



Як VAT Україна

проводить аудити архітектурної
доступності, організовує навчання
співробітників, підтримує
мобілізованих працівників, ветеранів
та їхні родини



British American Tobacco Україна (BAT Україна) — підприємство з іноземними інвестиціями в тютюновій галузі України, яке було засноване в 1993 році на базі Прилуцької тютюнової фабрики. Компанія входить до складу Групи BAT.



В Україні компанія виробляє традиційні тютюнові вироби під міжнародними марками (Vogue, Dunhill, Kent, Rothmans, Lucky Strike, Capri), національну марку — Прилуки, а також тютюнові вироби нового покоління для пристроїв glo.

Як BAT Україна впроваджує інклюзивні практики та проводить аудити архітектурної доступності? Які навчальні програмиреалізує для співробітників та співробітниць? Як підтримує мобілізованих працівників, ветеранів та їхні родини? Як розвиває жіноче лідерство? Та яким чином забезпечує підтримку працівників, які вийшли на пенсію?

Стратегія з орієнтиром на різноманіття та інклюзію

З 2025 року компанія реалізує комплексний проєкт «Компас інклюзивності». Її мета — забезпечити доступність для повнолітніх споживачів, співробітників, а також посилити бренд роботодавця.



«Стратегія охоплює всі ключові напрями – від адаптації процесів пошуку та найму працівників, підтримки наявних чутливих груп (мобілізованих, працівників в декреті, ветеранів та ветеранок), до забезпечення архітектурної доступності офісів компанії», - зазначає Генеральна директорка BAT Україна Оксана Сердюк.

У компанії підкреслюють, що всі дії узгоджені з глобальним порядком денним DEI (Diversity, Equity and Inclusion — різноманіття, рівність та інклюзія).



«Ми втілюємо наші корпоративні цінності через конкретні кроки та прагнемо бути прикладом, задаючи нові стандарти інклюзивних практик як в Україні, так і в межах глобальної компанії», — додає Оксана Сердюк.

Архітектурна доступність та навчання, присвячене інклюзії

ВAT Україна провела аудити архітектурної доступності офісу фабрики, центрального офісу та в одному з офісів торгової команди.

За результатами аудитів визначено зони, що потребують покращення доступності, та розроблено конкретні рішення. На виробництві частину робіт уже виконано, інші — перебувають на завершальному етапі.



Зокрема, на виробництві проходить адаптація вхідної групи з турнікетами, встановлено додаткові поручні та підйомник для крісел колісних при вході до приміщення фабрики та ін.



Також у VAT Україна зазначають, що рекомендації щодо доступності передали адміністраціям бізнес-центрів, де розташовані офіси компанії. Усі зміни враховують потреби потенційних працівників, підрядників і клієнтів з урахуванням, зокрема, потреб людей з різними формами інвалідності.

HR-директорка ВАТ Україна Катерина Прокопенко зазначає:



«Під час аудитів архітектурної доступності та впровадження змін ми орієнтуємося на потреби людей з різними видами порушень — мобільності, зору, тимчасовими порушеннями після травм тощо, що охоплює як постійну, так і тимчасову або ситуативну маломобільність. Аналогічний підхід застосовується під час організації офлайн-заходів, навчань та внутрішніх комунікацій — з урахуванням доступності простору, навігації та форматів взаємодії».

У компанії регулярно відбуваються зустрічі, панельні дискусії та інші заходи, присвячені інклюзії.



«Наприклад, за партнерства з організацією AllTogetherJobs було проведено серію навчань для працівників, розроблено словник коректної термінології та організовано цикл зустрічей із представниками малопредставлених груп населення. Серед них — ветеран, який втратив зір під час служби, та громадська діячка, яка користується кріслом колісним», — додає Катерина Прокопенко.



Цей напрям поступово розвивається та наповнюється новим змістом, а записи таких зустрічей є у вільному доступі для всіх співробітників.

