановили натяжні стелі та частково облаштували зовнішню територію металопрофілем задля створення безпечного місця. Компанія періодично передає на потреби організації засоби гігієни з асортименту мережі та речі, які приносять співробітники на «Полицю добра».

У Полтаві компанія також розвиває свою екологічну ініціативу Aurora Green. У місті діє сортувальний пункт, де приймають 32 види сировини на переробку, проводять тематичні екскурсії для школярів та студентів, навчаючи та розповідаючи про важливість сортування відходів.

«Аврора» підтримує і систематичне донорство крові в Україні. Компанія співпрацює з громадською організацією [«Агенти крові»](#) та розвиває донорське ком'юніті серед своїх співробітників.

«Ми інформуємо про колективні донації, допомагаємо колегам готуватися та підтримуємо після здачі крові, розігруємо тематичні худі».

Підтримка Сил оборони України

У компанії є внутрішня цінність «дарувати добровільно» — вона є основою корпоративного волонтерства.

«З початком повномасштабної війни ця цінність лише посилилася, адже кількість запитів на допомогу зростає у кілька разів. Ми стали діяти більш системно, обсяги допомоги зросли, збільшилася й кількість людей, які координують благодійні ініціативи», — говорить Альона Жигура.

«Аврора» регулярно долучається до зборів коштів на потреби Сил оборони та привертає увагу на збори для різних бригад. Також запускає акції та передає кошти до фондів, які підтримують армію та безпеку країни.

«Ми підтримуємо не лише Збройні сили України, а й інші Сили безпеки та оборони — зокрема ДСНС, Службу спеціального призначення, бойових медиків, а також забезпечуємо бойові бригади».

Серед таких ініціатив — проєкт «Збережемо майбутнє зараз», спрямований на розмінування України. У його межах відвідувачі магазинів могли задонатити на касах і отримати символічні подарунки. «Аврора» доповнила внески клієнтів власним благодійним внеском і передала зібрані кошти фонду [«Повернись живим»](#).

Як Uklon втілює проєкт з інклюзивним класом авто, наймає водіїв з інвалідністю та підтримує соціальні ініціативи

Uklon — українська IT-компанія, розробник однойменного сервісу виклику авто, що працює у 27 містах України та на території туристичного комплексу Буковель та в Ташкенті, Узбекистан. Платформа об'єднує сотні тисяч водіїв, які щомісяця виконують понад 13 мільйонів поїздок у двох країнах.

Компанія запустила інклюзивний клас авто для користувачів крісел колісних, а також жіночий клас авто з жінками-водійками.

Де і як працює інклюзивний клас від Uklon? Як компанія впроваджує принципи інклюзивності в кадровій політиці? Як поєднує розвиток бізнесу та соціальну відповідальність? Як підтримує Сили оборони України? Про це розповідають менеджерка з партнерств Ірина Коломієць та керівниця інклюзивного напрямку Крістіна Макаровська.

Інклюзивний клас

У 2023 році сервіс виклику Uklon запустив в Києві інклюзивний клас авто, яким можуть скористатися пасажери на кріслах колісних. Ідея виникла ще до 2022 року, але повномасштабна війна зробила тему доступності особливо актуальною: зросла кількість людей із травмами та пораненнями, серед них — військові та цивільні.

Компанія провела дослідження ринку і виявила, що комфортних і доступних варіантів перевезень фактично немає: наявні варіанти були або надто дорогими, або незручними.

Для Uklon головною метою було забезпечити доступність і гідність пересування для кожного і кожної. Тому всі драйвери перед початком роботи пройшли тренінг від ГО «Доступно.UA» на тему коректного спілкування та взаємодії із людьми з порушеннями опорно-рухового апарату.

Проєкт стартував навесні 2023 року у партнерстві з автопарком, який має ліцензію на здійснення перевезень.

«Оскільки Uklon — це IT-компанія, вона не має власних авто, а працює з партнерами. Один із автопарків підтримав ініціативу запуску інклюзивного класу, і відтоді сервіс почав працювати на покращення мобільності людей на кріслах колісних».

Свій інклюзивний напрям Uklon реалізує як соціальний, а не комерційний проєкт: попри збитковість, компанія свідомо тримає ціну поїздки на рівні класу стандарт або комфорт, щоб послуга залишалася доступною для всіх.

«Якщо розраховувати повну собівартість таких поїздок, вони мали б коштувати 800-1000 гривень. Ми утримуємо ціну на рівні класу стандарт або комфорт — 200-300 гривень за поїздку. Це робить сервіс збитковим, але для нас важливо, щоб люди з інвалідністю мали рівні можливості користуватись міським транспортом».

Через рік, у 2024-му, інклюзивний клас авто з'явився у Львові. Ініціатором виступила Львівська міська рада, яка запропонувала співпрацю, аби містяни мали доступ до комфортного транспорту. До проєкту приєдналися також паливний партнер ОККО та інші соціально відповідальні бізнеси. Місто додатково впровадило компенсаторну програму: мешканці або ветерани на реабілітації можуть щомісяця отримувати компенсацію до 800 гривень на поїздки.

Як адаптували інклюзивні автомобілі

Інклюзивні автомобілі — це переобладнані Peugeot Rifter або Citroën Berlingo. Вони мають п'ять пасажирських місць і простір для одного або двох крісел колісних. Автомобілі оснащені гідравлічним або механічним підіймачем та спеціальною рампою-пандусом, щоб користувачі могли переміститися до салону самостійно, без необхідності пересідати.

У салоні є:

- кріплення для фіксації крісла колісного;
- паски безпеки;
- опори для голови, що забезпечують стабільність та комфорт навіть під час руху бруківкою.

Таке переобладнання допомагає уникнути фізичних та психологічних бар'єрів, коли людині доводиться просити допомоги або переконувати водія скласти крісло колісне — такі ситуації нерідко трапляються, коли людина з інвалідністю викликає звичайний клас авто.

Масштаб і попит

Станом на осінь 2025 року інклюзивний клас Uklon працює у двох містах: Київ — шість автомобілів, Львів — три. За два з половиною роки сервіс виконав понад 30 тисяч поїздок, а кількість унікальних користувачів перевищила чотири тисячі осіб. У середньому щодня у Києві здійснюється 35 замовлень, у Львові — до 10.

Попит постійно зростає. У компанії визнають, що наявної кількості авто вже недостатньо, тому планують розширення.

Втім, розвиток потребує додаткових інвестицій, адже проєкт залишається соціальним і неприбутковим. Компанія продовжує залучати бізнес-партнерів, готових підтримати ініціативу.

«Ми мріємо, щоб інклюзивні автівки були доступні в усіх обласних центрах, де працює Uklon. Це важливо не лише для людей, які пересуваються на кріслах колісних, а й для всієї міської екосистеми — щоб місто було зручним для всіх».

Інклюзивність у команді та сервісі

Uklon послідовно впроваджує принципи інклюзивності як у роботі сервісу, так і в кадровій політиці. Серед водіїв є люди з інвалідністю — зокрема ті, хто має порушення слуху та опорно-рухового апарату.

Для того, щоб водіям з інвалідністю було зручно взаємодіяти з користувачами, у додатку з'являються сповіщення з підказками. Під час замовлення користувачі отримують повідомлення, що водій має порушення слуху чи мовлення. Це дає змогу краще організувати поїздку й налагодити зручну комунікацію для обох сторін.

Крім того, користувачам пропонують короткі ознайомчі відео з жестовою мовою базового рівня: як привітатися, подякувати чи попросити повернути праворуч. Це допомагає зняти психологічний бар'єр і робить комунікацію природною.

«І це теж частина інклюзії — створити комфорт не лише для райдерів, а й для водіїв. Якщо водій знає, що пасажери отримали такі сповіщення, він почувається впевненіше й спокійніше під час поїздки».

У компанії працюють також водії з порушеннями мобільності, серед них — ветерани з ампутованими кінцівками, які користуються протезами. Якщо автівка обладнана для ручного керування, вона проходить сертифікацію і відповідає всім стандартам безпеки. Такі водії можуть обслуговувати будь-який клас — стандарт або комфорт — на рівних з іншими.

«Досвід наших водіїв переважно позитивний — райдери ставляться з розумінням, а випадки дискримінації чи скарг трапляються дуже рідко. Це показує, що суспільство змінює ставлення до людей з інвалідністю».

Жіночий клас авто

Навесні 2025 року Uklon запустив жіночий клас авто — опцію, яка дає користувачкам змогу викликати авто з водійкою, а водійкам отримувати лише такі замовлення.

«Раніше існував стереотип, що водії — це чоловіки, і жінки рідко обирали цю професію. Багато хто хвилювався про безпеку, особливо ввечері, або побоювався нетверезих користувачів. Тепер жінки можуть працювати на рівних, отримувати власні замовлення та почуватися комфортно і впевнено».

Цей клас не лише підвищує комфорт і психологічну безпеку пасажирок, а й створює нові робочі місця для жінок у сфері. Поступово це допомагає змінювати баланс у професії, яка довгий час вважалася суто чоловічою.

Цифрова доступність

Uklon працює над тим, щоб застосунок був зручним для людей з порушеннями зору і щоб вони мали змогу самостійно замовляти авто через голосову навігацію.

«Майже весь 2024 рік ми присвятили адаптації застосунку для користувачів з порушеннями зору. Невдовзі завершимо сертифікацію, яка має підтвердити його доступність».

Підтримка психічного здоров'я працівників

Компанія проводить воркшопи та програми для підтримки психічного здоров'я співробітників, допомагає зберігати баланс між роботою та особистим життям. І, якщо у працівників є запит, надає доступ до психотерапевтів.

Окрім цього, для команди організують внутрішні івенти, які допомагають знімати стрес і підтримують психологічний комфорт.

Підтримка мобілізованих працівників та ветеранів

Uklon активно підтримує працівників, які мобілізовані або вже проходять службу.

«Наразі в компанії вже є ветерани, які як повернулись зі служби, так і влаштувались після проходження служби., — зазначають в Uklon».

HR-команда регулярно підтримує зв'язок з мобілізованими працівниками, а компанія надає допомогу в разі потреби.

Піклування про ветеранів та ветеранок — невід'ємна частина соціальної стратегії Uklon. Компанія регулярно допомагає київській ветеранській збірній з паравеслування, забезпечуючи транспорт та проживання під час тренувань і змагань за кордоном. Також Uklon підтримує ініціативу [«Повернись живим»](#), допомагаючи ветеранам на кріслах колісних комфортно діставатися на навчальні та спортивні збори.

Ще один напрям — професійна адаптація. Разом із [Projector](#) компанія проводить курси для ветеранів, які охоплюють різні сфери: від IT до дизайну та технічних професій.

«Projector готує або адаптує програми, а ми допомагаємо ветеранам та ветеранкам отримати до них доступ. Це дає змогу тим, хто повернувся з війни, освоїти нову професію і розпочати кар'єру у цивільному житті».

Підтримка батьківства

В Uklon дбають про комфорт працівників із дітьми. Робоче місце зберігається за жінками під час декретної відпустки, чоловіки також можуть брати відпустку при народженні дитини на тих самих умовах. Також батьки, які всиновлюють дітей можуть взяти додаткову відпустку.

Офіс компанії — дружній до дітей: батьки можуть приходити на роботу разом із малечею, а до свят, як-от Різдво чи Новий рік, організовуються спеціальні заходи для дітей і їхніх батьків.

Петперенти

В Uklon дозволяють співробітникам приходити на роботу з домашніми тваринами. Офіс є петфрендлі, і це правило діє без обмежень для невеликих тварин.

Що стосується перевезень, в Uklon пасажир може замовити послугу перевезення тварини, і водій, який готовий її прийняти, виконує замовлення. Пасажир сплачує додатково за цю послугу.

В інклюзивному класі також можна перевозити тварин, але тільки в переносках — щоб дотримуватися правил гігієни для людей, які проходять лікування.

«В інклюзивному класі ми обмежуємо перевезення тварин лише переносками. Це важливо для безпеки та гігієни пасажирів, адже часто

перевозимо людей з інвалідністю чи пацієнтів з медичними апаратами. Ми не беремо додаткову плату за тварину, але дбаємо, щоб салон залишався чистим і безпечним».

Підтримка Сил оборони України та соціальні ініціативи

Uklon підтримує українську армію та фонди допомоги з 2014 року. Одним із перших партнерів компанії став фонд «Повернись живим». З початку повномасштабного вторгнення Uklon регулярно організовує фандрейзингові кампанії разом із мілітарними фондами та надає логістичну підтримку.

«Підтримка Сил оборони для нас — це must have. Ми залуцаємо і власні ресурси, і нашу спільноту користувачів. У додатку є функція донату після кожної поїздки — користувачі можуть підписатися на регулярний внесок, і гроші автоматично перераховуються на актуальні збори. Щомісяця таким чином вдається зібрати понад мільйон гривень».

У 2025 році Uklon долучився до зборів на підсилення ППО та захист неба — зокрема до кампаній [«Підсвіти ворога»](#) та «Підсвіти ворога 2.0» разом із [Фондом Сергія Притули](#) та [United24](#), спрямовуючи мільйонні внески на закупівлю ШІ-керованих турелей.

Також компанія підтримує гуманітарні та освітні ініціативи:

- [«Госпітальєри»](#) — відновлення зруйнованої бази парамедиків.
- [«Азов»](#) — переобладнання медеваків для евакуації поранених.
- [Кампанія «Вшануй»](#) — розвиток культури пам'яті та самоідентичності.
- [Global Teacher Prize Ukraine](#) — другий рік поспіль Uklon відзначає найкращих учителів, зокрема тих, хто навчає дітей з інвалідністю.

У компанії наголошують на важливості об'єднувати власні ресурси та активність користувачів Uklon, це допомагає формувати відповідальне громадянське суспільство.

Як METRO Україна впроваджує переклад жестовою мовою, формує програму підтримки ветеранів та ветеранок, проводить аудити доступності

METRO Кеш енд Кері Україна — це міжнародна торговельна оптова компанія, що спеціалізується на обслуговуванні готелів, ресторанів та служб кейтерингу (HoReCa) та приватних підприємців — власників закладів роздрібною торгівлі.

Компанія вийшла на український ринок в у 2003 році. На сьогодні у різних куточках країни працює 21 класичний центр оптової торгівлі та 3 магазини смарт-формату.

Як компанія працює над підвищенням архітектурної доступності та впроваджує переклад жестовою мовою? Як формує свою програму підтримки ветеранів та ветеранок? Як впроваджує культуру добробуту та робить соціальну відповідальність частиною своєї діяльності?

Своя формула безбар'єрного середовища

У METRO Україна зазначають, що різноманітність досвідів і відкритість допомагають командам зростати навіть у кризових умовах. А інклюзивність і рівність стали частиною довгострокової стратегії.

«У 2021 році ми разом із експертами розробили власну DEI-стратегію (Diversity, Equity, Inclusion — різноманіття, рівність, інклюзія), яка сьогодні інтегрована в усі напрями бізнесу. Після початку повномасштабної війни ми адаптували підхід, але точка опори залишилась незмінною — створення безбар'єрного середовища».

Власна формула безбар'єрного середовища METRO Україна складається з п'яти ключових компонентів.

- Безбар'єрне лідерство — компанія прагне бути прикладом для інших, культивуючи інклюзивність на всіх рівнях управління.
- Фізичний простір — зосереджена на створенні доступного середовища для всіх, незалежно від рівня мобільності.
- Рівні можливості — забезпечує доступ до розвитку, навчання та побудови кар'єри.
- Безбар'єрне ставлення — має культуру неупередженості, поваги та емпатії до кожного та кожної.

- Інклюзивна комунікація — дбає про те, щоб меседжі були зрозумілими, а джерела комунікації — доступними для всіх.

Аудити доступності просторів та динаміка змін

Роботу над архітектурною доступністю METRO Україна почала з внутрішнього середовища, де колеги щодня взаємодіють із простором. А згодом зміни розширили на трансформацію просторів для клієнтів.

Для проведення аудитів доступності компанія запросила громадську організацію «Доступно.UA».

«Разом із ГО «Доступно.UA» ми провели аудит торговельних центрів і офісу METRO Україна, після цього створили “ карту безбар’єрності” та визначили пріоритети для змін».

«У робочу групу ми залучили колег, які мають власний досвід взаємодії з бар’єрами. Принцип “нічого для нас — без нас” став основою цих дій».

METRO Україна проводить регулярні оцінки робочого середовища та, за потреби, адаптує його для співробітників.

«На зараз вже маємо успішні кейси, зокрема — адаптація робочого місця для колеги після демобілізації, який втратив кінцівку».

У 2025 році METRO Україна вимірює динаміку змін та впроваджує точкові рішення: від облаштування зручних санвузлів і проходів до адаптації робочих місць.

«Саме така поступова, але глибока трансформація має найбільший вплив і формує кращий досвід для всіх: і для команди, і для клієнтів».

Разом із тим компанія запустила серію інтерв'ю, у яких руйнують найпоширеніші стереотипи та розповідають про різноманітність.

«Ми вважаємо, що конструктивне ставлення до різноманітності неможливе без подолання упереджень, які є у кожного і кожної з нас, тому ми тримаємо в постійному фокусі розвиток культури неупередженості. По цій причині METRO Україна запустила серію інтерв'ю «Неупереджені», де ми руйнували стереотипи, які найбільш поширені у суспільстві. Один із випусків був присвячений саме ставленню до людей з інвалідністю — як видимої, так і невидимої».

Програма підтримки ветеранів та ветеранок

METRO Україна створила комплексну програму підтримки як для військовослужбовців і військовослужбовиць, так і для ветеранів та ветеранок, включаючи їхні родини.

«Наша програма спрямована на відновлення та інтеграцію ветеранів і ветеранок у робоче й особисте життя з акцентом на здоров'я, розвиток і підтримку сім'ї. Ми також підтримуємо сім'ї загиблих колег, забезпечуючи не лише матеріальну допомогу, а й емоційну підтримку».

Для системної роботи з колегами, які проходять службу, а також для адаптації та розвитку ветеранів та ветеранок METRO Україна створила нову посаду — Veteran Officer. Її займає людина, у якої є військовий і корпоративний досвід.

«Для нас важливо, щоб ветеранський досвід був персоналізованим, адже повернення до цивільного життя — це складний і дуже індивідуальний процес, який потребує підтримки від тих, хто також пройшов цей шлях. Саме тому ми створили роль Veteran Officer, яка допомагає будувати позитивний досвід мобілізованих і демобілізованих колег, координує підтримку та є точкою опори для тих, хто повертається».

Окрему увагу компанія приділяє обізнаності команди, до якої повертаються демобілізовані колеги. METRO Україна проводить зустрічі та надає рекомендації для команд, керівників та керівниць, які зустрічають ветеранів у робочому середовищі після демобілізації.

«Для нас це не просто програма — це частина безбар'єрності, яка постійно еволюціонує разом із потребами наших людей».

Переклад жестовою мовою та підтримка всіх співробітників

METRO Україна приділяє увагу людям з порушеннями слуху. Окремий фокус в роботі з ними — безбар'єрна комунікація, яка є проявом поваги до кожної людини, а не просто технічним рішенням.

У компанії підкреслюють, що переклад жестовою мовою став ключовим елементом комунікаційної стратегії. METRO Україна готова наймати людей із порушеннями слуху та розвивати спільноту нечуючих працівників та працівниць.

«Ми дублюємо жестовою мовою навчальні зустрічі й таунхоли, інтегруємо колег з порушенням слуху у важливі ініціативи компанії. Запустили Школу жестової мови, створили короткі навчальні відеоуроки з базовими фразами жестовою мовою, активували спільноту нечуючих працівників і працівниць для обміну досвідом та покращення умов. Та готові наймати й залучати в компанію ще більше людей із порушеннями слуху».

METRO Україна намагається адаптувати робочі процеси так, щоб співробітники та співробітниці не відчували упередженого ставлення і знали, що компанія для всіх може забезпечити гідні умови та підтримку через спеціалізовані сервіси.

«В Україні досі існує певна стигматизація — люди з невидимою інвалідністю часто приховують її, щоб уникнути упередженого ставлення. Тому ми не використовуємо класифікацію (розподілу на порушення здоров'я чи різноманіття досвіду), а створюємо умови, де всі люди можуть відчувати безпеку та повагу у будь-яких ситуаціях».

«Ми забезпечуємо відповідні умови, зокрема через діючу Політику з прав людини. Наприклад, перекладач жестової мови для людей із порушеннями слуху, адаптовані столи та санвузли, можливість працювати віддалено, персоналізовані сервіси, серед яких — психологічна допомога, нутріціолог, а також юридичні консультації. Ми не підганяємо досвід під категорії — ми шукаємо рішення для конкретних людей».

Підтримка батьківства

Для зручності поєднання роботи та сім'ї у METRO Україна передбачено:

- повний ремоут для офісних посад та позмінний графік для працівників та працівниць торговельних центрів;
- додаткову та рекреаційну оплачувану відпустку для багатьох категорій персоналу;
- матеріальну допомогу при народженні дитини;
- підтримку працюючих мам із дітьми до 3 років і тат у декреті;
- програму партнерських знижок із сімейними та дитячими опціями.

Через безпекову ситуацію наразі немає можливості облаштовувати дитячі кімнати, але до повномасштабної війни такі кімнати були передбачені в офісі.

Також в умовах війни METRO Україна надає підтримку дітям загиблих колег, орієнтовану на освіту та розвиток.

Підтримка жінок та протидія мобінгу

У METRO Україна понад 67% управлінських позицій займають жінки.

У компанії діє політика протидії мобінгу (систематичне психологічне або/та економічне цькування працівника з боку роботодавця, колег чи колективу). Також працює спеціальна лінія для звернень, яка реагує навіть на найменші прояви приниження.

Усі механізми оцінки, кар'єри, винагороди в компанії побудовані на результативності та навичках. Разом з тим METRO Україна працює над тим, щоб бенефіти були цікавими для співробітників та співробітниць.

«Ми постійно працюємо над персоналізацією бенефітів, беручи до уваги гендерні потреби, сімейний статус та індивідуальні уподобання».

Допомога тваринам, петперенти та правила

METRO Україна допомагає притулкам для тварин — як через корпоративні ініціативи, так і завдяки залученню команди.

У компанії зазначають, що багато колег працюють у форматі ремоут — це дає їм можливість проводити більше часу зі своїми домашніми улюбленцями та краще балансувати роботу й особисте життя.

Через специфіку бізнесу та суворі санітарні норми METRO Україна не може допускати тварин у торговельні центри та офіс.

«Це необхідно для того, аби гарантувати безпеку харчових продуктів і дотримуватися найвищих стандартів якості. Це питання відповідальності ведення бізнесу у галузі ритейлу: для нас важливо, щоб уся продукція залишалася безпечною для кінцевого споживача та персоналу».

Культура добробуту та простір підтримки

METRO Україна почала системно формувати культуру добробуту. У компанії говорять, що завдяки цьому вони мають одну з найнижчих в ритейлі добровільних плинностей.

«Під час повномасштабного вторгнення нам вдалося зберегти всі робочі місця. Ми організували евакуацію, оплатили житло й трансфери, продовжили виплату зарплат».

У 2022 році METRO Україна запустила корпоративну програму «Пліч-о-пліч» — вона має напрямок психологічної підтримки, який доповнив лінію психологічної допомоги (що працює з 2020 року).

Зі спілкування та обміну думками з'явився онлайн-простір, де співробітники можуть підсилити свої знання у важливих напрямках.

«У напрямку психологічної підтримки також діє принцип — “нічого для нас без нас”, тому ми слухали колег і створювали умови, у яких вони самі могли впливати на добробут. Так з'явилися “METROдумці” — онлайн-простір для тих, хто дбає про фізичне, ментальне, соціальне чи фінансове благополуччя. Це ініціатива наших колег, підсилена експертами — психологами, коучами, нутріціологами та юристами».

Підтримка соціальних проєктів

Соціальна відповідальність є невід'ємною частиною діяльності METRO Україна. З перших днів повномасштабної війни компанія передала допомоги на понад 74 млн грн.

«Наші товари отримали 485 благодійних організацій, 487 військових частин, 95 лікарень і 24 притулки для тварин — це понад мільйон тонн продуктів харчування, а також сотні тонн засобів гігієни, побутової хімії та непродовольчих товарів».

У компанії говорять, що приділяють увагу декільком напрямкам: освітнім, соціальним (фінансування протезування українців, які втратили кінцівки внаслідок війни), сталому розвитку та іншим соціально відповідальним ініціативам.

«Фокус нашої уваги сьогодні розширюється. Якщо раніше ключовим завданням було забезпечення військових і територіальної оборони продуктами та підтримка HoReCa-підприємств, що готували тисячі обідів для захисників та переселенців, то зараз ми у співпраці з [East Europe Foundation](#) долучилися до будівництва укриттів для шкіл у різних регіонах України, аби повітряні тривоги не переривали процес навчання школярів».

«METRO Україна підписала угоду з центром [Superhumans](#) і спрямувала 31 млн грн на протезування українців, які постраждали від війни. Ми

розглядаємо людей з інвалідністю як майбутніх працівників та працівниць компанії, тому додатково модернізуємо офіс, щоб зробити його максимально інклюзивним».

«Соціальні ініціативи METRO Україна також охоплюють підтримку інклюзивних бізнесів: ми надаємо пільгові умови оренди, обладнання та інгредієнти для мережі [Sunshine Café](#), де працює молодь із ментальними порушеннями та синдромом Дауна. Проєкт уже визнаний одним із найкращих у Європі за версією *Emerging Europe Awards 2023*».

«Також ми приділяємо увагу освітнім проєктам. Програма “Кулінарний старт” допомагає формувати нове покоління кулінарних талантів, об'єднуючи студентів, викладачів і шеф-кухарів. Співпраця з фондом “[Діти Героїв](#)” спрямована на підтримку дітей, чії батьки загинули під час війни. У партнерстві з благодійною організацією [Food Bank](#) ми реалізуємо низку проєктів продовольчої підтримки, зокрема “Незламний Великдень”, який дозволяє українським сім'ям відчувати атмосферу свята навіть у найскладніші часи».

Окрім цього, щороку вся команда METRO Україна долучається до «Шкарпетуйся» — акції на підтримку людей із синдромом Дауна.

«Ми регулярно створюємо колаборації з громадськими організаціями, що працюють із людьми з інвалідністю».

Допомога військовим

Половина благодійного бюджету компанії спрямовується на допомогу військовим частинам, госпіталям, реабілітацію військових і цивільних, які постраждали від війни.

Кошти йдуть як на забезпечення продуктами харчування та медичною підтримкою, так і на участь у партнерських ініціативах із закупівлі необхідного спорядження».

Важливою ініціативою також став спільний проєкт METRO Україна із Асоціацією кулінарів України — їм вдалося провести благодійні вечери, що дозволили зібрати понад 60 млн гривень на потреби Сил оборони України.

Як компанія Winner впроваджує інклюзивність, підтримує працівників та працівниць, залучає колег до волонтерства

Група компаній Winner працює в Україні 33 роки. Дилерська мережа налічує 68 центрів по всій країні, в яких представлено вісім світових автомобільних брендів — Ford, MG, Maxus, Volvo, Jaguar, Land Rover, Porsche та Bentley.

Окрім автомобільної дистрибуції та роздрібної торгівлі Winner здійснює лізингову діяльність, будує й обслуговує комерційну нерухомість.

Як група компаній розвиває свою безбар'єрність? Як готується працевлаштовувати ветеранів та ветеранок? Як компенсує професійне навчання співробітників? Як активно залучає колег до волонтерства? Про це розповідає менеджерка з корпоративних комунікацій та КСВ групи компаній Winner [Юлія Федорко](#).

Підтримка збірної України з паратриатлону та заглиблення в тему інклюзії

Компанія планує розвивати інклюзію за кількома напрямками, оскільки у керівництва є розуміння, що безбар'єрність має бути не тільки архітектурною.

З 2021 року група компаній Winner надає спонсорську підтримку збірній України з паратриатлону (у команді є незрячі спортсмени, люди без кінцівок, люди з порушеннями опорно-рухового апарату). Також збірна отримала від Winner автомобіль Ford Transit, який обладнаний усім необхідним для комфортного пересування та мобільності спортсменів. Це було перше свідоме рішення для підтримки людей з інвалідністю, яке в подальшому переросло в більш глибоке знайомство з темою інклюзії.

«Вже під час повномасштабного вторгнення актуалізували питання обізнаності наших співробітників про інклюзію та безбар'єрність. В рамках інформаційного марафону, присвяченого Дню людей з інвалідністю, надали корисні поради щодо етики взаємодії з різними людьми через практичні відео від громадської організації “Доступно.UA”».

У Winner є внутрішній проєкт I-Sessions, яким опікується навчальний центр — Winner коледж. У межах проєкту на зустрічі запрошують зовнішніх спікерів та експертів, що розповідають про актуальні проблеми, висвітлюють нові теми. На сьогодні зустрічі проходять у форматі онлайн.

«У межах проєкту I-Sessions ми запросили “Доступно.UA” з тренінгом про коректну взаємодію та спілкування з людьми з інвалідністю».

Разом з цим, Winner зняв освітні відео та відвідав музей, де працюють незрячі гідни.

«Ми зняли освітнє відео із незрячими спортсменами збірної з паратриатлону — цим роликом Winner ділився як із співробітниками, так і в соцмережах. Спортсмени дали розуміння того, як незрячі люди користуються телефонами, комп’ютерами та іншими гаджетами, дивляться фільми, як поводять себе у побуті. Також наша команда відвідала музей в темряві “Третя після опівночі”, де ми отримали багато інсайтів».

Архітектурна доступність та підтримка людей з інвалідністю

Winner замовив у [Бюро доступності](#) (соціальне підприємство ГО «Доступно.UA») послугу аудиту архітектурної доступності офісів. Спочатку провели перевірку дилерських центрів, а згодом й головного офісу компанії.

Дилерські центри (ДЦ) були збудовані в різні періоди, тож рівень їхньої архітектурної доступності різний: у більш нових будівлях частково враховані Державні будівельні норми, тоді як більш давні будівлі потребують складніших і масштабніших змін.

«ДЦ Renault “Віннер Оболонь” побудували відносно нещодавно, тому там були виконані базові вимоги та норми інклюзивності. Зміни у ньому втілити легше. ДЦ “Віннер Автомотів” побудували майже 20 років тому, коли ще не було Державних будівельних норм з інклюзивності. Це красива будівля з дизайнерським задумом, проте, не дуже практична для всіх відвідувачів. Зокрема, вхідна група представлена обертовими дверями, які потрібно штовхати. Це незручно для маломобільних груп, наприклад, для батьків з дитячим візочком. Є постамент з водою — імітація входу на корабель, та маломобільній людині туди зайти буде складно. Детальний звіт після аудиту допоміг нам усвідомити, як ми маємо рухатися в напрямку архітектурної доступності».

Наразі в компанії вже працюють ветерани, які повернулися до роботи — у них немає видимої інвалідності. Разом з тим, був випадок, який наочно підтвердив, що компанії потрібні зміни. На зустріч з керівниками запросили ветерана «Азову» (чоловік з ампутованою нижньою кінцівкою та травмою ока), він встиг побувати у бомбосховищі в одній з будівель, куди ведуть тільки сходи, і йому було важко пересуватися на протезі. А всередину «Віннер Автомотів» його довелось проводити через бічні двері, адже ветеран фізично не зміг зайти через центральний вхід.

«Насправді, маємо перевагу, адже усі наші офіси — власні будівлі, не орендовані. І ми маємо право і можливість вносити зміни за власним бажанням. Після аудиту компанія почала стратегічну роботу: ми проаналізували звіт та рекомендації від “Доступно.UA”, прописуємо подальші кроки, готуємо проєктну документацію, визначили орієнтовні бюджети і те, що ми можемо зробити найближчим часом, щоб простори були безбар’єрними».

«Втілення змін буде тривалим у часі. Подекуди вартість усіх змін може бути вищою за вартість будівництва приміщень заново. Керівництво компанії розуміє важливість цих рішень, а представники будівельного бізнесу Winner кажуть, що це проєкт, яким ми будемо пишатися. Для відкриття нових ДЦ залучали для консультацій експертів з “Доступно.UA”».

Із втіленими змінами дилерські центри та головний офіс компанії будуть більш дружніми та комфортними для всіх клієнтів та співробітників. Зокрема, до людей з інвалідністю, ветеранів та ветеранок з інвалідністю, яких компанія планує повертати на роботу після демобілізації чи наймати на відкриті вакансії.

Принципи дружнього бізнесу та працевлаштування ветеранів та ветеранок

Навесні 2025 року Асоціація підписала [Принципи бізнесу](#), дружнього до ветеранів за підтримки Мінветеранів. Документ містить 12 принципів, що допомагають бізнесу створювати інклюзивне робоче середовище, сприяти адаптації ветеранів та підтримувати їхній професійний розвиток.

У Winner зазначають, що протягом найближчого часу компанія має сформулювати політики, щоб допомогти ветеранам та ветеранкам адаптуватися до робочих процесів та місця роботи. Поки формуються документи, Winner робить перші кроки в цьому напрямі.

В компанії є чимало працівників, які долучилися до Сил оборони України. Також в компанії є співробітники, у яких рідні або близькі є діючими військовослужбовцями.

У межах навчального проєкту I-Sessions компанія запросила волонтерське об'єднання [After Front](#) — вони займаються кар'єрним влаштуванням ветеранів та ветеранок після повернення до цивільного життя.

Співпраця сподобалась, тому Winner запросив спікерок After Front провести курс лекцій про роботу з ветеранами, у якому було 30 годин навчання за такою програмою:

- Портрет та потреби сучасного ветерана.
- Які нові навички необхідні роботодавцям для професійної співпраці з людьми, які мають військовий досвід.
- Розбір та спростування міфів та упереджень, які стосуються як роботодавців, так і самих ветеранів.
- Найм та проведення співбесіди: як трансформувати військовий досвід в цивільний, як про це говорити.
- Етапи взаємної адаптації.
- Інклюзія та безбар'єрність. Етика в комунікації.
- Бенефіти, як частина корпоративної культури підтримки в часи війни.

«Це було обов'язкове навчання для всіх керівників у групі компаній Winner. А керівники вже будуть передавати інформацію своїм командам. Разом з цим, лекції зафіксували на відео, тому в подальшому вони можуть бути доступними для всіх співробітників».

Ще одна причина, чому на навчанні від After Front були присутні керівники — це процес прийому на роботу. На кожную співбесіду приходять як HR, так і керівники команд.

«У навчальних лекціях був фокус на працевлаштування ветеранів та ветеранок. Важливо розуміти наперед усі перешкоди, що можуть завадити ефективному спілкуванню на співбесіді. After Front ділилися конкретними практичними кейсами щодо роботи з ветеранами та ветеранками».

Психологічна підтримка

Компанія приділяє увагу освітнім проєктам, які мають практичну цінність. Менеджери та керівники відділів пройшли тренінг з надання першої психологічної допомоги в гострих ситуаціях. Це навчання спрямовано на підтримку працівників, які переживають травматичні події, стрес тощо.

«Ми усвідомлюємо, що в умовах стресу, постійних тривог, нічних атак, виснаженості працівники можуть відчувати, наприклад, емоційне вигорання чи перебувати у стані психологічного навантаження. Тому керівникам треба розуміти, які є стадії й симптоми таких станів, та як говорити зі співробітниками, щоб на роботі людина почувала себе безпечно, відчувала турботу й була ефективною».

Також компанія запрошує спікерів та спікерок, які розкривають теми психічного здоров'я.

Підтримка батьківства

У просторах дилерських центрів є дитячі кімнати з книжками, відеоіграми, розмальовками, іграшками. Здебільшого цими кімнатами користуються клієнти, коли їм треба взяти участь у тест-драйві або роздивитися автомобілі, в цей час дитина може відпочити та погратися в безпечному просторі.

У співробітників та співробітниць головного офісу є часткова можливість працювати дистанційно, що стало особливо важливим під час воєнного стану.

Щороку Winner проводить заходи для дітей співробітників, присвячені різним тематикам. Це творчі та освітні заходи, уроки гуманності, пов'язані з благодійністю тощо.

При народженні дитини компанія надає матеріальну допомогу.

Петфрендлі дилерські центри та поїздка в кінологічний центр

Компанія замислювалась над тим, щоб виділити дні, коли працівники можуть приводити своїх хвостиків на роботу. Проте, від цієї ідеї відмовилися — врахували комфорт співробітників, у яких може бути алергічна реакція.

У дилерських центрах є pet-friendly наліпки та мисочки з водою, якщо хвостики захочуть пити.

Для колег компанія Winner проводить заходи, пов'язані з гуманним ставленням до тварин. Серед них освітні лекції, поїздки в притулки та кінологічні центри.

«Нещодавно співробітники з дітьми відвідали новозбудований кінологічний центр Національної поліції в Бучі — один з найсучасніших в Україні. Під час екскурсії вони побачили роботу поліцейських кінологів, познайомилися зі службовими собаками та дізналися, яку важливу роль вони відіграють під час війни».

Компенсації за навчання

У компанії зазначають, що Winner має дві робочі мови: українську та англійську.

Співробітники мають можливість підвищити рівень англійської на зовнішніх курсах. Якщо є позитивний результат наприкінці навчання, компанія компенсує більшу частину оплати.

Також компанія допомагає вдосконалити професійні та соціально-комунікативні навички.

«Внутрішній навчальний центр пропонує широку програму з удосконалення soft та hard skills. При цьому, за потреби підсилення професійних навичок вузькопрофільних фахівців, компанія розглядає можливість направити на зовнішні курси з підвищення кваліфікації».

Підтримка колег у війську та допомога з відновленням житла

Компанія завжди на зв'язку із мобілізованими співробітниками, виплачує їм матеріальну допомогу та закриває індивідуальні запити, що допомагають виконувати бойові завдання.

Центральний офіс Winner був під окупацією на початку повномасштабного вторгнення, зазнав пошкоджень, як і домівки частини співробітників, що проживають у Бучанському районі. Компанія допомогла колегам відновити пошкоджене житло, і далі продовжує надавати підтримку співробітникам з ремонтом пошкоджень внаслідок ураження під час обстрілів.

Підтримка військових підрозділів та соціальних проєктів

Частиною групи компаній Winner є благодійна організація «Фонд імені родини Гинянських» (прим. — Іван Гинянський заснував Winner в Україні у 1992 році).