Разом з цим, в процесі реалізації адаптація сайтів компанії відповідно до міжнародних стандартів доступності, а також робота над безбар'єрністю зовнішніх та внутрішніх комунікацій.

Підтримка мобілізованих працівників, ветеранів та їхніх родин

Наразі в компанії є мобілізовані працівники, а також ветерани, які повернулися до цивільного життя.



ВАТ Україна зберігає середній заробіток за мобілізованими працівникам та такі корпоративні пільги як страхування життя та медичне страхування, виплати на життєві події, можливість користування сервісом «Підтримки працівників» (психологічні, юридичні та фінансові консультації). Такі консультації доступні й для членів сімей мобілізованих співробітників.



Для демобілізованих працівників компанія пропонує розширену програму медичного страхування зі збільшеним персональним лімітом — його можна використовувати для потреб, що не покриваються загальною програмою медичного страхування. Також є додаткові оплачувані вихідні (30 календарних днів) для працівників, які повернулися з військової служби.



Компанія надає можливість отримати спеціалізовану психологічну підтримку та консультації з фінансових та правових питань від партнера, який надає такі послуги.

Крім того, запроваджено практику вступної зустрічі — це консультації для демобілізованих працівників за участю психолога, представника відділу управління персоналом та лінійного керівника для полегшення адаптації після повернення з військової служби.



Програма підтримки батьківства

ВAT Україна підтримує співробітників та співробітниць, які готуються стати батьками або вже виховують дітей. Програма «Зручне батьківство» передбачає можливість працювати повністю дистанційно протягом трьох місяців після народження дитини для другого з батьків, який не перебуває в декретній відпустці.



Для підтримки жінок передбачена фінансова допомога на ведення вагітності та пологів, а також виплати до восьми місяців після народження дитини. Батьки отримують фінансову підтримку при народженні дитини, можуть скористатися можливістю дистанційної роботи та додатковими днями відпустки до народження дитини.

У компанії проводяться Family days для батьків з дітьми, організовують дитячі свята.

Гендерна рівність та позитивна динаміка залучення жінок

У ВАТ Україна наголошують на рівності прав жінок та чоловіків у процесах найму, кар'єрного розвитку, оплати праці та оцінювання результатів роботи тощо.



«На глобальному рівні існує комплекс ініціатив, спрямованих на забезпечення гендерної рівності та розширення можливостей для жінок», — зазначає HR-директорка ВАТ Україна Катерина Прокопенко. «Ми постійно моніторимо наявність та відсоток жінок на всіх рівнях організації. Але основний посил — ми надаємо рівні можливості для всіх і маємо справедливий та однаковий підхід незалежно від статі».

Водночас у компанії зазначають, що бачать позитивну динаміку залучення жінок до ролей, які раніше традиційно вважалися «чоловічими».



Зокрема, серед торговельних представників з розвитку бізнесу частка жінок становить 19%, тоді як ще 5 років тому відсоток жінок на таких посадах був значно меншим. На виробництві жінки працюють на посаді машиніста виробничих ліній, де традиційно переважали чоловіки, а частка таких працівниць зросла з 16% до 23% за останні 5 років.

Окремим напрямом є розвиток жіночого лідерства з можливістю долучитися до навчання та отримати мотивацію розвивати кар'єру.

Зокрема, у компанії діє щорічний воркшоп Women in Leadership Foundation, який є частиною програми розвитку жіночого лідерства. Навчання спрямоване на розвиток особистого бренду, підвищення впевненості, формування позитивних переконань та планування подальшого кар'єрного розвитку.

ВAT Україна активно популяризує тему працевлаштування жінок на виробництві: у соціальних мережах реалізовано серію відеороликів, у яких працівниці виробництва діляться власним професійним досвідом і шляхом розвитку в компанії.

Підтримка працівників, які досягають пенсійного віку

Для працівників та працівниць, які досягають пенсійного віку, передбачена виплата при виході на пенсію.