У воєнний час актуальна діяльність Фонду зосереджена лише на підтримці Збройних Сил, інших військових формувань та українців, які постраждали внаслідок війни. Загальний обсяг матеріальної та фінансової підтримки від Winner з початку повномасштабного вторгнення складає понад 345 млн гривень.

Winner має під опікою понад 100 військових підрозділів Сил оборони України. Зважаючи на експертність в автомобільному бізнесі, компанія обрала основним напрямком благодійної діяльності — забезпечення захисників як новими автомобілями, так і авто з пробігом (пошук, логістика, ввезення з-за кордону).

Водночас компанія допомагає з ремонтом автівок. Транспортні засоби надаються також медикам, реабілітаційним центрам, гуманітарним місіям, громадським організаціям, що опікуються дітьми з онкологічними захворюваннями.

Разом з цим, Winner підтримує гуманітарну місію «На щиті», яка займається визволенням полонених та пошуком тіл полеглих.

Співпраця Winner з Ювенальною превенцією Національної поліції допомагає підвищувати рівень обізнаності дітей щодо безпеки на дорогах і не тільки.

«За два роки з допомогою шкільних офіцерів дітям передано 4000 світловідбиваючих жилетів, створено 8 соціальних роликів (теми: булінг, правила дорожнього руху, що робити, якщо загубився в ТЦ, знайшов вибухівку тощо). У 2025 році в рамках співпраці Winner представив спільний разом з AR Book проєкт, що зробить освітній процес для дітей цифровим, інтерактивним та сучасним — із 2D і VR-можливостями».

Про більшість своїх благодійних місій компанія публічно не комунікує. Дотримується принципу тихої благодійності, коли добрі справи є нормою, а не приводом виділитися у публічному просторі. Також враховуються причини безпеки та нерозголошення під час війни.

Першим публічним збором на ЗСУ для Winner став спільний збір із «Фондом Сергія Притули» та мережі АЗК WOG — проєкт називався «Блискавки ССО». Загальна сума збору — 30 млн грн, в рамках якого компанія надала для розіграшу авто Ford Mustang. Другий публічний збір, в якому Winner став ексклюзивним партнером — проєкт «Чисте небо», в межах якого збирають на літаки-перехоплювачі.

«Таким чином компанія відзначила своє 33-річчя діяльності в Україні, присвятили це справді важливій справі — підтримці Сил оборони України. Кошти збираються на літаки-перехоплювачі, що збивають ворожі розвідувальні та ударні дрони над позиціями наших захисників і над українськими містами. А ще кожен донат у 33 гривні дає змогу стати власником нового Ford Kuga».

Волонтерство, до якого долучаються співробітники

Співробітники Winner активно долучаються до волонтерських ініціатив компанії. Одним з найпопулярніших є збір продуктових наборів разом з Українським продовольчим фондом (Ukrainian Food Foundation). За період повномасштабної війни зібрали понад 2300 повноцінних продуктових наборів — їх передали родинам, що проживають на деокупованих територіях, до соціальних містечок тощо.

«Компанія фінансує закупівлю продуктів, а наша команда волонтерів збирає коробки, складає продуктові набори. Ті співробітники, що були емоційно готові, особисто допомагали відвозити та передавати допомогу».

Компанія дозволяє співробітникам займатися волонтерством в робочі дні, разом з тим, є ініціативи, до яких люди за своїм бажанням долучаються у вихідні.

«Ми донатимо кров, вигулюємо песиків, врятованих з прифронтових територій. Допомогали на соціальному ранчо Horse Paradise, випікаємо хліб в інклюзивній пекарні [Good People](#), дружимо з [“Дача”](#) — родинним домом для сімей з дітьми, що мають онкологічні захворювання. Щороку чисельність нашої волонтерської команди зростає».

Як Veterano Coffee Kyiv продумує сервіс, навчає коректній взаємодії з клієнтами та клієнтками, готує «підвіз» кави для військових

Veterano Coffee Kyiv — мережа кав'ярень, заснована ветераном АТО (антитерористичної операції) Володимиром Шевченком та його дружиною Світланою у 2016 році.

На сьогодні в мережі працюють дві кав'ярні, де бізнес поєднується з соціальною місією: підтримкою ветеранів, їхніх родин та людей у складних життєвих обставинах.

Які принципи допомагають поєднувати бізнес і соціальну місію? Як компанія підтримує ветеранів, людей з інвалідністю та внутрішньо переміщених осіб? Які інклюзивні рішення впроваджені у сервісі та команді? Про діяльність мережі розповідає співзасновниця Veterano Coffee Kyiv [Світлана Шевченко](#).

Архітектурна доступність

Питання безбар'єрності стало частиною підходу команди до організації простору. Вже після локдауну, у червні 2020 року, найбільшу кав'ярню мережі облаштовували з урахуванням базових принципів доступності:

- широкі двері з можливістю фіксації;
- неслизьке покриття на вході;
- зручне планування для всіх відвідувачів без поділу на «з потребами» і «без».

«Ми одразу розуміли, що всім має бути зручно користуватися простором. Не має бути стереотипного поділу на “людей з порушеннями і без”».

Цей заклад знаходиться у Петропавлівській Борщагівці — він розташований у двоповерховій металевій будівлі, яка за документацією вважається торговельним центром.

Такий формат частково спрощує питання доступності, однак і в цьому випадку залишається низка нюансів, над якими команда продовжує працювати. Окремим викликом для бізнесу стала спроба облаштувати доступну вхідну групу.

«Коли ти хочеш зробити вхід безбар'єрним, треба пройти десятки процедур, щоб отримати всі дозволи. Ти не просиш грошей — ти готовий зробити все сам, але тобі просто не дають дозвіл. Тому що встановлений нормативний

пандус буде виходити на пішохідну зону, а “комфорт міста перш за все”. Але я продовжую відправляти запити, вірю, що рано чи пізно ми отримаємо дозвіл».

Цей досвід визначив подальший підхід до відкриття нових локацій: доступність необхідно враховувати ще на етапі проєктування, а не дооблаштовувати після запуску простору.

У 2023 році Світлана пройшла профільне навчання з безбар'єрності та зробила цей напрямок пріоритетним для розвитку мережі.

Інклюзивність у сервісі

Інклюзивність у Veterano Coffee Kyiv охоплює не лише фізичний простір, а й культуру взаємодії з гостями. Переосмислення цього підходу для команди почалося після безпосереднього спілкування з людьми, які втратили зір у дорослому віці. Зокрема, з ветеранами, які повертаються до цивільного життя.

У ході розмов неодноразово звучала така позиція: люди не завжди готові до додаткового навчання, зокрема до опанування шрифту Брайля, однак для них принципово важливе коректне ставлення з боку персоналу.

«Вони кажуть: “Ми ж не від народження незрячі. Мені 40 років, я не буду перевчатися і вчити шрифт Брайля. Мені головне, щоб команда вміла правильно спілкуватися, пропонувати допомогу, щоб я не відчував себе виокремленим”. Нашій команді важливо чути думки тих, для кого ми працюємо».

Цей досвід змінив фокус роботи з інклюзією всередині команди. У Veterano Coffee Kyiv наголошують: доступність — це не лише пандуси чи адаптований простір, а й уміння персоналу підтримати людину без тиску, жалю чи нав'язування допомоги. Сервіс будується на універсальній повазі до кожного і кожної та їхнього досвіду.

Практично це означає, що команда уважно стежить за ситуацією в просторі й намагається помічати базові потреби відвідувачів ще до того, як вони просять про допомогу. У закладі облаштовані вікна «у підлогу» — це дає змогу персоналу бачити, хто заходить до закладу, і швидше реагувати на можливі запити.

«Це і є відчуття своїх клієнтів. Ви маєте розчитати їхні потреби ще до того, як вони зрозуміють, що їм щось потрібно. Але якщо допомога не потрібна — ми її не нав'язуємо».

Петперенти

У кав'ярні враховують потреби чотирилапих гостей. Заклади відкриті для тварин, на вході встановлені відповідні позначки: «Pet-friendly — ми чекаємо на вас із вашими улюбленцями».

Для зручності передбачені поїлки, а команда час від часу надає смаколики для собак.

«Це не моя ініціатива, просто всі люблять тваринок, і їх завжди раді бачити».

Психологиня як частина команди, навчання без примусу та безпека персоналу

Психологічна підтримка у Veterano Coffee Kyiv виникла як відповідь на виклики після початку повномасштабної війни. Йдеться не лише про емоційний стан співробітників, а й про формування навичок коректної взаємодії з гостями, зокрема ветеранами та людьми з травматичним досвідом.

У команді працює штатна психологиня, яка професійно виросла всередині колективу та отримала другу вищу профільну освіту після початку великої війни та продовжує підвищувати кваліфікацію.

«Коли ми зрозуміли, з чим стикаємося, стало очевидно, що нам бракує фахівців, які могли б у цьому розібратися. Тоді хтось із нас йшов вчитися і далі передавав знання всій команді. Але це не має бути для галочки — це дуже важливо».

Навчання у Veterano Coffee Kyiv принципово не має формату формальних лекцій чи примусових тренінгів. Команда практикує обговорення конкретних ситуацій, які виникають у щоденній роботі. Такі зустрічі проходять у невеликих групах і будуються у форматі відкритого діалогу.

«Коли це не як примусове навчання, а просто ми збираємося й розбираємо ситуацію — чому так сталося, що її спровокувало, як краще не робити, — тоді це засвоюється. Воно закріплюється і в роботі, і в спілкуванні».

Особливу увагу приділяють взаємодії з людьми з підвищеною емоційною напругою. Компанія підкреслює, що емоційне виснаження є спільним для всіх: і гостей, і персоналу. Тому формат м'якої, ненав'язливої підтримки вважають найефективнішим. Психологиня працює без жорстких рамок, створюючи середовище, де складні ситуації проговорюються, а не замовчуються.

Безпека персоналу розглядається як окремий елемент підтримки психічного здоров'я. Всі взаємодії з гостями регламентовані внутрішніми політиками, а на об'єктах встановлені сигналізація та тривожні кнопки.

«Клієнт не завжди правий, якщо він поводить себе неадекватно. Спокій наших співробітників — пріоритет. На кожному об'єкті є сигналізація та тривожні кнопки. Якщо виникають сумніви щодо безпеки, персонал не наражається на ризик. Нічого страшного, якщо поліція приїде даремно — важливо, щоб команда була впевнена у власній безпеці».

У таких випадках допускається відмова в обслуговуванні, щоб забезпечити умови, у яких співробітники можуть працювати без страху, а гості отримують коректний сервіс.

Психологічна підтримка та безпека формують єдину систему: внутрішню — через діалог і супровід, зовнішню — через правила взаємодії та механізми захисту персоналу.

Підтримка ветеранів та ветеранок у відкритті власного бізнесу

Підтримка ветеранів у запуску власної справи стала продовженням соціальної місії Veterano Coffee Kyiv ще до повномасштабного вторгнення.

«Ми все ж таки ветеранський бізнес — мій чоловік, Володимир Шевченко, військовий і з першого дня повномасштабного вторгнення перебуває на фронті. Я не можу сказати, що ми почали щось робити саме після вторгнення — ми вже раніше, у межах того, що могли, навчали ветеранів та їхні родини започаткуванню власного бізнесу. І робили це безоплатно, коли мали таку можливість, бо розуміли: якщо можемо допомогти — треба робити».

На перших етапах робота будувалася переважно на неформальних зв'язках у ветеранській спільноті — через особисті рекомендації та «сарафанне радіо».

«На самому початку ветеранська тусовка була дуже “між собою”. Якщо треба було пройти навчання з кави — зверталися до нас із чоловіком».

Команда працювала лише з тими, хто усвідомлено розглядав підприємництво, як свій подальший шлях. Кожен кандидат проходив особисті зустрічі, де детально обговорювали можливості й ризики відкриття кав'ярні. Лише після цього людина ухвалювала рішення, чи готова рухатися далі. Наступним етапом ставало повноцінне стажування у Veterano Coffee.

«Людина повністю заходила в стажування, щоб ми могли допомогти запустити її бізнес. Якщо виникали питання — ми все проговорювали».

Одним із прикладів такої співпраці став ветеран Олексій Кельт, який після навчання відкрив мережу Veterano Coffee в Маріуполі.

«Це найкращий учень мого чоловіка. Він поглинав знання не на 100, а на 200 відсотків. Ми їздили в Маріуполь, дивилися, як він будує роботу, масштабує проєкт, обговорювали локації, потоки людей. Він усе змінював і вдосконалював».

Після початку повномасштабної війни кількість запитів на консультації зменшилася — потенційні підприємці почали зваженіше оцінювати ризики. Водночас менторська робота триває: Світлана Шевченко читає лекції в [Академії кави](#) від WOG, максимально прямо розповідаючи про фінансові, організаційні й операційні складнощі відкриття кавового бізнесу.

«Я пояснюю, щоб люди не думали, що кав'ярня — це легкі гроші. Я розповідаю, через що вам доведеться пройти, щоб рішення було усвідомленим».

Після навчання ветерани отримують індивідуальні консультації: переглядають бізнес-плани, аналізують помилки у розрахунках, враховують стартові витрати.

«Я ділюся всіма “граблями”, на які ми наступали, щоб люди могли їх уникнути».

Працевлаштування ветеранів та людей з інвалідністю

У Veterano Coffee Kyiv підхід до працевлаштування ветеранів і людей з інвалідністю ґрунтується на попередньому спілкуванні з кандидатом чи кандидаткою, яких попереджають, що робота може бути фізично виснажливою.

Ще до повномасштабного вторгнення в команді працювали ветерани, які не залишалися в кав'ярні тривалий час. Інколи на роботу приходять люди, яким потрібно набратися досвіду.

«Були випадки, коли людина одразу чесно казала, що з часом планує звільнитися, але хоче спочатку попрацювати й зрозуміти внутрішню кухню. Якщо людина говорить відкрито — для нас це не проблема. Вона отримує досвід, ми закриваємо вакансію, і це чесно з обох боків».

Під час співбесіди ключовим критерієм є готовність до комунікації з гостями. Світлана зазначає: *«Практика показує, що ветерани та ветеранки після фронту не завжди готові до емоційно насиченої взаємодії з клієнтами».*

«Вони самі розуміють, що не хочуть багато спілкуватися, не хочуть постійно усміхатися, хочуть зосередитися на монотонній роботі. І я це так само розумію. Ми не відмовляємо різко — людина в процесі розмови сама доходить висновку, що ця вакансія їй зараз не підходить».

Постійна інтенсивна комунікація може бути додатковим психологічним навантаженням для людей із бойовим досвідом. Тому інколи оптимальним рішенням стає пауза для відновлення або інший формат зайнятості, зокрема власний бізнес.

За потреби, окремо адаптують робочі умови для людей з інвалідністю та для людей з наслідками бойових травм. Наприклад, ветеран із контузією після АТО мав графік, підлаштований під нього — у кав'ярні враховували, що йому складно рано прокидатися. Ще один приклад — співробітниця з порушеннями мобільності, якій було фізично складно працювати повну зміну баристи. Після розмови про навантаження й умови роботи вона пропрацювала у команді близько п'яти років.

Підтримка ВПО

У команді Veterano Coffee Kyiv близько половини співробітників — внутрішньо переміщені особи. Для закладу важливо не лише наймати їх, а й інтегрувати в команду, надавати професійну та соціальну підтримку.

«Спілкування вирішує все. Якщо ми можемо чимось допомогти, ми завжди контролюємо процес. Якщо можемо допомогти з пошуком спеціалістів для особистих справ, ми це робимо. Ми не просто наймаємо людей — ми вводимо їх у своє коло і допомагаємо адаптуватися».

Підтримка ЗСУ, «підвіз» кави, тренінги з домедичної допомоги

Кав'ярня активно залучається до соціальних ініціатив і підтримки військових. Після початку повномасштабного вторгнення Veterano Coffee Kyiv забезпечувала кава-брейки на навчальних заходах для медиків ЗСУ.

Команда також реалізує власні соціальні проєкти. Уже понад рік триває книжкова акція: відвідувачі приносять прочитані книги, їх пакують із коротким описом, і за донат гості кав'ярні можуть вибрати книгу для себе. Також у Veterano Coffee Kyiv проводяться концерти та поетичні читання, а зібрані кошти спрямовують на потреби військових частин.

Особлива увага приділяється «підвішеній каві» — проєкту, завдяки якому військовій можуть отримати каву навіть на передовій. У соцмережах і

кав'ярнях публікують реквізити для донатів, а після збору необхідної суми організують доставку — через волонтерів чи Новою поштою.

«Коли певна сума збирається, працює сарафанне радіо. Хтось з волонтерів, що їде до військових, питає “чи є підвіз кави”. Ми цей “підвіз” мелемо, пакуємо, запакуємо і передаємо».

Також у кав'ярні Veterano Coffee Kyiv проходять тренінги з домедичної допомоги від ГО [«Такмед Груп»](#). Учасники тренінгів дізнаються, як діяти при масивній кровотечі, коли варто накладати турнікет, як затампонувати поранення та як діяти в інших ситуаціях.

Культура вшанування пам'яті

У кав'ярні впровадили традицію щоденного вшанування захисників та захисниць. Щодня о 9-й ранку вимикають музику, клієнтів попереджають: «Вибачте, зараз замовлення прийматися не будуть».

У Veterano Coffee наголошують, що загальнонаціональна хвилина мовчання — це можливість віддати шану тим, завдяки кому ми маємо змогу жити і продовжувати свою справу.

«Зараз багато викликів, багато чого хотілося б зробити, але кожен допомагає там, де може. Це теж шлях — пам'ятати захисників і діяти там, де можеш».

Як ПриватБанк трансформує свої відділення, впроваджує цифрову доступність, підтримує мобілізованих співробітників та співробітниць-доброволиць

ПриватБанк — найбільший банк України та один із лідерів цифрової трансформації державного сектору.

У ПриватБанку є понад 1000 відділень, сервісом користується понад 20 мільйонів клієнтів, понад 13 мільйонів — онлайн-користувачів «Приват24».

Як банк реалізує власну стратегію безбар'єрності, спрямовану на створення доступного та інклюзивного середовища для клієнтів і працівників? Як підтримує колег, які долучилися до лав ЗСУ? Як займається адаптацією навчальних матеріалів для своїх працівників? Як впроваджує цифрову доступність? Про це розповідають менеджерка з корпоративних комунікацій і сталого розвитку Марина Чикета та менеджерка безбар'єрних програм ПриватБанку Анастасія Шусть.

Архітектурна доступність

ПриватБанк почав системно впроваджувати принципи безбар'єрності ще у 2018 році — після ухвалення постанови НБУ, що зобов'язувала банки забезпечити доступний вхід до відділень для клієнтів з різними потребами. У межах цих вимог банк визначив, що існуючі відділення треба обладнати пандусами, підйомниками, розширеними дверними прорізами та іншими елементами.

Під час розробки власної стратегії безбар'єрності банк встановив, що доступ до приміщення — лише перший крок.

«Ми впроваджували доступність вхідної групи — пандуси, підйомники, розширення дверей. Але згодом зрозуміли: це лише перший крок. Важливо не тільки дати людині можливість зайти, а й створити умови для комфортного обслуговування».

Для уточнення стандартів доступності банк вивчав міжнародний та український досвід, залучав експертів з архітектурної безбар'єрності для аналізу існуючих відділень.

«Відділення банку відрізняються конфігураціями: це і дев'ятиповерхівки, і великі комплекси, і окремі будівлі. Мета полягала у тому, щоб будь-яка людина могла прийти і отримати послугу незалежно від архітектурних особливостей відділення».

За результатами аналізу та консультацій з експертами банк затвердив власний стандарт відділень підвищеної доступності. Стандарт передбачає, що клієнт на кріслі колісному, людина з милицями або старшого віку може отримати послугу всередині приміщення.

НБУ додатково затвердив свої рекомендації щодо інклюзивного обслуговування, частину з яких банк інтегрував у власний стандарт. ПриватБанк зазначає, що сьогодні *«99,9% відділень забезпечені доступною вхідною групою, відповідно до вимог ДБН»*.

ПриватБанк облаштував тактильні елементи доступності, щоб люди з порушеннями зору могли скористатися сервісом банку. На вхідних дверях з'явилися тактильні інформаційні покажчики. Всередині приміщень облаштовано тактильні направляючі, мнемосхеми зі шрифтом Брайля, графіки роботи та інформаційні матеріали шрифтом Брайля.

«Ми розкладали направляючі так, щоб людина могла самостійно дійти до спеціаліста — без сторонньої допомоги».

Для клієнтів низького зросту та для клієнтів, які користуються кріслом колісним, облаштовують понижені каси. Для них передбачено достатній простір для під'їзду, а документи можна підписати на планшеті на зручній висоті. У компанії зазначають, що встановлення пониженої каси вимагає додаткового часу та залучення спеціалізованих організацій, тому цей процес триває повільніше.

У відділеннях замінили столи на круглі, спроектовані з урахуванням ергономіки, так, щоб клієнти мали змогу підійти з будь-якого боку. У тих відділеннях, де дозволяє простір, облаштовують універсальні вбиральні.

Деякі ініціативи ПриватБанк впроваджує самостійно, навіть якщо їх не вимагають стандарти. Так, у відділеннях з'явилися тримачі для милиць — просте, але дуже затребуване рішення.

«Багато людей приходять до банкоматів чи на касу після поранень або операцій. Ми помітили, наскільки незручно їм тримати милиці під час обслуговування. Це не прописано в жодних вимогах, але ми додали такі тримачі — просто тому, що вони реально допомагають».

Також банк поступово встановлює понижені банкомати, якими можуть користуватися люди на кріслах колісних або люди невисокого зросту. Їх розміщують не лише у відділеннях, а й у торгових центрах та інших громадських зонах.

Нині у ПриватБанку близько 1100 відділень. 65 відділень відповідають стандарту підвищеної доступності компанії, ще близько 110 — обладнані

всередині мнемосхемами, тримачами для милиць, табличками зі шрифтом Брайл.

«Ми розглядаємо відділення не лише як місце для клієнтів, а й як потенційне робоче середовище для наших працівників, зокрема ветеранів та ветеранок, які можуть мати інвалідність. Тому для нас архітектурна доступність — це не проєкт, а процес, який розвивається разом із людьми».

Інклюзивне середовище та жінки на посадах інкасаторок

ПриватБанк створює інклюзивне середовище для працівників із різними видами інвалідності. Співробітники самі вирішують, чи повідомляти про стан здоров'я — це не є обов'язковою вимогою.

Якщо працівник має офіційне підтвердження від МСЕК, банк організовує роботу з урахуванням рекомендацій — визначає посаду, графік чи формат роботи, який підходить людині. У компанії працюють люди з різними видами інвалідності: незрячі люди, користувачі крісел колісних, ветерани з ампутованими кінцівками та працівники з невидимими порушеннями здоров'я. Залежно від посади вони можуть працювати в офісі, віддалено або в гібридному режимі.

ПриватБанк приділяє увагу працевлаштуванню людей із порушеннями слуху. У контакт-центрі для них налаштовано текстові канали обслуговування, а вхідні голосові повідомлення автоматично перетворюються на текст. Навчальні матеріали доповнено перекладом українською жестовою мовою та субтитрами, що дозволяє комфортно проходити тренінги нарівні з іншими колегами.

«Якщо людині потрібне спеціальне програмне забезпечення чи технічний засіб, вона просто звертається до керівника, і ми це забезпечуємо. Наприклад, у нас працює колега, яка не бачить, і вона користується програмою, що озвучує інформацію з робочого інтерфейсу. Це дозволяє їй повноцінно виконувати свої обов'язки».

Банк використовує індивідуальний підхід: якщо людині зручніше спілкуватися письмово, працювати віддалено або мати гнучкий графік — компанія надає цю можливість.

У головних офісах ПриватБанку облаштовано зони відпочинку — їдальні, переговорні та лаунж-зони, де можна перепочити чи пообідати. Подібні простори є й у регіональних відділеннях, де працівники мають кімнати для відпочинку й прийому їжі.

Для працівників з інвалідністю діє розширена програма медичного страхування, яка покриває додаткові потреби, не включені до стандартного пакету.

Практичним прикладом інклюзії стало працевлаштування жінок на посадах інкасаторів — це рідкісна практика для банківського сектору. Для забезпечення рівних умов ПриватБанк облаштував окремі роздягальні, душові та санітарні кімнати для жінок і чоловіків, а також адаптував робочу форму, зокрема бронежилети, під жіночі розміри.

Жінки-інкасаторки працюють у різних містах. У кожному підрозділі, де вони залучені, створили місця для відпочинку та переодягання. Подібні умови забезпечили й для жінок-спеціалісток з обслуговування терміналів. Їхні маршрути організовані так, щоб уникати підняття надмірної ваги.

Окрім працівників, ПриватБанк дбає про інклюзивність для клієнтів. У відділеннях і через застосунки забезпечено консультації жестовою мовою, а інформаційні матеріали поступово перекладаються українською жестовою мовою.

«Ми досліджували цю тему і зрозуміли, що українська жестова мова має інші відповідники, ніж писемна. Тому вирішили перекладати інформацію так, щоб вона була зрозуміла людям з порушеннями слуху (яким не завжди зручно сприймати інформацію у текстовому варіанті)».

Для людей із порушеннями зору впроваджено IVR-озвучення операцій у касі — система автоматично телефонує клієнтові, проговорює суть операції, і людина підтверджує її з телефону. А для клієнтів із порушенням слуху, ПТСР чи когнітивними порушеннями, операції на планшетах біля кас дублюються текстом — щоб уникнути стресу й непорозумінь.

Такий підхід дозволяє банку забезпечувати комфортне й безпечне середовище для працівників і клієнтів, враховуючи потреби кожної людини та створюючи справжню інклюзію на практиці.

Підтримка ветеранів та мобілізованих працівників

ПриватБанк розробив комплексну систему підтримки працівників, які були мобілізовані або повертаються до роботи після служби у Силах оборони України. Допомога охоплює як матеріальну та організаційну, так і психологічну підтримку.

У банку діє внутрішній корпоративний благодійний фонд, кошти якого спрямовуються на допомогу мобілізованим працівникам. Через цей фонд

компанія може забезпечити потреби військових підрозділів, у яких служать співробітники, — від комп'ютерної техніки до окремого спорядження, якщо цього потребує ситуація.

«Ми підтримуємо своїх колег, які зараз у війську. Якщо їхній підрозділ має конкретні запити, банк через благодійний фонд допомагає закрити ці потреби».

Підтримка триває і після демобілізації. У компанії діє програма реабілітації для ветеранів: якщо стандартне медичне страхування не покриває певні послуги, банк фінансує реабілітаційний процес через корпоративний фонд. Також працівники, які постраждали від бойових дій або втратили житло через обстріли, можуть звернутися по матеріальну допомогу.

Банк допомагає ветеранам адаптуватися до мирного життя й повернутися до професійної діяльності. За необхідності працівникам пропонують кар'єрне консультування або допомогу в перекваліфікації, якщо вони не можуть повернутися на попередню посаду.

«Іноді після повернення люди хочуть змінити напрям — це природно. Ми допомагаємо знайти нову роль у банку, якщо є бажання залишитися в команді».

Працівники, які повертаються зі служби, можуть отримати компенсацію витрат на відпочинок або оздоровлення. Також для них доступне медичне страхування з розширеним покриттям.

Окремо банк готує команди до повернення демобілізованих колег. Для цього дирекція з HR та корпоративного управління проводить внутрішні навчальні зустрічі з керівниками та співробітниками, щоб створити сприятливе робоче середовище й допомогти ветеранам адаптуватися без стресу.

«Ми підтримуємо контакт із кожним мобілізованим колегою, щоб знати, як він, і що зараз потрібно. А після повернення робимо все, щоб процес адаптації був комфортним і швидким».

Підтримка психічного здоров'я

Окремий напрям внутрішніх програм банку стосується психологічної підтримки працівників. Консультації з фаховими психологами доступні всім співробітникам і особлива увага приділяється ветеранам та тим, хто повернувся з фронту, а також родинам мобілізованих.

Банк компенсує до 10 індивідуальних консультацій із зовнішніми психологами для кожного працівника. Для ветеранів — 20 консультацій, для

одного з членів їхніх родин — до 10. Крім цього, регулярно проводяться лекції, вебінари та освітні заходи, присвячені темі ментального здоров'я.

У компанії діє також ініціатива з навчання першої психологічної допомоги: *«30 працівників пройшли навчання як тренери із надання першої психологічної допомоги — і далі навчили більше 6000 працівників банку надавати першу психологічну допомогу клієнтам чи колегам у разі необхідності».*

Щороку банк проводить День ментального здоров'я. Цього разу для співробітників організували тематичний марафон із лекцій, тренінгів та практичних занять, присвячених збереженню емоційної стійкості, подоланню вигорання та розвитку навичок самопомоги.

Підтримка батьківства та жінок

Банк дотримується усіх державних гарантій для працівників із сімейними обов'язками. Зокрема, співробітники можуть скористатися додатковими відпустками, передбаченими законодавством, а також мають можливість оформити добровільне медичне страхування не лише для себе, а й для членів родини, включно з дітьми. Для цього діють різні страхові пакети, серед яких працівники обирають оптимальний варіант.

Компанія підтримує гнучкі формати роботи для батьків, зокрема — можливість працювати віддалено або в гібридному режимі. Це дає змогу швидше повертатися з декретної відпустки тим, хто цього бажає, і поєднувати роботу з доглядом за дитиною.

«У нас є колеги, які після народження дитини вирішили не переривати кар'єру й повернулися до роботи у віддаленому форматі. Це дозволяє їм виконувати професійні обов'язки та залишатися поруч із родиною».

Також передбачено індивідуальний підхід у випадках, коли працівникам необхідно змінити локацію чи графік через сімейні обставини. За потреби співробітники можуть звернутися із запитом на переведення до іншого відділення або на іншу посаду.

«Був випадок, коли колега попросила переведення, бо її дитину перевели до іншого дитячого садка, і стало складно добиратися на роботу. Її ситуацію розглянули і знайшли для неї інше відділення, щоб їй було зручніше».

Гендерна рівність та жінки-добровольці

У компанії кажуть, що ПриватБанк — це банк із жіночим обличчям. І цифри це підтверджують: жінки становлять близько 66% усієї команди. Лідерські

позиції в установі також переважно займають жінки: майже 73% всіх менеджерів, понад 46% менеджерів середньої та вищої ланки — жінки. Майже 29% працівників IT-підрозділів також становлять жінки.

«Ми не встановлювали спеціальних квот чи показників. Просто створили середовище, у якому кожен та кожна можуть реалізувати себе».

У компанії зазначають, що у ПриватБанку найвищий відсоток мобілізованих жінок серед банківського сектору України. *«Більше 7 % з числа мобілізованих — це жінки-добровольці, і багато з них займають бойові позиції. Це демонструє активну участь жінок у військових та волонтерських ініціативах серед працівників банку».*

Підтримка внутрішньо переміщених осіб

Після початку повномасштабного вторгнення ПриватБанк запровадив програму «Переїзд», спрямовану на підтримку працівників, які були змушені залишити свої домівки через бойові дії. Програма допомагає співробітникам адаптуватися до нових умов життя та роботи в безпечніших регіонах.

Працівники, які переїжджали, отримували грошові виплати, а також допомогу з пошуком житла і нового робочого місця в іншому регіоні. У межах програми компанія забезпечувала збереження заробітної плати протягом перехідного періоду, аби працівники могли без стресу відновити роботу на новому місці.

Важливим елементом програми стала можливість професійної переорієнтації. Якщо людина після переїзду хоче змінити посаду або спробувати себе в іншій сфері, вона може пройти кар'єрне консультування, навчальні вебінари чи внутрішні курси банку.

«Ми допомагали колегам не просто переїхати, а продовжити роботу — знайти вакансію, адаптуватися до нової команди, отримати фінансову підтримку на перший час».

Завдяки програмі десятки працівників змогли безпечно переїхати з прифронтових регіонів та продовжити працювати в інших містах.

Петперенти

У ПриватБанку поки немає практики відвідування офісів із домашніми тваринами. Однак у компанії дбають про комфорт клієнтів: собаки-поводирі мають офіційний дозвіл супроводжувати власників у будь-яке відділення банку.

«Ми завжди відкриті до клієнтів із собаками-поводирями — вони можуть заходити у відділення без обмежень. Для решти тварин поки діють стандартні правила: просимо залишати улюбленців поза приміщенням».

Політика щодо відвідування відділень із домашніми тваринами може оновлюватися в майбутньому — з урахуванням потреб клієнтів та досвіду інклюзивних установ.

Цифрова доступність

У ПриватБанку працюють над тим, щоб онлайн-простір компанії був зручним для всіх користувачів — зокрема, для людей із порушеннями зору. Протягом двох років команда адаптувала сайт і мобільний застосунок відповідно до міжнародних стандартів вебдоступності WCAG 2.1.

«Це дуже важливо, особливо зараз, коли зростає кількість людей, які втратили зір. Людина звикла користуватися застосунком, робити все самостійно, і коли вона втрачає зір — не хоче втратити цю самостійність».

Для перевірки доступності ПриватБанк запросив громадську організацію, яка спеціалізується на тестуванні цифрового середовища. Експерти провели аудит сайту й застосунку та надали детальний звіт щодо рівня відповідності міжнародним вимогам.

«Ми отримали великий аналіз, де було чітко вказано, на якому рівні ми вже відповідаємо стандартам і що ще потрібно допрацювати. Після цього почали паралельно адаптувати сайт і застосунок. Роботи багато, адже ПриватБанк має велику кількість сервісів, але ми рухаємося системно».

Команда також постійно оновлює застосунок, покращуючи контрастність, збільшуючи поля, підписуючи кнопки й оптимізуючи відображення при масштабуванні.

Стандарти, які використовує компанія, охоплюють широкий спектр потреб: не лише людей із порушеннями зору, а й користувачів із тремором, епілепсією, когнітивними порушеннями тощо.

Підтримка Сил оборони України

З 2014 року ПриватБанк допомагав своїм мобілізованим працівникам екіпіруванням і технікою, а сьогодні робить це системно через корпоративний благодійний фонд. Допомога надається як підрозділам, де служать працівники банку, так і іншим формуванням — ЗСУ, Нацгвардії, ДСНС, прикордонникам, ГУР.

Банк також створив цілу екосистему благодійних інструментів, які дозволяють клієнтам зручно підтримувати армію. Через «Приват24» і сайт

можна зробити внесок у перевірені фонди — без жодних комісій. Одним із найпопулярніших інструментів став автоплатіж LiqPay: кожен клієнт може автоматично переказувати 1 гривню на ЗСУ з кожної транзакції. Щомісяця користувач отримує звіт про загальну суму своїх донатів.

Крім того, банк створив «конверти» для зборів — як для фізичних осіб, так і для благодійних організацій. Це дає змогу офіційно й прозоро збирати гроші.

У «Приват24» діє також розділ меню «Добро», де зібрано спільні партнерські збори з перевіреними фондами, зокрема [«Повернись живим»](#), [Фондом Сергія Притули](#), [«Третім армійським корпусом»](#) тощо. Частину коштів у кожен із проєктів додає сам банк.

«Ми завжди долучаємося до зборів фінансово, але не робимо з цього піару. Для нас допомога армії — не привід для реклами, а природна частина роботи відповідального українського бізнесу».

Підтримка соціальних ініціатив

У ПриватБанку соціальна відповідальність охоплює широкий спектр напрямів — від спорту й освіти до благодійності та фінансової грамотності. У компанії це називають частиною великої концепції безбар'єрності, яка включає фізичну, цифрову, економічну, суспільну та інформаційну доступність.

«Ми виходимо з того, що різноманіття — це природна основа всього. А наша відповідь — інклюзивність, рівність і створення доступності для всіх груп населення. Якщо раніше ми більше концентрувалися на фізичній доступності, то тепер враховуємо ментальне здоров'я, потреби ветеранів, внутрішньо переміщених осіб і відновлення ветеранських бізнесів».

Одним із помітних прикладів підтримки став [Київський марафон Незламності](#), партнером якого виступив банк.

«Ми підтримуємо спорт як складову ментального здоров'я. Це не просто біг — це спосіб відновити сили та внутрішню рівновагу».

Другий важливий напрям — підтримка медичних закладів. Через корпоративний благодійний фонд банк системно допомагає шпиталям і лікарням по всій Україні — військовим, дитячим, неврологічним. Клієнти можуть робити внески на ці цілі, а банк подвоює зібрану суму.

Окремий блок соціальних проєктів присвячений освітній безбар'єрності та фінансовій грамотності.

«Ми хочемо, щоб наші клієнти були фінансово обізнаними — це зменшує ризики шахрайства і допомагає людям почуватися впевненіше у цифровому світі».

Банк реалізує програми корпоративного волонтерства: працівники проводять заняття у школах, екскурсії у відділеннях, лекції для студентів і людей старшого віку. Особливу увагу приділяють тим, хто раніше не користувався онлайн-банкінгом.

«Ми співпрацюємо з “[Університетами третього віку](#)” — допомагаємо людям старшого віку освоїти мобільний застосунок, щоб вони не стояли в чергах і могли вільно керувати своїми фінансами».

Як «Данон Україна» розвиває інклюзивність через увагу до деталей, підтримує ВПО, сприяє професійній адаптації ветеранів та ветеранок

«Данон Україна» — українське представництво французької транснаціональної компанії Danone, яка виробляє продукти харчування.

В Україні компанія працює більше 20 років та має два заводи: у Херсоні та Кременчуці. Роботу заводу в Херсоні наразі тимчасово призупинено через ворожі обстріли.

Як компанія підтримує працівників та працівниць, які були вимушено переміщені через війну? Як створення рівних можливостей стає частиною щоденної роботи компанії? Як увага до деталей допомагає зробити простори доступнішими? Чи є в компанії історії повернення ветеранів на роботу після завершення служби? Про це розповідає директорка з роботи з персоналом «Данон Україна» [Ірина Сітнікова](#).

Архітектурна доступність та увага до деталей

Компанія почала робити перші кроки у напрямку архітектурної доступності ще у 2017 році. Тоді до офісу «Данон Україна» запросили людей, які користуються кріслами колісними — щоб вони і розповіли, де виникають незручності та бар'єри.