Підтримка розвитку громад та вихідні для співробітників-волонтерів

Компанія бере участь у різних соціальних ініціативах і заохочує співробітників до волонтерської діяльності.

Співробітники-волонтери мають право на два додаткові оплачувані вихідні дні на рік.

ВАТ Україна переважно зосереджує свою благодійну діяльність у Прилуках та Чернігівській області, підтримуючи розвиток місцевих громад.

Генеральна директорка ВАТ Україна Оксана Сердюк зазначає:



«Ми маємо багаторічний підхід і досвід у підтримці громад за допомогою корпоративних соціальних інвестицій».



АГРОМАТ

Плитка та сантехніка

Як АГРОМАТ

навчає співробітників основам архітектурної доступності, створює ветеранські програми та підтримує волонтерські проєкти



АГРОМАТ — національна мережа магазинів плитки, сантехніки та підлогових покриттів, що понад 30 років формує стандарти галузі в Україні.



АГРОМАТ
Плитка та сантехніка

АГРОМАТ об'єднує професійну спільноту через Клуб архітекторів та дизайнерів (КАДА) і забезпечує клієнтам доступ світових брендів у 33 магазинах в 21 місті України.

Як АГРОМАТ розповідає командам про суть інклюзії? Яким чином навчає співробітників основам архітектурної доступності? Як підтримує мобілізованих співробітників? Як створює ветеранські програми? Які соціальні ініціативи та волонтерські проєкти підтримує з початку повномасштабного вторгнення?

Основи інклюзії та волонтерський проєкт

У компанії вирішили, що розпочати варто не із зовнішніх, а з внутрішніх змін — тому співробітникам поступово розповідали про суть та важливість інклюзії. АГРОМАТ започаткував волонтерський проєкт — долучитися до нього можуть всі співробітники за власним бажанням. Із співробітниками-волонтерами працював куратор й профільні організації.



«Керівництво запросило філософа Олександра Філоненка стати куратором внутрішньої програми, щоб працювати над зміною способу мислення співробітників-волонтерів. Також нас підтримували команди тих, хто професійно допомагає у створенні доступних просторів — “Доступно.UA” та [AllTogether.jobs](#)», — розповідають у компанії.

Майже півроку команда АГРОМАТу проходила навчання. До проєкту запрошували різних спеціалістів, які розповідали про основи інклюзії, коректну допомогу людям з інвалідністю, разом руйнували стереотипи, які існують щодо різних соціальних груп. Навчалися не тільки на теорії, а й на практиці.



«Ці зусилля допомагають нам не лише підтримувати колег, але й показувати приклад іншим бізнесам, що доступність — це інвестиція в майбутнє», — говорять у компанії.

Приклад інклюзивного дизайну в шоурумах та створення мережі безбар'єрних магазинів

Компанія впроваджує стратегії розвитку, орієнтовані на сучасні виклики та потреби суспільства, зокрема в умовах війни. Основний фокус — на створенні безбар'єрного середовища як для клієнтів, так і для працівників.

АГРОМАТ працює над формуванням мережі безбар'єрних магазинів плитки та сантехніки, де враховують архітектурну, цифрову та сервісну доступність. Це означає, що простір магазинів адаптується для зручного перебування людей з інвалідністю, маломобільних груп населення та інших клієнтів.

Окрему увагу приділяють створенню шоурумів з демонстраційними ванними кімнатами, зручними для маломобільних груп населення, які відповідають вимогам державних будівельних норм, і можуть слугувати прикладом інклюзивного дизайну.



Важливим напрямом є навчання персоналу: менеджерів з продажу, працівників магазинів та інших співробітників. Навчання охоплює правила коректної комунікації з ветеранами та ветеранками, людьми з інвалідністю, основи політики доступності для формування інклюзивної корпоративної культури.

Архітектурна доступність та навчання співробітників

Первинний аудит доступності мережа АГРОМАТ провела у 2024 році. Перед цим серед співробітників сформувалася група добровольців, для яких провели навчання з основ архітектурної доступності — для цього запросили консультантів та консультанток з профільних громадських організацій.