«Тоді багато хто вперше звернув увагу на речі, які раніше здавалися дрібницями: кавомашина чи ксерокс виявилися надто високими, двері — важкими, проходи — вузькими. Відтоді доступність офісу стала постійним фокусом: ми щороку переглядаємо простір і впроваджуємо зміни для комфорту всіх співробітників та співробітниць».

Масштабні оновлення відбулися у 2023 році під час капітального ремонту: розширили проходи, закупили меблі з можливістю регулювати висоту — щоб співробітники мали змогу налаштувати робоче місце під власні потреби.

«"Вертушка" при вході до самого офісу легко знімається і перетворюється на широкий прохід. Двері тепер відчиняються на 180 градусів. Після зворотного зв'язку від людей, які користуються кріслами колісними, прибрали дверні доводчики. Для когось це створило тимчасові незручності — двері потрібно зачиняти вручну, але краще докласти трохи більше зусиль, ніж залишити непереборний бар'єр для людини з інвалідністю».

Офіс компанії знаходиться на четвертому поверсі, тому відгуки тест-групи також передали до адміністрації центру, аби забезпечити доступність вхідної групи будівлі.

Крім того, в офісі створили зони, що враховують різні життєві ситуації. Є кімната матері та дитини з можливістю годувати чи пеленати малюка, з душовою та необхідними гігієнічними умовами. Кімната тиші дозволяє усамітнитися й відновити сили, а в релакс-зоні є меблі різних форм і висот, зокрема крісла з підлокітниками для тих, кому потрібна додаткова опора.

«Бувають і особисті історії. Наприклад, наша рецепціоністка проходила складне лікування спини. Їй потрібно було кілька разів на день полежати, щоб зняти напругу. Спеціальні пуфи у зоні відпочинку стали для неї справжнім порятунком».

В офісі з'явилася універсальна вбиральня: гендерно-нейтральна та пристосована для користування людьми з інвалідністю.

«Ми хотіли, щоб офіс був безпечним і комфортним для всіх, незалежно від гендерної ідентичності».

Додаткову увагу приділяють деталям, які важливі у повсякденному житті: у переговорних кімнатах можна регулювати освітлення та температуру, на кухні посуд розташований на різних рівнях, у ліфті встановлені кнопки зі шрифтом Брайля, а шафи для особистих речей підібрані так, щоб ними зручно користувалися люди з порушеннями опорно-рухового апарату.

У компанії підкреслюють: інклюзивність складається не лише з великих рішень, а й з щоденної уваги до деталей. Завдяки цьому офісний простір поступово стає більш доступним і зручним для всіх співробітників.

«Дуже люблю такий приклад: різноманіття — це запросити всіх на вечірку, інклюзія — це зробити так, щоб всі могли танцювати. Для нас це вечірка, у якій можуть брати участь усі, незалежно від життєвої ситуації чи групи, до якої вони належать».

Цифрова доступність

Як міжнародна компанія, «Данон Україна» переважно використовує глобальні платформи для забезпечення робочих процесів, підтримки працівників чи проведення освітніх активностей. Поступово вони оновлюються та роблять наповнення і дизайн доступнішим.

Внутрішні навчальні програми у компанії також адаптують: додають описи до відео, використовують шрифти, кольори та контраст з урахуванням вимог доступності.

Інклюзивність та індивідуальний підхід

У «Данон Україна» інклюзія не розглядається як окрема політика чи соціальна місія — це частина щоденної роботи з командою. Головний критерій під час найму та співпраці — професійні навички та бажання працювати.

«Ми не робимо акцент на тому, чи є у людини інвалідність. Головне — її кваліфікація. Якщо потрібні індивідуальні умови, ми шукаємо можливість їх створити».

Інклюзивність у «Данон Україна» базується на принципі «нічого про нас без нас» та на індивідуальному підході. Наприклад, за запитом роблять адаптацію навчальних курсів, додають текстові транскрипти тощо.

Хоча компанія подбала про архітектурну доступність офісу, для всіх співробітників доступний гнучкий формат роботи. Працівники можуть працювати віддалено, а під час пандемії компанія під запит забезпечувала меблями для облаштування домашнього робочого місця.

«Потреби людини не завжди залежать від офіційного статусу — будь-хто може зламати руку чи ногу і тимчасово потребувати додаткових умов. Тому ми застосовуємо індивідуальний підхід».

Компанія приділяє увагу взаємодії та коректній допомозі всередині колективу. Наприклад, на заводах для працівників проводять тренінги про те, як діяти, якщо у колеги з епілепсією стався напад.

Система підтримки також включає медичні та фінансові інструменти: *«Наші працівники можуть розраховувати на матеріальну допомогу на лікування. Страхування покриває випадки інвалідизації на рівні річного окладу. Якщо ж страхова компанія відмовляє, ми беремо витрати на себе. Так було, наприклад, із ветераном, чия інвалідність страхова не визнала, і тоді “Данон Україна” компенсував йому певні витрати».*

Співробітники, які доглядають за близькими з інвалідністю або з важкими захворюваннями, можуть отримати додаткову відпустку — оплачувану або неоплачувану.

«Данон Україна» приділяє увагу темі інклюзивності навіть у роботі з партнерами: при укладанні угод з постачальниками підписуються принципи сталого розвитку, які передбачають відповідні стандарти.

Підтримка батьківства та жінок

Особливе значення в компанії має політика підтримки батьківства. Працівники та працівниці можуть брати додаткову відпустку після

народження дитини. Для батьків усиновлених дітей також є можливість взяти додаткові дні відпустки понад законодавчу норму.

Компанія надає можливість отримати консультацію педіатра, а також спеціальну програму страхування, яка поширюється на дітей співробітників.

В офісі та на заводах обладнані спеціальні кімнати для годування найменших, є спеціальна зона паркування автівок для вагітних, а в зонах відпочинку є настільні ігри.

У «Данон Україна» регулярно проводяться активності для дітей співробітників з подарунками до свят. На заводі для дітей проводять екскурсії, святкові заходи та інтерактивні програми.

«Ми проводили онлайн-табори під час канікул, де діти могли займатися творчістю, готувати, знімати ролики для YouTube. З початком війни ми організували літні табори в Польщі, щоб діти мали кілька спокійних днів».

«Є і більш серйозні активності, наприклад, компанія організовувала лекції для дітей, де в ігровій формі розповідали про безпеку, протидію булінгу та інклюзію. Зокрема, спілкування з однолітками з інвалідністю».

У «Данон Україна» також приділяють велике значення ролі жінок. Вони складають понад половину від усіх працівників компанії: від виробничих позицій на заводі до топ-менеджменту — тому забезпечення рівних можливостей є пріоритетом.

Зокрема, у «Данон Україна» практикується можливість перекваліфікації. Завдяки цьому, на заводі працівниці змогли опанувати професії, які зазвичай сприймаються як більш чоловічі, і стати операторками виробничих ліній, водійками автотранспорту і не тільки.

Петперенти

У «Данон Україна» працює багато петперентів, однак офіційних програм для цієї категорії наразі немає.

«Як людина, яка приходила в офіс зі своєю тваринкою, можу сказати, що нас не обмежують у цьому. Проте ми поки не промотуємо цю практику».

Основна причина — можливі медичні ризики для співробітників: алергії чи інші проблеми зі здоров'ям, через які важливо забезпечити рівні умови для всіх співробітників. Тому про візит у офіс зі своїм хвостиком потрібно заздалегідь попереджати колег.

Підтримка психічного здоров'я

У компанії діє ціла низка програм, спрямованих на підтримку психологічного благополуччя співробітників. Ще до початку повномасштабної війни компанія запровадила ініціативи у цій сфері, а після 2022 року їхня актуальність зросла.

Працівники мають доступ до зовнішньої онлайн-платформи з консультаціями психологів, а також можуть брати участь у групових сесіях. Наприклад, програма «Самодопомога плюс» триває п'ять тижнів: учасники зустрічаються раз на тиждень у групах по вісім людей і опановують техніки самопідтримки, обговорюють вигорання та способи подолати його.

Програми інтегровані у щоденну роботу: на заводі та в офісі проходять заняття з йоги, спортивні змагання та тижні здорового харчування.

Окрім навчальних програм і консультацій, у компанії проводять регулярні пульс-опитування працівників, щоб зрозуміти рівень їхньої залученості та настрою.

Підтримка ветеранів та мобілізованих працівників

Підхід до військових і ветеранів у компанії спирається на дві ключові складові: юридичні гарантії та індивідуальну підтримку захисника та його родини.

«Коли нашого працівника мобілізують, ми зберігаємо за ним повністю всі виплати, включно із заробітною платою — закон не зобов'язує, але ми робимо це свідомо. Усі корпоративні пільги залишаються доступними, а до них підключається і родина».

Компанія організовує матеріальну підтримку, а також медичну та психологічну допомогу, зокрема у випадках, коли страхові компанії не покривають витрати, пов'язані з бойовими травмами. Додатково надаються дні відпустки для лікування і реабілітації.

«Страхові на себе це не беруть, тож ми оплачуємо лікування з коштів компанії: від харчування і пошуку лікаря — до протезування. У нас були випадки встановлення протезів у наших співробітників, зокрема очного та кистьового».

Компанія публічно не виділяє ветеранів як «особливу категорію для працевлаштування», натомість оцінює компетентність, мотивацію кожного кандидата і кожної кандидатки.

«Ми не дискримінуємо і не виокремлюємо в оголошеннях. Для нас природне рішення — дивитися на професійні якості й готовність навчатися».

«Водночас індивідуальні потреби ветеранів беруться до уваги, аби знайти спосіб адаптувати робочі умови та задачі до рівня мобільності людини чи наявних медичних рекомендацій».

Цьому сприяє можливість дистанційної роботи, як тимчасово, так і на тривалий період.

Усі корпоративні пільги поширюються на сім'ї мобілізованих: доступ до програм з підтримки психічного здоров'я, консультацій та сервісів у цьому напрямі. HR допомагає з навігацією щодо медичних послуг, пошуком фахівців та оформленням документів.

«Майже всі, хто повертаються, хочуть працювати. Вони не просять “просто виплат”. Їм важливо відчувати користь і тримати рутину — це допомагає відновленню».

Політика компанії поєднує фінансові гарантії, медичну та психологічну допомогу, гнучкі умови праці й індивідуальну адаптацію.

Підтримка соціальних ініціатив і Сил оборони України

У «Данон Україна» реалізують соціальні ініціативи в різних напрямках — від допомоги дитячим закладам до підтримки медичних установ і військових. Щомісяця компанія відвантажує сотні кілограмів продукції для благодійних фондів і дитячих будинків, серед яких [Асперн](#), [Зіньківський дитячий будинок-інтернат](#), Київський центр профорієнтації дітей з інвалідністю, [«Жива перлина»](#) та [Українська федерація банків продовольства](#).

Окремим напрямом стала програма [«Майбутнє є»](#), яку «Данон Україна» реалізує разом із МОЗ. Вона спрямована на розвиток довготривалої соціально-мобільної реабілітації. У межах ініціативи компанія надала три мільйони євро трьом організаціям — [Unbroken](#), [«Інститут раку»](#) та Всеукраїнському лікувально-реабілітаційному центру [«Циблі»](#). Кошти спрямовані на розвиток реабілітаційної інфраструктури й популяризацію збалансованого харчування під час відновлення.

Нутриція — медичний підрозділ компанії «Данон Україна» — регулярно надає продукцію та фінансову допомогу для лікарень, зокрема для підтримки передчасно народжених дітей у лікарні Святого Миколая у Львові. Співробітники компанії долучаються до благодійних та екологічних акцій: здають кров у межах Дня донора, беруть участь у благодійних забігах, таких як «Забіг Честі імені Рекрута» висаджують дерева тощо.

Дуже активно «Данон Україна» підтримує громаду міста Кременчук. Коли почалися відключення електроенергії, компанія надала місту генератори для забезпечення світлом соціальних закладів. Допомога Силам оборони зосереджена на постачанні продукції волонтерським організаціям та ініціативам, що працюють із військовими.

«Ми співпрацюємо з організацією “Чумацький шлях”, щомісяця передаємо 300–400 кілограмів продукції, яку розподіляють на різні підрозділи. Аналогічні обсяги відвантажуються для потреб шпиталів, що працюють із захисниками та захисницями».

Підтримка ВПО

Працівники, які були вимушено переміщені через війну, мають можливість продовжувати роботу — на заводі в Кременчуці чи віддалено з інших міст і країн. Компанія компенсує житло та не вимагає довідки внутрішньо переміщеної особи (ВПО) для отримання підтримки.

Ті, хто залишався в Херсоні під час окупації, отримували заробітну плату навіть у період зупинки виробництва. Працівники, які не могли виконувати роботу на місці, отримували матеріальну допомогу.

Компанія також допомагала працівникам та їхнім родинам з евакуацією та підтримувала людей продуктами харчування.

Працівники, які вирішили залишити компанію, отримали одноразові виплати. Ті, хто залишився, інтегрувалися на нових локаціях і працюють на рівних умовах з іншими співробітниками.

Як ДТЕК Енерго розвиває інклюзивність, допомагає ветеранам повернутись до роботи та створює доступне середовище для працівників

ДТЕК Енерго — операційна компанія, що відповідає за видобуток вугілля та генерацію з нього електроенергії в структурі енергетичного холдингу ДТЕК, який забезпечує електропостачанням мільйони домогосподарств та промисловість.

З початком повномасштабного вторгнення компанія переглянула організацію щоденної діяльності і роботу з персоналом. Водночас компанія відновлювала енергетичну інфраструктуру, до робіт залучали різні підрозділи.

Як повномасштабна війна вплинула на підхід компанії до інклюзивності та доступності? Чи виникла необхідність у більшій інтеграції різних груп співробітників у робочі процеси та корпоративну культуру? Про це розповіла радниця генерального директора ДТЕК Енерго та керівниця проєкту «Ветерани» Наталя Абрамова.

Архітектурна доступність та каталог інклюзивних робочих місць

У ДТЕК Енерго питання архітектурної (фізичної) доступності охоплює як офісні приміщення, так і великі виробничі об'єкти — шахти, теплоелектростанції та заводи. На відміну від новостворених офісів чи торгових центрів, де для облаштування безбар'єрного простору є більше можливостей, виробничі підприємства мають багаторічну історію, специфічну інфраструктуру та підвищені вимоги безпеки. Багато об'єктів збудовані 60–70 років тому, коли питання доступності взагалі не стояло.

Попри це компанія взялась до поступової адаптації своїх промислових об'єктів, створюючи робочий простір, який буде зручним людей з інвалідністю. Для офісів і нових об'єктів доступність планується ще на етапі проєктування, що дозволяє відразу реалізувати Державні будівельні норми (ДБН).

Підвищення рівня доступності виробничих і офісних приміщень почали системно опрацьовувати з пілотного проєкту на шахті ім. Героїв Космосу (на Дніпропетровщині). Тут провели перший аудит інфраструктури з огляду на базові потреби співробітників, які користуються протезами чи мають порушення мобільності. До роботи залучили фахівців з універсального дизайну. Одночасно ветерани, які мають протезування, протестували на

доступність та зручність душові, вбиральні та сходи. Це дозволило врахувати деталі, які неможливо побачити лише на кресленнях.

«Ми запросили хлопців, які вже пройшли через протезування після поранень, і попросили їх буквально протестувати наші душові, вбиральні, сходи. Вони одразу показували: ось тут надто вузький прохід, ось тут бракує поручня. Це був живий досвід, який ми б ніколи не отримали лише з технічних документів».

За результатами аудиту на шахті облаштували адаптовані душові кабінки та вбиральні, розширили проходи, обладнали ближче до входу паркомісця для автомобілів людей з інвалідністю, встановили поручні та додаткове маркування зон, що потребують додаткової уваги. Окрему увагу приділили кімнатам для перевдягання і виробничим побутовим приміщенням, де співробітники проводять найбільше часу.

«Нам важливо було, щоб людина не відчувала себе винятком із правил. Щоб вона могла без сторонньої допомоги дістатися до душової чи до робочого місця. Це елементарні речі, але саме вони визначають, чи почуватиметься людина частиною колективу».

Пілотний проєкт показав, що промислові об'єкти можна поступово робити доступнішими. Сьогодні аудит проведено вже на 20 підприємствах компанії. На їх основі готуються кошториси та закладаються бюджети для реалізації змін.

Щоб тиражувати напрацювання на всі підприємства компанії, в структурі сервісної компанії Групи ДТЕК — ДТЕК Сервіс — створили центр експертизи з питань інклюзивності та підготували власного сертифікованого спеціаліста з архітектурної доступності. Також на кожному підприємстві сформували профільні робочі групи зі спеціалістів з охорони праці, сервісних служб, HR та керівників підрозділів.

Загалом компанія провела аудит доступності на всіх ключових виробничих підприємствах, щоб виробити єдиний стандарт архітектурної доступності.

«Наш клієнт — це наш працівник. Ми виробляємо електрику для енергосистеми загалом, не маємо роздрібних клієнтів, тому зосереджуємося саме на тих, хто щодня працює на виробництві. Для нас це і є головна аудиторія, і ми хочемо, щоб ветерани й працівники з інвалідністю мали можливість повертатися та працювати у безпечному, доступному середовищі».

Паралельно в компанії створили каталог інклюзивних робочих місць. Це автоматизований інструмент, сформований за допомогою лікарів, HR-фахівців, служби охорони праці, який допоможе рекрутерам підібрати професію людині з інвалідністю відповідно до функціональних можливостей.

У каталозі поєднуються довідники з медичних класифікацій, перелік шкідливих та небезпечних факторів, опис функціоналу по кожній посаді та умови праці. Наприклад, якщо ветеран, який раніше працював під землею, втратив кінцівку чи має порушення зору, система допомагає визначити, яку саме посаду він тепер може обійняти та які зміни в робочому процесі потрібні.

Компанія наразі надає можливість повернутись до роботи ветеранам з інвалідністю II та III груп. Для людей на кріслах колісних можливостей поки що немає, адже більшість виробничих процесів вимагає пересування у складних умовах. Водночас розвиток протезування розширює перелік професій, доступних людям з ампутованими кінцівками.

Інклюзивність, навчання для зміни свідомості та поняття «легкої праці»

Розвиток інклюзивності в ДТЕК Енерго став особливо актуальним із початком повномасштабної війни. Повернення ветеранів із пораненнями та співробітників з інвалідністю стало поштовхом для глибших змін у компанії.

«Майже 90% наших професій на виробництві пов'язані з підвищеною небезпекою. Питання гостро постало саме тоді, коли почали повертатися наші ветерани. Ми вважаємо своїм обов'язком забезпечити їм можливість продовжувати працювати. При цьому створені умови будуть доступні не лише для ветеранів, а й для будь-яких працівників з інвалідністю».

У ДТЕК Енерго наголошують: принципових відмінностей у підході до працевлаштування людей з інвалідністю — ветеранів чи без військового досвіду, — немає. Робочі місця мають бути облаштовані відповідно до базових потреб кожного та кожної.

Проте саме ветеранські історії стали тим стимулом, що змусив компанію переглядати усталені підходи та рухатися до безбар'єрності. Перші кроки супроводжувалися дискусіями та подоланням упереджень.

«Коли ми почали впроваджувати проєкт із доступності робочих місць, у робочих групах звучало питання: “А як ці люди будуть працювати? Вони ж не можуть”. Я відповіла: чому ви вирішили, що вони не можуть? У них є знання, досвід, і вони вже працювали у нас. Це лише ментальні бар'єри, які треба прибирати».

Щоб змінювати корпоративну культуру, компанія робить акцент на навчанні. Для робочих груп на підприємствах проводили тренінги щодо інклюзивності та облаштування безбар'єрного середовища. Наразі Академія ДТЕК (корпоративний університет ДТЕК) розробляє окремий навчальний курс про

інклюзивність, де будуть розглянуті як подолання стереотипів, так і практичні рішення для організації робочих місць.

Окрему увагу приділяють тимчасовим і ситуативним потребам співробітників. Це може бути відновлення після операції, потреба тимчасово перейти на легшу працю, у тихе середовище або мати адаптований робочий графік.

«У нас існує поняття “легка праця” — можливість переведення працівника на інші завдання на час відновлення. Це дає можливість людині поступово повернутись до насиченого робочого ритму, не змінюючи основне місце працевлаштування».

Таким чином, інклюзивність у ДТЕК формується як багатовимірний підхід — від фізичної доступності до зміни корпоративної культури та гнучких рішень для різних життєвих ситуацій.

Підтримка мобілізованих працівників та ветеранів

З початком повномасштабного вторгнення компанія зіткнулася з суттєвим викликом: тисячі співробітників долучилися до захисту країни. У відповідь у ДТЕК впровадили комплекс заходів для підтримки захисників та захисниць, збереження з ними контакту та забезпечення різних форматів допомоги.

Першим кроком була матеріальна допомога мобілізованим для придбання спорядження. Згодом підхід змінили: замість одноразових виплат почали надавати сертифікати на амуніцію, які можна використати частинами (залежно від потреби). Додатково компанія забезпечує щомісячну фінансову підтримку для дітей військовослужбовців та батьків, старших за 60 років.

Щоб підтримувати зв'язок із тими, хто служить, на підприємствах запровадили спеціальні посади координаторів («помічників захисників»). Вони супроводжують мобілізованих і ветеранів, допомагають з документами, консультують родини та організують необхідну допомогу.

Після мобілізації за співробітниками зберігається корпоративне медичне страхування, яке покриває витрати на лікування не лише у випадках бойових поранень, а й у разі інших проблем зі здоров'ям. Плюс працівник отримує додаткові виплати для відновлення у разі поранення, розмір яких залежить від важкості травми. У разі загибелі співробітника виплати отримує його родина.

«Окрім фінансових механізмів, компанія реагувала на потреби бійців матеріально-технічно: організувала передачу зимового одягу, спальних мішків, техніки, буржуйок, палива. На окремих підприємствах виготовляли мотоцикли з колясками для евакуації поранених».

Для тих, хто повертається до роботи на підприємства ДТЕК Енерго з фронту, діє програма реінтеграції. Працівники отримують оплачувану відпустку та санаторну путівку. Після отриманого зворотного зв'язку путівки до санаторію стали доступними і для родин ветеранів.

Для ветеранів діє розширена програма медичного страхування «Ветеран+», яка покриває лікування хронічних хвороб, має збільшений ліміт на стоматологію, психотерапевтичні консультації та реабілітацію.

У сфері перекваліфікації ветерани мають можливість здобути нову професію у філіях Академії ДТЕК — внутрішніх навчальних центрах компанії. Уже 11 співробітників поєднують роботу з навчанням в університетах. Для тих, хто отримав інвалідність, пропонуються альтернативні посади — наприклад, наземна робота замість підземної.

«Ми відчуваємо відповідальність за кожного нашого колегу, який пішов захищати країну. Для нас важливо, щоб після війни вони могли не лише повернутися до роботи, а й мати шанс на новий старт».

До ДТЕК Енерго приєднуються й ветерани, які раніше не працювали у компанії. Станом на сьогодні їх понад 120 осіб, і вони користуються тими ж пільгами та програмами підтримки, що й мобілізовані з підприємств компанії.

У компанії створили окрему посаду юриста, який спеціалізується на роботі з військовими та їхніми родинами, щоб підтримка була максимально професійною та комплексною.

Психічне здоров'я та спортивні команди

У ДТЕК Енерго підтримку психічного здоров'я працівників розглядають комплексно. Для співробітників доступні послуги штатних психологів, а також консультації зовнішніх спеціалістів, у тому числі онлайн.

«У невеликих містах часто існують соціальні бар'єри щодо звернення до психологів, тому було створено кілька альтернативних форматів, щоб допомога залишалася доступною й комфортною для кожної та кожного».

Соціальна та фізична адаптація працівників доповнюється спортивними ініціативами. На підприємствах сформовані ветеранські футбольні команди, організовуються змагання та тренування з різних видів спорту, що допомагає і відновити фізичну форму, і зміцнити командний дух.

Особлива увага приділяється родинам військових. Для них доступні психологічні консультації, тренінги для дружин щодо адаптації після повернення чоловіка з війни, а також юридичний супровід.

Підтримка ВПО

З початку повномасштабного вторгнення ДТЕК створив систему допомоги для внутрішньо переміщених осіб (ВПО), серед яких були й працівники компанії. Частина колективу мусила залишити свої домівки, зокрема на Донеччині, Луганщині та в інших регіонах, де тривають бойові дії.

Для таких працівників організували підтримку з пошуком і облаштуванням тимчасового житла. У різних областях — від Львівщини до Дніпра та Києва — компанія знаходила приміщення й облаштовувала їх для тимчасового розселення колег та їхніх родин.

Компанія також подбала про працевлаштування переселенців. Людей перевели на інші об'єкти компанії, щоб вони могли продовжувати працювати за фахом. Завдяки цьому сотні людей зберегли роботу.

Допомога охоплювала й психологічний вимір. У межах програм підтримки люди отримували консультації, тренінги з подолання стресу та допомогу під час адаптації на новому місці.

Окрему увагу приділяють дітям: переселеним родинам допомагають із влаштуванням у дитячі садки та школи. Для працівників із числа ВПО діють ті ж умови, що й для інших співробітників компанії, зокрема повний соціальний пакет та медичне страхування.

«Наше завдання — зробити так, щоб люди якомога швидше адаптувалися до нових умов і відчували себе частиною колективу. Це важливо як із соціальної, так і з бізнесової точки зору: компанія потребує мотивованих кадрів, а переселенці потребують стабільності та підтримки».

Підтримка батьківства та жінок

У ДТЕК Енерго діють програми, які дозволяють працівникам поєднувати роботу з доглядом за дітьми. Це стосується як облаштування просторів на підприємствах та в офісах, так і організації спеціальних заходів для родин.

Під час війни компанія облаштувала бомбосховища, придатні не лише для укриття, а й для перебування дітей. У деяких укриттях обладнані кімнати для навчання та ігор. Стіни в них розмальовували діти працівників, що перетворило ці простори на більш дружні для сімей. У Києві під час блек-ауту були створені умови для дітей співробітників — вони могли приходити і продовжувати навчання онлайн з офісу компанії.

Щороку в компанії відзначають День сім'ї. Його формат залежить від локації: в офісах діти можуть відвідати робочі місця батьків, а на виробничих

підприємствах проводять екскурсії. Додатково проводять конкурс дитячих малюнків, теми якого пов'язані з діяльністю компанії.

«Цього року ми святкували 20 років компанії, і діти малювали своїх батьків на роботі. Зараз це вже не лише малюнки, а й відео чи інші творчі роботи».

До підтримки батьківства долучається корпоративне молодіжне об'єднання Молодіжний рух ДТЕК. Хоча воно орієнтоване на працівників до 35 років, його заходи відкриті й для старших колег. У межах ініціатив реалізуються масштабні волонтерські ініціативи, проводять майстер-класи, організують святкові події та спільні прогулянки для родин.

Окремим напрямом є програми медичного страхування. За пільговими тарифами разом із працівниками можуть бути застраховані й їхні діти.

У компанії діє розширений пакет медичного страхування, який включає допомогу у пологах. Жінки, які йдуть у декретну відпустку, зберігають за собою робоче місце. Хоча випадків декретної відпустки серед чоловіків поки не було, така опція доступна і підтримується роботодавцем.

Для працівниць діють додаткові опції підтримки: можливість гнучких графіків і дистанційної роботи. *«Ми прагнемо зробити так, щоб працівниці не відчували, що народження дитини ставить хрест на їхній кар'єрі. Навпаки, для нас важливо, щоб жінки залишалися в компанії та мали перспективу розвитку».*

Передбачені можливості гнучкого повернення до роботи після декрету. У компанії також зазначають, що участь співробітників у робочих зустрічах із дітьми не розглядається як перешкода, а є прийнятним робочим форматом.

Для офісних працівників доступна дистанційна робота. Для робітничих спеціальностей такі умови складніше реалізувати, однак у деяких підприємствах компанія експериментувала з іншими моделями підтримки — наприклад, обладнанням на підприємствах дитячих кімнат, куди можна було приводити дітей. Ця опція була особливо затребувана, коли на початку повномасштабного вторгнення частина дитячих закладів була зачинена.

Гендерна рівність та довгострокова політика щодо рівних можливостей

У компанії питання рівних можливостей для жінок і чоловіків є складовою корпоративної культури та кадрової політики. Компанія дотримується принципів недискримінації й рівного доступу до професійного розвитку — як у традиційно «чоловічих» професіях енергетики, так і в адміністративних чи управлінських посадах.

Ще до повномасштабної війни в енергетиці працювали жінки на різних рівнях — від робітничих спеціальностей до інженерно-технічних та керівництва. Після 2022 року ця тенденція посилилася: у зв'язку з мобілізацією чоловіків саме жінки взяли на себе ключову роль у підтриманні безперервної роботи енергетичних об'єктів.

Особливо показовою стала ситуація на шахтах. Через дефіцит персоналу на посадах, які раніше вважалися суто «чоловічими», жінки самі виявили бажання пройти навчання і працювати на цих спеціальностях.

«У компанії для цього організували програми підготовки, і сьогодні понад 500 жінок уже працюють на шахтарських професіях, зокрема й на позиціях майстринь, що раніше було виключно чоловічою роллю. Зміни підтримало й законодавство: під час воєнного стану жінкам дозволено працювати на низці спеціальностей, які раніше обмежувалися для них».

У колективах цей процес також пройшов трансформацію. Якщо спочатку чоловіки ставилися до жінок-колег з пересторогою, то згодом ситуація змінилася. Сьогодні керівники бригад самі просять, щоб у їхніх підрозділах працювали жінки, відзначаючи не лише професіоналізм, а й нову якість взаємодії в колективах.

«На станціях, на шахтах, в ремонтних бригадах сьогодні працює чимало жінок. Вони виконують завдання, які ще кілька років тому сприймалися як суто чоловічі. Це стало не лише викликом, а й можливістю для компанії переглянути підходи до кадрової політики та ще раз переконатися: професіоналізм не має статі».

Загалом у компанії, станом на 2025 рік, працює близько 28 тисяч людей, із яких орієнтовно 25% становлять жінки. Таким чином, тема гендерної рівності в ДТЕК поєднує як реальні зміни у ролях під час війни, так і довгострокову політику щодо рівних можливостей у професійному зростанні.

Доступність інформації

У ДТЕК працюють над розвитком цифрової доступності для співробітників. Поки що компанія не впроваджувала спеціальні формати навчальних матеріалів — наприклад, шрифтом Брайля чи жестовою мовою. Наразі у компанії розглядають можливість впровадження таких рішень з огляду на досвід працевлаштування ветеранів та людей з інвалідністю. У майбутньому ці потреби планують оцінити детальніше та визначити, які саме формати будуть доцільними.

Компанія також робить кроки у напрямі спрощення доступу до внутрішніх сервісів. Зокрема, корпоративний портал, що раніше працював лише на

комп'ютерах, адаптували для використання на мобільних пристроях.

«Це особливо важливо для працівників робітничих спеціальностей, які не завжди мають доступ до комп'ютера на робочому місці. Тепер вони можуть у будь-який момент зайти до особистого кабінету «Мій простір», отримати необхідні довідки, переглянути інформацію про зарплату чи поставити запитання».

Завдяки цьому як офісні, так і виробничі співробітники отримали можливість користуватися ключовими внутрішніми сервісами у зручному форматі.

Як ОГТСУ підтримує мобілізованих і демобілізованих співробітників, приділяє увагу ВПО та дітям співробітників

«Оператор газотранспортної системи України» (ОГТСУ) — це українська газотранспортна компанія, яка була заснована 2019 року.

У стратегічному державному підприємстві працює понад 9 тисяч людей. ОГТСУ транспортує природний газ споживачам України та здійснює його транзит до країн Європейського союзу.

Як ОГТСУ формує стратегію розвитку з окремим фокусом на ветеранах, демобілізованих та мобілізованих співробітниках та членах їхніх родин? Які напрями фінансової підтримки забезпечує для працівників та працівниць? Як допомагає ВПО, які працюють в компанії?

Ключові напрями, сформовані актуальними викликами

Компанія реалізує комплексну стратегію розвитку з урахуванням сучасних трендів та викликів, з якими стикаються роботодавці України.

Соціальна політика ОГТСУ формує екосистему турботи про співробітників, що передбачає фінансову, психологічну, юридичну допомогу тощо.

Окремий фокус компанії — на ветеранах, демобілізованих та мобілізованих співробітниках та членах їхніх родин. Увагу приділяють не тільки фінансовій підтримці, а й умовам реінтеграції, можливості отримати додаткові знання і навички, перенавчитися на іншу професію.

Водночас ОГТСУ розглядає розвиток напряму з підвищення інклюзивності. Компанія запросила фахівців, щоб провести аудит архітектурної доступності адміністративних будівель та отримала рекомендації, які буде втілювати. Також у планах впроваджувати навчання для співробітників для коректної взаємодії у колективі.

Стосовно гендерної рівності — у компанії поступово збільшується відсоток жінок: як серед виконавчих посад, так і серед керівників різного рівня. Зокрема, двоє з п'яти членів дирекції ОГТСУ — жінки.

Компанія долучається до курсів дистанційного навчання із розвитку психологічної стійкості. Вже запущені внутрішні процеси із організацією послуг корпоративного психолога.

ОГТСУ підтримує волонтерські ініціативи співробітників, які мають екологічне спрямування або направлені на підтримку Сил оборони України. Широкого розвитку в усіх регіонах присутності компанії набуло донорство крові.

Ветеранська політика та підтримка співробітників, які долучилися до ЗСУ

З перших днів повномасштабного вторгнення компанія почала надавати всебічну допомогу мобілізованим, а згодом — демобілізованим співробітникам.

У 2025 році ОГТСУ узагальнив та оцінив всі впроваджені ініціативи, а також нові рішення — з них сформував оновлену ветеранську політику.

«З осені 2025 року в компанії впровадили комплексну систему підтримки мобілізованих працівників та їхніх родин, яка включає фінансову, юридичну, психологічну та соціальну допомогу».

Напрямок фінансової підтримки:

- 18 тис. грн — щомісячна виплата працівникам, які увільнені від роботи у зв'язку з мобілізацією;
- 100 тис. грн — виділення коштів на закупівлю захисної амуніції протягом перших 14 днів мобілізації;
- індивідуальний підхід: у разі складних життєвих обставин у родині мобілізованих працівників компанія надає додаткову цільову допомогу;
- 100 тис. грн — матеріальна допомога у випадку отримання поранення;
- 10 тис. грн — щорічна виплата до Дня захисників та захисниць України;
- одноразова матеріальна допомога родинам мобілізованих із застосуванням індивідуального підходу (у разі складних життєвих обставин у родині мобілізованих співробітників).

Профспілкова організація, яка є соціальним партнером адміністрації ОГТСУ, за наявності фінансової можливості також ініціює додаткову підтримку сімей мобілізованих.

Додаткова підтримка:

- 50 тис. грн — матеріальна допомога на кожну дитину до 18 років (1 раз на рік).
- Щомісячна стипендія дітям мобілізованих співробітників, які навчаються у закладах вищої освіти України, у розмірі мінімальної заробітної платні (протягом навчального року).
- 200 тис. грн — виплата матеріальної допомоги родинам у разі загибелі мобілізованого працівника чи працівниці.

Також ОГТСУ забезпечує розширене медичне обслуговування під час служби (включаючи стоматологічне протезування — 200 тис. грн). Крім цього, є добровільне медичне страхування членів сімей мобілізованих (діти, дружина).

«Разом з цим компанія пропонує безоплатні путівки у заклади санаторно-курортного лікування під час відпустки мобілізованих працівників. І путівки для дітей (віком до 18 років) до дитячих оздоровчих закладів, а також для дружин мобілізованих — у заклади санаторно-курортного лікування».

Юридична підтримка включає консультації щодо збереження трудових прав, оформлення соціальних виплат, компенсацій, пільг. А також супровід процесу повернення на роботу після демобілізації.

Водночас ОГТСУ пропонує безоплатні консультації психологів і участь у спеціалізованих тренінгах для мобілізованих працівників, членів їхніх родин, ветеранів та ветеранок.

«ОГТСУ регулярно комунікує з співробітниками, які долучилися до Сил оборони України, та з їхніми родинами. Гарантує мобілізованим співробітникам збереження робочого місця на період служби. Проводить внутрішні кампанії вдячності та вшанування героїв, співпрацює з ветеранськими організаціями».

Підтримка дітей співробітників та співробітниць

ОГТСУ приділяє увагу підтримці родин співробітників, зокрема їхніх дітей. У компанії зазначають, що важливою складовою є організація літнього оздоровлення.

«Дітей працівників віком до 18 років компанія спільно з профспілкою забезпечує путівками на оздоровлення з оплатою 10% вартості путівок. Дітям працівників багатодітних сімей (3 і більше дітей) путівки надаються безоплатно».

«Дітям з багатодітних родин співробітників путівки на оздоровлення надаються на безоплатній основі. Діти співробітників компанії із числа ветеранів, які навчаються в українських закладах вищої освіти, отримують стипендію у розмірі прожиткового мінімуму».

Крім того, для дітей співробітників компанією організуються різноманітні творчі конкурси з призами, дарують подарунки на Новий рік.

Підтримка ВПО

У компанії працюють внутрішньо переміщені особи — співробітники та співробітниці з таким статусом отримують грошові компенсаційні виплати на оплату орендованого житла.

З 1 вересня 2025 року виплати збільшили, наразі вони становлять 15 тис. гривень. Аналогічні суми виплат отримують і ті співробітники, які не мають власного житла у населеному пункті за місцем роботи та:

- переїхали в іншу місцевість у зв'язку з їх прийняттям на роботу;
- переїхали в іншу місцевість у зв'язку з їх переведенням на іншу роботу в ОГТСУ;
- є молодими спеціалістами, направленими на роботу в іншу місцевість.

Підтримка Сил оборони України

Компанія співпрацює з благодійними фондами та громадськими організаціями, регулярно допомагає різним підрозділам Сил оборони України.

Зокрема, ОГТСУ перебуває у постійному контакті з військовими П18 ОМБр і допомагає забезпечувати найбільш нагальні потреби бригади.

«На своїй офіційній сторінці у Facebook компанія неодноразово розміщувала інформацію про такі ініціативи: закупівлі для військових угруповань автомобілів, квадроциклів, БПЛА різної модифікації, амуніції тощо».