«Ми хотіли, щоб основи фізичної доступності знали і співробітники на різних робочих місцях, щоб це вже було нормою для наших магазинів. Звісно, шлях лише розпочався, але ми поступово рухаємось до створення справді доступних просторів для всіх», — розповідають у компанії.

Коли навчання закінчилося, учасники та учасниці були розподілені на маленькі групи та їх направили у різні простори АГРОМАТу для проведення чекапу. Попередньо для них розробили чеклист, в якому є необхідні стандарти та вимоги, відповідно до ДБН (Державних будівельних норм).

Після цього відбулася презентація огляду від кожної групи: у якому стані приміщення перебувають зараз і що потрібно зробити, щоб локація стала більш доступною. Загалом планування змін поділили на три категорії: червона — те, що потрібно робити вже зараз, жовта — необхідні доопрацювання, зелена — простір відповідає нормам. Команда підкреслює:

«Головний KPI цього проєкту — інклюзивні процеси мають перейти в усі внутрішні бізнес-процеси».



Після отримання результатів аудитів АГРОМАТ додав елементи, які можна зробити або купити й швидко встановити. Зокрема, тримачі для милиць, поручні у вбиральнях, пандуси для бордюрів, розмітку на місцях паркування. Також до змін, які швидко втілюються, включили збільшення проходів між стендовим обладнанням в залі.

Під час відкриття нових магазинів АГРОМАТ компанія не планує орендувати приміщення, якщо його неможливо зробити доступним й зручним. Ця вимога входить до зони відповідальності фахівця, який відповідає за запуск нових локацій.

На вже існуючих локаціях АГРОМАТ продумує різні варіанти, як можна адаптувати простір та зробити його більш доступним.



«Ми розуміємо, що є зміни, які потребують більше часу та ресурсів, які ми не можемо втілити швидко. Деякі наші магазини знаходяться у вже збудованих будівлях, мають багато сходинок, і обмежений простір, там ситуація складніша, тому зараз ми продумуємо варіанти, як можна забезпечити безперешкодний доступ та комфортні умови для всіх».

Ветеранські програми, доступ до психологічної та реабілітаційної підтримки



Компанія надає комплексну підтримку мобілізованим співробітникам, а також тим, хто повернувся до цивільного життя після служби. Основний принцип — зберегти зв'язок із працівником і забезпечити йому відчуття стабільності та безпеки. Також передбачена інформаційна, гуманітарна, за потреби, фінансова підтримка.

За мобілізованими співробітниками зберігається робоче місце, що дає можливість повернутися до роботи після завершення служби без ризику втрати зайнятості.

У разі поранень або тривалої реабілітації компанія надає матеріальну допомогу, щоб частково або повністю компенсувати витрати на лікування та відновлення. За потреби, координатор супроводжує поранених співробітників у медичних закладах, шукає відповідні реабілітаційні центри чи фахівців.

У компанії АГРОМАТ зазначають, що це частина підтримки ветеранів та членів їхніх сімей серед співробітників. Вона спрямована на забезпечення соціальної адаптації, професійної реінтеграції та психологічного благополуччя працівників, що мають досвід участі у бойових діях або постраждали внаслідок війни.



«Для комфортного повернення ветеранів до роботи ми розробили спеціальну програму допомоги. Вона включає підтримку в лікуванні, організацію робочого процесу та переведення за бажанням на іншу посаду або навчання».

Зокрема, програма передбачає допомогу з адаптацією після повернення з військової служби, яка реалізується через індивідуальні плани розвитку та поступове включення працівника чи працівниці в робочі процеси. Такі плани враховують фізичний та психоемоційний стан людини, а також необхідність зміни професійної ролі або навантаження.