Як «Сенс» робить простори книгарень доступними, створює недискримінаційний робочий простір та підтримує соціальні ініціативи

«Сенс» — мережа книгарень-кав'ярень, яка була заснована в 2021 році.

На сьогодні у мережі працює 3 книгарні: в Києві — біля Арсенальної площі та на вулиці Хрещатик; в Івано-Франківську — в інноваційному центрі «Промприлад».

Як «Сенс» облаштовує доступні книгарні навіть в історичній будівлі? Як підходить до процесу найму співробітників та співробітниць? Як робить петперентів частиною культури книгарні? Як заохочує соціальну взаємодію, благодійність та волонтерство? Про це розповідає засновник книгарень [Олексій Ерінчак](#), керівниця HR відділу Анастасія Руденко та менеджерка з комунікацій книгарні Анжеліка Бабій.

Доступність просторів та коректна комунікація

Перший «Сенс» відкрився на Арсенальній. За словами засновника книгарні Олексія Ерінчака, поява простору була відповіддю на питання, де може збиратися спільнота мікрорайону.

Перед відкриттям було розуміння, що приміщення треба зробити максимально доступним та прибрати зайві бар'єри.

«У приміщенні, де зараз знаходиться книгарня на Арсенальній, раніше був суши-бар. І там на вході знаходилася сходинка приблизно 20 сантиметрів, а потім спуск вниз. Ми збили цю сходинку на ганку і збили спуск, повністю збили підлогу. Коли заливали нову підлогу, я поставив задачу — між асфальтним покриттям на вулиці й рівнем підлоги в закладі не повинно бути порогу. А коли ми замовляли двері, вибрали раму, яка не створювала перешкод на вході».

У «Сенсі» на Арсенальній подбали про відвідувачів з дітьми — у приміщенні облаштований простір, де діти можуть гратися, читати та проводити час.

[«Сенс» на вулиці Хрещатик](#) знаходиться в історичній будівлі, а це значить, що зміни у простір вносити доволі важко. Але, як наголошує Олексій Ерінчак, все можливо, якщо знайти правильний підхід.

«Є закони, на які можна посылатися, і з контролюючими органами (в тому числі архітектурну спадщину) можна говорити і домовлятися».

«До книгарні можна зайти через два входи. Перший має три сходинки, він не дуже зручний для того, щоб обладнати його пандусом. А от другий має одну сходинку, в цілому з ним можна було працювати».

Так у «Сенсі» на Хрещатику з'явився пандус, а згодом в приміщенні встановили ліфт, яким можна піднятися до подієвого майданчика на другому поверсі. Разом з цим, в книгарні облаштували широкі проходи — для того, щоб всі відвідувачі мали зручний доступ до полицок.

Також «Сенс» звертає увагу на коректну комунікацію з відвідувачами і допомогу людям з інвалідністю.

«У нас постійно проходять тренінги для персоналу про те, як коректно комунікувати. Ми в цьому напрямі розвиваємось. Також кілька разів у книгарні розкладали буклети з підказками на цю тему».

Підтримка мобілізованих співробітників

«Сенс» має досвід підтримки співробітників, які були мобілізовані. Книгарня залишається з ними на зв'язку та, якщо виникає запит, проводить цільові збори.

Для співробітників, які долучилися до Сил оборони України, забезпечують:

- збереження заробітної плати на період їхньої служби;
- збереження офіційного працевлаштування, щоб гарантувати повернення до роботи після демобілізації;
- організацію внутрішніх зборів серед команди, коли виникала потреба допомогти колезі цільово — на екіпірування чи інші нагальні потреби;
- підтримку комунікації та моральну підтримку для мобілізованих співробітників.

Підтримка батьківства

У «Сенсі» співробітникам та співробітницям надають можливість працювати у вибрані дні поза офісом, що допомагає поєднувати роботу та час із сім'єю.

Також батьки можуть брати дітей з собою на роботу, якщо виникає така потреба.

«Наявність дитячої кімнати дозволяє батькам комфортно перебувати на роботі разом із дитиною».

Також в книгарні передбачена додаткова відпустка для батьків, які мають двох дітей віком до 15 років — відповідно до чинного законодавства.

Гендерна рівність та недискримінація при працевлаштуванні

У «Сенсі» підкреслюють, що книгарня дотримується принципів повної гендерної рівності та рівних можливостей для всіх. При працевлаштуванні звертають увагу на те, чи може людина виконувати посадові обов'язки.

«У нас немає жодних посад чи вакансій, де застосовуються гендерні обмеження. Ми виходимо з простого принципу: якщо людина здатна виконувати роботу — вона має право на цю позицію», — говорить керівниця HR відділу Анастасія Руденко.

Практики книгарні включають:

- відсутність гендерних бар'єрів у процесі найму чи розподілу ролей;
- можливість спробувати себе на позиції, навіть якщо виникають сумніви щодо фізичної чи професійної відповідності — співробітник чи співробітниця самі визначають, чи комфортно їм в цій ролі;
- підтримку для представників ЛГБТ+ та трансгендерних людей — «ми не робимо різниці між працівниками й оцінюємо лише професійні якості та мотивацію»;
- етичний підхід до взаємодії — у команді підтримується безпечний, поважний і недискримінаційний робочий простір.

«Сенс» відкритий до працевлаштування людей з інвалідністю та людей з бойовим досвідом.

«У команді працюють двоє ветеранів та співробітник на кріслі колісному — усі вони є повноцінними членами колективу», — розповідає керівниця HR відділу Анастасія Руденко.

Також книгарня дотримується принципів підтримки співробітників та співробітниць, які включають:

- можливість повноцінної віддаленої роботи;
- надання додаткових днів відпустки відповідно до вимог чинного законодавства;
- гнучкість у графіку та умовах роботи, що дозволяє врахувати індивідуальні потреби людини.

Петперенти як частина культури книгарні

У книгарні створено максимально дружній до тварин простір. У книгарні «Сенсу» можна приходити із своїми улюбленцями.

«Це не просто "дозволено" — це частина нашої культури. Ми навіть закликаємо до цього стікером на вхідних дверях. Простір є повністю pet-friendly, що підтримує як співробітників, так і гостей», — додає керівниця HR відділу Анастасія Руденко.

Співробітникам книгарні кажуть, що до офісу можна приходити з улюбленцями, незалежно від виду тварини. У приміщенні є іграшки, лежанки для котів, собак та інших тваринок, тарілки зі свіжою питною водою.

Підтримка психічного здоров'я

У «Сенсі» зазначають, що формалізованої програми психічного здоров'я ще немає, але книгарня активно працює з командою у цьому напрямі.

Поточні практики включають:

- Регулярні внутрішні опитування, які допомагають відстежувати рівень стресу, втоми та ризиків вигорання.
- Індивідуальні 1:1 зустрічі з HR-фахівцем у разі сигналів про вигорання або труднощів. На таких зустрічах співробітники можуть висловитися, отримати підтримку, варіанти рішень і допомогу в стабілізації робочого навантаження.
- Тренінг із психологічної стійкості та стресостійкості, який допоміг команді краще реагувати на складні ситуації.

План на 2026 рік включає нові психологічні тренінги на теми:

- як справлятися з вигоранням;
- як запобігати емоційному виснаженню;
- як розвивати раціональну стійкість;
- як підвищувати впевненість у спілкуванні та асертивність — здатність гідно відстоювати свої права, погляди і почуття, не порушуючи при цьому прав інших людей.

Підтримка соціальних проєктів, волонтерство та культура пам'яті

«Сенс» активно заохочує соціальну взаємодію, благодійність та волонтерство. У книгарні наголошують, що це один із важливих елементів корпоративної культури.

«Ми виділили окремий день — п'ятницю —, коли у спільному командному чаті публікуються збори, у яких залучені співробітники. Це дозволяє прозоро

ділитися інформацією, швидше допомагати та взаємно підтримувати одне одного».

«У команді сформована культура, коли допомогти колезі чи долучитися до збору — природна частина взаємопідтримки».

Водночас «Сенс» у своїх книгарнях відкрито інформує про збори та волонтерські ініціативи, заохочує до благодійності та допомоги.

З 2024 року «Сенс» долучився до всеукраїнської хвилини мовчання за загиблими внаслідок війни, яку росія розв'язала проти України.

«Крім цього, маємо чіткі правила поведінки в наших просторах. Щодня о 9:00 у всіх книгарнях — хвилинка мовчання. Якщо повз проходить кортеж пам'яті, ми зупиняємо роботу, вимикаємо музику, команда підходить до вікон, аби віддати шану загиблому. Відвідувачі наслідують цей приклад. У дні жалоби змінюємо плейлисти на спокійні — щоб зберегти атмосферу поваги», — розповідає менеджерка з комунікацій Анжеліка Бабій.

У планах книгарні можливість командного залучення до волонтерських програм — зооволонтерських організацій, соціальних ініціатив, інших проєктів, важливих для команди.

Як ЕРАМ підтримує ветеранів та мобілізованих працівників, проводить навчання з цифрової доступності, підтримує медиків на передовій

ЕРАМ Systems, Inc. — американська компанія, заснована у 1993 році. Вона стала світовим лідером з розробки ПЗ (програмного забезпечення) та надання консалтингових послуг у сфері цифрової трансформації бізнесів.

Завдяки «інженерній ДНК» гібридні команди ЕРАМ допомагають створювати цифрові рішення, які покращують життя, для клієнтів у понад 50 країнах. В Україні компанія налічує близько 9300 спеціалістів.

Як і для кого ЕРАМ Україна проводить навчання з цифрової доступності? Як підтримує ветеранів та мобілізованих працівників? Як реагує на виклики сьогодення? Які соціальні проєкти втілює на волонтерських основах?

Цифрова доступність та навчання

У компанії є напрям безбар'єрності, який має кілька векторів роботи. Ключовими серед них є зниження бар'єрів у доступі до якісної освіти як для дорослих, так і для дітей. А також — підвищення доступності цифрових продуктів.

Крім цього, ЕРАМ Україна реалізує проєкт «Навчання з цифрової доступності для студентів факультетів прикладних наук». Його мета — збільшення цифрової доступності через зростання обізнаності студентів розробників щодо підходів та інструментів забезпечення доступності цифрових рішень.

У рамках проєкту вже проведено понад двадцять навчань (офлайн та онлайн) для студентів зі Львова, Києва, Одеси, Івано-Франківська, Дніпра та Харкова. Всього участь у заходах взяли понад 500 людей.

Також компанія ЕРАМ Україна, як учасниця спільноти «Бізнес без бар'єрів», розширює можливості для професійного розвитку вчителів та викладачів. Експерти компанії допомагають педагогам поглиблювати технічні знання й краще розуміти ІТ-індустрію, навчають принципів цифрової доступності. Завдяки цьому вчителі зможуть передавати отримані знання студентам і інтегрувати їх у власні навчальні програми.

Приклад поширення знань — створені в 2017 році в ЕРАМ Україна програми стажування для викладачів та вчителів Teachers Internship. Одна з таких програм поглиблено давала учасникам знання про основи цифрової доступності.

«До програми долучилось 27 менторів, фахівців з ЕРАМ. Учасникам програми поставили завдання реалізувати проєкти, які б відповідали вимогам цифрової безбар'єрності. Зокрема, ментори звертали увагу на те: чи використовували учасники скрінрідери, чи були враховані accessibility evaluation tools (інструменти для тестування вебдоступності), чи перевірили навігацію за допомогою клавіатури, контрасти кольорів тощо. Надані для навчання матеріали містили посилання на WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) та допомагали учасникам орієнтуватися у вимогах до доступності сайтів».

Окрім навчання, ЕРАМ Україна сприяє цифровізації державних сайтів — співробітники компанії на волонтерських засадах підвищують доступність та покращують функціонал. Серед оновлених вебпорталів — Вінницька та Полтавська міські ради, Хмельницька, Закарпатська, Одеська ОВА.

Програми з підтримки ветеранів та ветеранок

На сьогодні до Сил оборони України долучилося понад 550 співробітників ЕРАМ Україна. Також у компанії є понад 80 демобілізованих співробітників, 60 з них повернулися до проєктної роботи в компанії.

«Наші фахівці служать на різних посадах — від бойових медиків до операторів БпЛА. Частина колег приєдналась до ІТ-підрозділів своїх частин. Мобілізовані спеціалісти отримують одноразовий бонус на початку служби та щомісячну фінансову допомогу. За кожним ми закріплюємо робоче місце. Матеріальну допомогу отримують також родини загиблих героїв».

Компанія послідовно вибудовує систему підтримки ветеранів та ветеранок під час повернення до цивільного життя та до професійної діяльності. ЕРАМ Україна надає можливості навчання та допомагає з адаптацією. Також спеціалісти компанії, які повернулися зі служби у війську, можуть взяти додаткову оплачувану відпустку до 60 днів.

«Над розробкою та вдосконаленням нашої ветеранської програми працює спеціалізована команда. Програма охоплює: фінансову, психологічну та інформаційну підтримку колег; партнерство з Міністерством у справах ветеранів України, медичними реабілітаційними центрами та ветеранськими організаціями; регулярні зустрічі та вебінари з експертами, які глибоко розуміють потреби військових і ветеранів».

На внутрішньому інформаційному сайті є сторінка, на якій постійно публікують можливості для ветеранів та ветеранок — як на рівні компанії, так і на рівні держави.

«Для колег-ветеранів, тих, хто перебуває на військовій службі та членів їхніх родин компанія надає постійний доступ до сервісу психологічної підтримки».

Департамент внутрішнього навчання L&D розробив низку тренінгів для управлінської та HR/рекрутмент ланок — щодо коректної взаємодії з ветеранами та ветеранками. Матеріали тренінгів планують перекласти на англійську мову та додати до внутрішніх глобальних навчальних програм.

Крім цього, ЕРАМ Україна реалізує безоплатну освітню програму «ІТ для ветеранів». Мета проєкту — надати необхідні знання, підтримку та інструменти для розвитку у технологічній сфері. А також допомогти тим, хто шукає себе у новій професії, незалежно від попереднього досвіду, освіти, віку чи місця перебування. Перші випускники програми вже долучилися до команди ЕРАМ в якості молодших фахівців або ж знайшли роботу на ІТ-ринку.

Програму «ІТ для Ветеранів» можуть пройти ветерани, ветеранки, а також діючі військові. Вона складається з двох етапів:

- основи ІТ: основи комп'ютерних наук, основи програмування, математика для ІТ;
- заглиблення в професію на вибір: Java, .NET, Test Automation, Cloud & DevOps, Front-End, Business Analysis — для тих, хто успішно пройшов перший етап.

Також ЕРАМ Україна підтримує реабілітацію ветеранів через спортивні події. Зокрема, у партнерстві з благодійним фондом [«Повернись живим»](#) компанія допомогла придбати обладнання для баскетболу на кріслах колісних.

«Цього року за підтримки компанії відбулася серія ігор з баскетболу, зокрема, змагання з адаптивних видів спорту “На хвилі” в Одесі, фестиваль адаптивного спорту в Івано-Франківську та всеукраїнські змагання “ГАРТ” в Києві. Важливо, що з часом все більше бізнесів долучилися до фінансування цього виду спорту».

Рівність у працевлаштуванні

У ЕРАМ Україна зазначають, що етичний кодекс компанії передбачає рівні можливості для всіх кандидатів, кандидаток, працівників та працівниць. У ЕРАМ працюють люди різного віку, національності, статі та ідентичностей.

«Ми не використовуємо вік чи наявність інвалідності як критерій для прийняття рішень, тому не поширюємо цю інформацію».

У ЕРАМ Україна розповідають, що частка працевлаштованих жінок — понад 23%.

Стрес-тести офісів

У компанії розповідають, що ЕРАМ Україна враховує виклики сьогодення та завчасно готується до можливих критичних ситуацій.

«Ми додатково посилили та перевірили підготовку до можливих блекаутів взимку, включно із стрес-тестами автономності офісів (електроенергія, опалення, зв'язок, запаси провізії тощо)».

У ЕРАМ Україна додають, що протягом року інтенсивних релокацій співробітників та співробітниць не відбувалося. *«Навпаки, частина колег повернулася на місце постійного проживання».*

Підтримка психічного здоров'я співробітників та співробітниць

Співробітники компанії мають доступ до сервісу WellBeing, де можна отримати фахову онлайн-консультацію від зовнішнього провайдера, долучитися до груп підтримки та пройти лекції.

У ЕРАМ Україна є внутрішня спільнота Be Well Academy — вона проводить цільові програми та тематичні заходи. До спільноти вже долучилося понад 4800 учасників та учасниць.

«Двотижневі лабораторії BeWell Labs формують культуру турботи про власний добробут через дослідження. Понад тисячу колег дізнавалися більше про підтримку фізичного та емоційного здоров'я, інфогігієну та життєві цінності, а також практикували позитивні зміни за цими напрямками».

Щороку компанія проводить World Mental Health Day, що спрямований на заохочення до відкритих розмов про психічне здоров'я. Всі бажаючі можуть долучитися до внутрішніх заходів.

Підтримка медиків на передовій

Компанія підтримує Сили оборони України через ініціативи та співпрацю із благодійними фондами, громадськими організаціями.

Зокрема, ЕРАМ Україна та [«Благодійний фонд Лелека-Україна»](#) втілюють спільний проєкт під назвою «Наплічники життя». Компанія виділяє кошти на забезпечення медиків на передовій, а благодійний фонд закупляє медичні наплічники та наповнення до них: турнікети, оклюзійні наліпки, кровоспинні бинти тощо. Цю допомогу доставляють медикам, які рятують життя в зоні бойових дій.

Курси для людей старшого віку

Також ЕРАМ Україна запустила пілотний проєкт eSeniors — це цифрова освіта для людей старшого покоління. Окрему увагу приділяють темі безпеки в інтернеті та інструментам, які може використовувати ворог.

«Ми обговорювали захист особистих даних, порівнювали безпеку різних месенджерів та обирали найнадійніші. Важливо розуміти, які цифрові інструменти використовує ворог — рф, як ми можемо протистояти інформаційному впливу та бути готовими до захисту. Багато учасників не знали всіх функцій своїх телефонів. Часто виникали питання про звільнення пам'яті чи перенесення фотографій».

Студенти курсу eSeniors старшого віку опановували роботу з комп'ютером, смартфоном та онлайн-сервісами.

«У Києві, Львові та Вінниці навчання пройшли 51 студент, яких підтримували 18 тренерів та координаторів. За час занять учасники розібралися з можливостями смартфонів, освоїли онлайн-сервіси для щоденних потреб, навчилися працювати з налаштуваннями своїх пристроїв і навіть спробували монтувати відео».

Як ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» впроваджує сучасні європейські практики, враховує архітектурну доступність та облаштовує додаткову зону для годування немовлят

ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» відкрився в місті Рівне у 2010 році. На сьогодні торгово-розважальний центр щодня відвідує близько 20 тисяч гостей.

Серед основних торгових операторів ТРЦ — відомі національні та міжнародні бренди.

Які сучасні європейські практики вивчає та впроваджує ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА»? Як покращує архітектурну доступність та пропонує прокат допоміжних засобів? Як підтримує батьківство та облаштовує додаткову зону для годування немовлят? Як підтримує ЗСУ та соціальні ініціативи?