В АГРОМАТі наголошують, що важливою складовою є доступ до психологічної та реабілітаційної підтримки. Компанія сприяє залученню фахівців (психологів, коучів, консультантів тощо), а також співпрацює з партнерськими організаціями, що надають послуги з психологічної допомоги, посттравматичної підтримки та відновлення.



«Це особливо актуально для працівників, які стикаються з проявами ПТСР, тривожністю або емоційним виснаженням».

Участь у партнерських ветеранських ініціативах та навчальних програмах у АГРОМАТі виокремили в окремий напрям. Такі заходи спрямовані на підвищення кваліфікації, перекваліфікацію та розвиток нових професійних навичок ветеранів та ветеранок.



«Таким чином компанія не лише зберігає робочі місця для ветеранів, а й створює умови для їхнього кар'єрного росту та довгострокової зайнятості».

Для підтримки дружин військовослужбовців у межах корпоративної політики передбачені групові заняття та тренінги. Їхня мета — зменшення психологічного навантаження, розвиток навичок самодопомоги, подолання стресу та формування соціальної підтримки.



«Такі ініціативи сприяють не лише індивідуальному благополуччю, а й загальному підвищенню рівня соціальної відповідальності компанії».

Гнучка організація робочих процесів та формат «відеоконсультант»

В АГРОМАТі діє внутрішня політика інклюзивності. Вона передбачає рівний доступ до вакансій, а також адаптацію робочого місця, якщо є така потреба.





«У нас багато магазинів і декілька офісів, в кожному з них ми поки не облаштували спеціалізовані робочі місця. Але у АГРОМАТа є локації, де маломобільні групи населення можуть працювати і вільно пересуватися до робочого місця без сторонньої допомоги. Наша мета — щоб на кожній нашій локації в майбутньому була така можливість».



«Наразі ми вже можемо адаптувати простори для людей з порушеннями опорно-рухового апарату. У планах — адаптувати простори і для людей з порушеннями зору та слуху».

Загалом у компанії реалізують практики гнучкої організації робочих процесів, що сприяють підвищенню доступності робочого середовища для різних категорій працівників.

Зокрема, для окремих посад передбачена можливість повної або часткової дистанційної роботи. У компанії зазначають, що завдяки цьому компанія може залучати до професійної діяльності людей з інвалідністю, якщо їх влаштовує віддалений формат роботи.

Крім того, з метою забезпечення доступності послуг для клієнтів, які не мають можливості особисто відвідати торговельні зали, в компанії впроваджено сервіс «відеоконсультант».



«Формат передбачає надання консультацій у режимі реального часу через відеозв'язок, під час якого менеджер безпосередньо демонструє асортимент товарів, надає пояснення щодо їхніх характеристик, варіантів використання та допомагає з вибором. Такий підхід особливо актуальний для людей з порушеннями опорно-рухового апарату, людей старшого віку, клієнтів із хронічними захворюваннями або тих, хто перебуває за межами населеного пункту».

Політика недискримінації та підтримка жінок у технічних спеціальностях

Компанія підтримує гендерну рівність через політику недискримінації та рівних можливостей.

У АГРОМАТі говорять, що готові підтримувати жінок у технічних спеціальностях, якщо вони готові обійняти стереотипно «чоловічі» посади.



«АГРОМАТ забезпечує рівний доступ до навчання й кар'єрного зростання, а також сприяє залученню жінок до технічних спеціальностей. Наприклад, в ролях водійок вантажного транспорту та водійок навантажувачів на складах компанії».

Згідно з політиками недискримінації, компанія забезпечує всім співробітникам та співробітницям рівний доступ до підвищення.

Підтримка психічного здоров'я та чати для екстрених повідомлень

У компанії впроваджуються програми підтримки ментального здоров'я співробітників та співробітниць. Ці програми включають навчання зі стресостійкості та профілактики емоційного вигорання, а також розвиток напряму корпоративного well-being, зокрема через мікровідпустки та гнучкий графік роботи.