Європейські практики, адаптовані під українські реалії

ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» регулярно вивчає та впроваджує сучасні європейські практики — від автоматизації процесів до принципів інклюзивного сервісу. Водночас стратегічні рішення відштовхуються від запитів і комфорту гостей та команди, а також від українських реалій.

«Людяність стає основою для всіх ініціатив компанії: від архітектурних рішень і поліпшення доступності до екологічних і енергетичних проєктів, що забезпечують безпеку та зручність на довгі роки».

У компанії зазначають, що в умовах перебоїв в електропостачанні й пов'язаної з цим нестабільності бізнесу важливо забезпечити власну стійкість. Саме тому ТРЦ інвестувало у встановлення сонячної електростанції на даху будівлі.

«У 2023 році на даху торговельного центру було встановлено сонячну електростанцію. Ця інвестиція не лише зменшує навантаження на міську електромережу, але й дозволяє ТРЦ працювати більш передбачувано. Ми проактивно аналізуємо ризики та формуємо інфраструктуру, здатну витримати довготривалі виклики».

Компанія додає, що «стійкість ТРЦ — це також екологічна відповідальність». Тому з 2019 року «ЗЛАТА ПЛАЗА» впровадила роздільний збір сміття. Водночас компанія формує зелені простори з багаторічними рослинами та переглядає внутрішні процеси так, щоб мінімізувати кількість відходів.

«Усі ці дії поєднані одним принципом: ми працюємо не на короткостроковий результат, а на формування середовища, яке буде стійким, сучасним та комфортним через багато років».

Архітектурна доступність та допоміжні засоби

У компанії говорять, що торговий центр передусім працює із зовнішніми клієнтами. Тому всі впровадження змін спрямовано на те, щоб створити громадський простір, в якому зручно всім гостям.

На площі біля ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» провели реконструкцію — поклали безшовну бруківку, облаштували зручні заїзди для велосипеда чи коляски. З'явилися відпочинкові зони та місця для сидіння, також простір обладнали велопарковками і велосервісом.

Компанія облаштувала три доступні входи до ТРЦ: *«Ми усвідомлюємо, що саме з входу починається досвід маломобільних гостей».*

У приміщеннях торгового центру реалізовано комплекс інклюзивних рішень. «ЗЛАТА ПЛАЗА» зробила контрастну навігацію, яка допомагає гостям орієнтуватися у просторі.

«Першу й останню сходинку на всіх маршах сходів промарковано контрастною смугою, щоб люди з порушеннями зору могли краще розпізнавати перепади висоти. Перед входами укладено тактильну плитку, а скло входних груп промарковано контрастними наліпками. Також з цією метою промарковані перила шрифтом Брайля — на них нанесений номер поверху».

Також компанія модернізувала ліфти — кнопки продублювали шрифтом Брайля, з'явилася озвучка поверхів та нові інформаційні табло, встановили зовнішні дисплеї, які показують, де саме перебуває кабіна на кожному з поверхів.

У ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» з'явилася інфостійка з пониженням — це зручно для гостей, які користуються кріслами колісними. Адміністратори пройшли навчання по коректній комунікації з людьми з порушеннями слуху — вони знають, як і в яких ситуаціях користуватися індукційною петлею. Також адміністратори використовують застосунок УТОГ, через який вони можуть зв'язатися із перекладачем жестової мови.

Разом із цим, у «ЗЛАТА ПЛАЗА» пропонують безоплатний прокат крісла колісного, дитячих візочків. А також парасольок й павербанків.

Водночас персонал пройшов навчання з першої домедичної допомоги, а у ТРЦ розмістили зовнішній автоматичний дефібрилятор.

Також з червня 2022 року у ТРЦ впровадили ранкові години тиші — з 10:00 до 12:00. *«У цей час ми не вмикаємо музику, щоб забезпечити комфорт для*

військових, ветеранів та всіх відвідувачів, які потребують більш спокійного середовища».

Підтримка мобілізованих співробітників

«ЗЛАТА ПЛАЗА» залишається на зв'язку із співробітниками, які проходять службу в Збройних Силах України. Компанія надає матеріальну підтримку підрозділам, у яких служать колеги: долучається до зборів, передає обладнання, реагує на запити тощо.

«Команда вітає зі святами, цікавиться новинами, пише повідомлення підтримки. Це не обов'язок — це природне бажання зберегти теплі стосунки».

«Коли наші співробітники приїжджають у відпустку, ми обов'язково зустрічаємося в офісі, спілкуємося, обмінюємося новинами. Такі зустрічі — це моменти, коли людина відчуває, що її пам'ятають, цінують і чекають».

Положення про інклюзивність

У компанії розповідають, що в ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» працюють люди з інвалідністю. Наразі немає запитів щодо адаптації робочих місць, графіків чи навчальних програм.

Та, за потреби, компанія готова надати підтримку співробітникам й адаптувати всі процеси — це передбачено Положенням про інклюзивність.

«У компанії є Положення про інклюзивність. Це внутрішній документ, який дозволяє адаптувати графік роботи, робоче місце або підходи до навчання співробітників у разі появи необхідності. Ми дотримуємось принципу, що люди мають отримувати підтримку відповідно до їхніх реальних потреб, і готові розширювати політики, якщо виникне новий запит».

Підтримка батьківства та додаткова зона для годування немовлят

У співробітників та співробітниць з дітьми є можливість вибрати адаптивний графік, працювати дистанційно у дні, коли немає потреби знаходитися в офісі.

«Компанія дотримується принципу: працівники, які мають можливість бути поруч зі своєю родиною, працюють щасливіше й ефективніше, тому ми надаємо максимальну гнучкість людям із дітьми».

Діти співробітників можуть прийти після школи в офіс — робити домашнє завдання, малювати, читати книжки. Приємним бонусом для батьків з дітьми є безплатний абонемент у дитячий розважальний центр «Леопарк», що знаходиться в ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА».

«Також ми надаємо відгули на важливі дитячі події — як от свято першого чи останнього дзвоника. Сім'я — це цінність, яку ми поважаємо і підтримуємо».

Разом з цим, компанія піклується про те, щоб гостям з дітьми було зручно на території торговельного центру. «ЗЛАТА ПЛАЗА» звернула увагу, що однієї кімнати догляду за дитиною недостатньо, тому облаштувала ще одну відокремлену зону, де мами можуть годувати немовлят.

«Прикладом ситуативної інклюзивності став кейс із зоною для годування немовлят. Ми помітили, що у кімнаті догляду за дитиною утворюється черга, адже мами використовували її і для годування. І ми зрозуміли, що попит перевищує пропозицію. Тому ми облаштували окреме місце — затишну відокремлену зону, де мама може погодувати немовля».

«Це рішення стало прикладом швидкої реакції на реальний запит — додатковою зоною для годування немовлят користуються понад 1000 мам на рік».

Підтримка петперентів

ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» впроваджує петфрендлі сервіси. Наприклад, біля входу зі сторони Парку Молоді встановлена Dog Waste Station — це станція для прибирання за собаками, яка допомагає підтримувати чистоту.

Водночас партнери компанії мають власні сервіси для петперентів. Зокрема, «Сільпо» пропонує гостям скористатися песомобілем — візочком, куди можна посадити собак невеликих розмірів.

Колективні подорожі та оцінка рівня задоволеності

У компанії говорять, що психічне здоров'я співробітників — важливий аспект роботи команди. Тому «ЗЛАТА ПЛАЗА» практикує колективні подорожі та візити до інших організацій, що мають надихнути та зміцнити зв'язки всередині команд.

«Ми впевнені, що хороша робота неможлива без якісного відпочинку, тому кілька разів на рік організуємо day-off подорожі та company visit в інші міста. Це не лише можливість змінити “картинку”, але й шанс вивчити корпоративну культуру інших компаній, надихнутися новими підходами та зміцнити командні зв'язки».

Разом з цим, HR-менеджер організує вітамінні дні, проводить регулярні опитування, оцінює рівень задоволеності та допомагає формувати здорову атмосферу в колективі.

«Команда проходила тренінги з психологами, а наш робочий чат став простором, де кожен може поділитися новинами чи маленькими перемогами. Це формує довіру, знижує рівень стресу і підтримує загальний моральний стан».

Підтримка ВПО та соціальних ініціатив

Щоквартально команда бере участь у внутрішній благодійній ініціативі: працівники донатять суму, еквівалентну одноденному заробітку на користь Сил оборони України.

З 2022 року ТРЦ «ЗЛАТА ПЛАЗА» допомагає дітям та дорослим внутрішньо переміщеним особам з Маріуполя та Кременної.

«Діти цих громад — наші постійні гості: ми прагнемо створити для них відчуття безпеки й дому, організуємо святкові події, даруємо подарунки, запрошуємо погратися до “Леопарку”. За потреби допомагаємо і дорослим — передаємо побутову хімію та інші речі, яких бракує».

Команда також долучається до загальноміських ініціатив — висадження дерев, благодійних ярмарків, культурних подій: *«Ми розуміємо роль бізнесу в суспільстві та відповідальність перед рівнянами, які щодня відвідують наш торговий центр».*

Підтримка ЗСУ

З 2022 року «ЗЛАТА ПЛАЗА» підтримує благодійний фонд [«Відповідальні українці»](#) та долучається до благодійних активностей, що спрямовані на допомогу військовим.

«Ми організуємо ярмарки, музичні події та збори, допомагаємо з технікою та ремонтом військовому госпіталю, відвідуємо захисників, які проходять лікування, та привозимо їм смаколики і необхідні речі».

Окремим напрямом стала допомога 104-й окремій бригаді територіальної оборони Рівненської області. Компанія передає обладнання, амуніцію та реагує на конкретні запити.

З початку повномасштабного вторгнення «ЗЛАТА ПЛАЗА» передала Силам оборони допомогу на суму понад 8,2 млн гривень.

Цифрова доступність

У компанії зазначають, що цифрова доступність — напрям, у якому «ЗЛАТА ПЛАЗА» перебуває на стартовому етапі. У планах оновити сайт та зробити його доступним для людей з порушеннями зору.

«Компанія планує масштабне оновлення сайту торгового центру, щоб зробити його доступним для людей з порушеннями зору: адаптувати навігацію, збільшити контраст, додати alt-тексти, структурувати заголовки та налаштувати коректну роботу із скрінрідерами».

Внутрішні документи та матеріали у компанії також планують адаптувати під стандарти доступності.

«Ми розглядаємо цифрову доступність як невід'ємну частину інклюзивності, і цей процес буде поступовим, але системним».

Як Euristiq стає дружньою компанією до ветеранів та ветеранок, підтримує батьківство, проводить збори та волонтерські активності

Euristiq — це компанія з розробки програмного забезпечення та консалтингу, яка спеціалізується на створенні, модернізації та масштабуванні критично важливих бізнес-систем.

Компанія була заснована у 2016 році. Її експертиза охоплює IoT (Internet of Things — інтернет речі), рішення на основі штучного інтелекту, хмарні технології та модернізацію застарілих систем.

Як Euristiq формує ветеранські політики та детально продумує всі напрями? Як підтримує мобілізованих співробітників? Як допомагає батькам поєднувати сім'ю з професією? Як проводить збори на потреби війська та організовує волонтерські активності?

Архітектурна доступність

У 2024 році компанія Euristiq запросила громадську організацію «Доступно.UA» провести аудит архітектурної доступності офісу. За сприяння орендодавця, вдалося оцінити доступність всього офісного центру.

«Надзвичайно цінною стала спільна робота та збіг ціннісних орієнтирів з орендодавцем BetaCenter. Офіс Euristiq розташовувався на четвертому поверсі, і його доступність напряму залежала від доступності будівлі загалом. Те, що спочатку замислювалося як підвищення комфорту пересування працівників, у результаті покращило доступність офісного центру для всіх клієнтів та відвідувачів».

«Ми поступово адаптували простір: встановили платформу для пересування сходами, контрастно промаркували сходинки тощо. Щиро вдячні BetaCenter за спільні цінності, розуміння важливості інклюзивності та реалізовані зміни».

У 2025 році компанія переїхала в більш доступний офіс, який розташований на першому поверсі. Компанія вже розуміє, на що варто звернути увагу, і планує усунути незначні бар'єри.

«Наразі залишаються невеликі бар'єри для пересування, над якими ми продовжуємо працювати».

Формування ветеранських програм

У 2024 році Euristiq підписав меморандум із VeteranHub у рамках проєкту [HR Praktyka](#). Це був перший крок на шляху до реалізації змін, які є необхідними в контексті потреб сучасних ветеранів та їх реінтеграції у цивільному житті.

«Ми пройшли моніторинг від VeteranHub та оцінку дружності компанії до ветеранів за чотирма ознаками: активний найм ветеранів, повага до ветеранського досвіду, адаптація робочого місця, проукраїнська позиція».

На основі результатів моніторингу компанія Euristiq визначила, що рекрутингові та HR-процеси, а також рівень доступності офісу потребують вдосконалення. Після реалізації низки напрацювань у цих напрямках Euristiq отримала статус компанії «Дружня до ветеранів».

«Основний акцент змін був на покращенні процесів рекрутингу, онбордингу та адаптації. Тепер при описі вакансій ми зазначаємо, що готові розглянути кандидатів з військовим та бойовим досвідом, публікуємо наші позиції в профільних групах та організаціях, де є ветеранська спільнота (зокрема, співпрацюємо з центром Superhumans). Навчаємо інтерв'юерів розуміти військові посади, враховувати у відборі навички, здобуті під час служби, а також навчаємо культурі толерантної комунікації. З точки зору маркетингу ми провели промокампанію про відкритість до працевлаштування ветеранів та ветеранок, описали свій підхід на корпоративному сайті та соцмережах».

Процес онбордингу та адаптації в компанії є структурованим та передбачає комфортний період для продовження професійного шляху вже у цивільному житті.

«Ми враховуємо потреби та побажання ветеранів сторовно графіку, місця роботи, умов облаштування робочого простору, а також бажання розкривати свій статус ветерана внутрішній команді. Перші декілька місяців є супровід від ментора, менеджера та HR-а, систематичні зустрічі для обміну зворотнім зв'язком та планування цілей. Також Euristiq пропонує гнучкі умови співпраці: повна, часткова чи погодинна залученість, індивідуальний графік, робота з офісу або ж дистанційний формат».

У Euristiq розуміють — щоб все це працювало, компанії потрібно бути уважною до тем війни, комунікацій, врахування різних контекстів та досвіду. Тому на компанійському порталі, доступному для всіх працівників, було зібрано бібліотеку корисних матеріалів по темі реінтеграції (посібники про шлях ветерана, про фізичні та психологічні наслідки війни, допомогу при різних гострих психологічних станах, про мову безбар'єрності тощо).

Проведено тренінги із ветераном та психологом для всієї команди про етичну комунікацію та розуміння бойового досвіду.

Водночас компанія створила базу корисних контактів для ветеранів: безоплатна психологічна, юридична, медична допомога, навчальні та спортивні програми для ветеранів.

У компанії наголошують: «Ми не створюємо окремих кардинально нових умов праці для ветеранів і не завжди можемо знати, чи має людина досвід військової служби. Врахування потреб ветеранів покращує корпоративну культуру загалом, роблячи компанію більш інклюзивною та відкритою до людей із різним унікальним досвідом».

Підтримка мобілізованих співробітників

У Euristiq для мобілізованих співробітників передбачений фінансовий бонус — протягом перших трьох місяців після мобілізації. Також компанія періодично надає додаткові фінансові бонуси в якості підтримки військових та їхніх родин.

Разом з цим, компанія допомагає з оформленням нотаріальних доручень для представлення інтересів ФОП у державних установах та банках (для членів сім'ї — дружини/матері).

У Euristiq розповідають, що компанія підтримує регулярний зв'язок із працівниками, які служать, і допомагає їм закривати необхідні потреби.

«Ми організуємо зустрічі з командою під час відпусток мобілізованих працівників. Зберігаємо для них спільний внутрішній канал комунікації».

Компанія готує внутрішні процеси, щоб співробітникам було комфортно повертатися до роботи після служби.

«Ми надаємо найвищий пріоритет мобілізованим співробітникам на відкриті вакансії після демобілізації. Забезпечуємо супровід та підтримку під час повернення до цивільного робочого процесу».

Працевлаштування людей з інвалідністю та недискримінація

Euristiq забезпечує індивідуальну підтримку та створює умови, що дозволяють комфортно працювати співробітникам з різними порушеннями.

Підхід компанії включає:

- Гнучкий формат роботи: можливість працювати з дому та регулювати графік.

- Адаптацію робочого місця: облаштування комфортного простору відповідно до індивідуальних потреб.
- Підтримку балансу навантаження: можливість коригувати темп та режим роботи.

У Euristiq зазначають, що всі співробітники та співробітниці мають рівні можливості для кар'єрного росту, професійного розвитку та перекваліфікації. А також рівень заробітної плати, незалежно від гендеру. Наразі жінки складають приблизно 45 % команди.

Підтримка батьківства

Euristiq підтримує співробітників та співробітниць у поєднанні професійного розвитку з батьківством. Для працівників, які є батьками або планують сім'ю, компанія пропонує гнучкий робочий графік: можливість коригувати навантаження та час роботи для балансу між роботою та сім'єю.

Окрім цього, передбачена допомога з виплатами по вагітності та декрету: підтримка від бухгалтерії для швидкого та правильного оформлення виплат. І додаткові дні відпустки при народженні дитини або компенсація під час тимчасового переривання роботи. Працівники, які повертаються після декрету, отримують найвищий пріоритет при відкритих вакансіях.

У Euristiq сімейно-дружній офіс: у офісі є дитячий мат з іграшками, сповивальний столик та гігієнічні засоби для малюків, щоб забезпечити комфортні умови для батьків і дітей.

Компанія також організовує корпоративні заходи і свята для дітей співробітників.

Підтримка психічного здоров'я та петперенти

У Euristiq є програма підтримки здоров'я, яка включає медичне страхування або компенсацію медичних послуг чи психотерапії. У 2025 році ці можливості тимчасово поставлені на паузу через фінансову ситуацію, але компанія сподівається незабаром їх відновити.

Співробітники можуть брати лікарняний за станом фізичного або ментального здоров'я без надання довідки.

Також компанія організовує тренінги з психологами, надає навчальні матеріали та книги з тематики переживання досвіду війни, криз у стосунках та різних психологічних станів.

Офіс Euristiq дружній до улюбленців: для них є мисочки з їжею та водою, а співробітники час від часу приходять з собаками, поєднуючи роботу з доглядом за тваринами.

Збори на потреби війська та волонтерські активності

Компанія активно підтримує соціальні ініціативи та волонтерські проекти. Зокрема, Euristiq виділив ноутбуки, планшети, офісні меблі для потреб війська. Спрямував донати на спорядження військових.

Euristiq долучився до фінансування проєкту SKY від IT-Cluster для модернізації Повітряного командування «Захід», яке захищає небо восьми областей заходу України.

В офісі організували волонтерські активності: плели маскувальні сітки — у співпраці з волонтерською організацією [Help a Hero](#). І фасували сублімовані набори для військових — у співпраці з компанією CookIt.

Водночас компанія організує благодійні лотереї, ярмарки та аукціони, залучаючи велику кількість партнерів — серед них українські виробники, бренди та митці. Разом вони акумулювали збори на потреби війська.

Крім того, компанія брала участь в екологічних ініціативах, зокрема висадці дерев у Львівській області та навчаннях з сортування сміття.