В АГРОМАТі розповідають, що після стресових подій, які відбуваються внаслідок російських атак, є узгоджений порядок дій: «Після кожного обстрілу відбувається обов'язкова комунікація в чатах у форматі: “Ти як?”. Ініціатором обов'язково є або CEO, або HRD».



«Де це можливо, прийнятий гнучкий графік роботи, і — у випадках обстрілів — достатньо повідомити про формат роботи на сьогодні. Для працівників, які можуть працювати віддалено, організовані робочі місця з обладнанням, джерелами безперебійного живлення, відповідним програмним забезпеченням».

Компанія зазначає, що у таких випадках важлива системність і зрозумілість. Кожен співробітник має відчувати підтримку і небайдужість від компанії та чітко розуміти, що робити в разі негараздів.

Підтримка батьківства

Компанія забезпечує підтримку вагітних співробітниць шляхом впровадження гнучкого графіка роботи та адаптації умов праці відповідно до індивідуальних потреб.

«Це дозволяє зменшити фізичне та психоемоційне навантаження і сприяє збереженню працездатності та добробуту працівниць».

Також в АГРОМАТ наголошують, що для батьків маленьких дітей у компанії є можливість працювати віддалено, вибрати гнучкий або змішаний графік.

Партнерство з соціальними ініціативами

Компанія бере участь у реалізації соціальних ініціатив шляхом фінансування та співфінансування соціальних проєктів, розвитку корпоративного волонтерства, а також через партнерство з громадськими організаціями, що працюють у сфері доступності, освіти та реабілітації.

Крім того, компанія залучає партнерів і постачальників до благодійних зборів та організовує благодійні тенісні турніри з метою підтримки соціально важливих напрямів.



«Наприклад, у кінці 2022 року ми організували захід “Вечір при свічках”, де разом з партнерами зібрали 500 000 гривень. Після обстрілу Охматдиту ми підтримали фінансово відновлення установи. Також у 2024 році ми долучились до співфінансування відновлення басейну в Охматдиті, який не працював 30 років, а тепер діти там можуть проходити реабілітацію».

За час повномасштабної війни АГРОМАТ став партнером різних соціальних проєктів, надаючи сантехнічне обладнання для облаштування ванних кімнат і туалетних просторів. Таким чином компанія підтримала Національний реабілітаційний центр «Незламні», реабілітаційний центр Superhumans, військовий госпіталь, благодійний фонд «Твоя Опора» тощо.



АГРОМАТ також надає власні товари для відбудови житла, лікарень та інших соціально важливих об'єктів, які постраждали внаслідок бойових дій. Окремо функціонує власний благодійний фонд «Ми сім'я». Через нього акумулюються кошти, у тому числі від міжнародних партнерів, і спрямовуються на різні напрямки допомоги.

Підтримка ЗСУ та власний благодійний фонд

Компанія активно долучається до підтримки Збройних сил України та реалізує низку благодійних ініціатив, спрямованих на допомогу військовослужбовцям і людям, постраждалим від війни.

Підтримка здійснюється як через власні ресурси компанії, так і через співпрацю з благодійними фондами та громадськими організаціями.



Зокрема, компанія надає регулярну фінансову допомогу фондам і громадським організаціям, які працюють із військовими та забезпечують їхні потреби. Компанія підтримує військові частини, які звертаються за допомогою під час облаштування своїх локацій.



Важливим напрямом є транспортна підтримка: завдяки наявності власного автопарку компанія безоплатно надає логістичні послуги з доставки гуманітарних вантажів і допомоги.



«Окрім цього, регулярно проводяться внутрішні благодійні збори серед співробітників, клієнтів і партнерів, що дозволяє залучати додаткові ресурси для підтримки армії».

Підтримка петперентів

У АГРОМАТі кажуть, що клієнти можуть завітати до магазинів зі своїми улюбленцями. Головне — дотримуватися всіх правил та не порушувати комфорт інших відвідувачів.



«Наша компанія pet-friendly, ми дозволяємо клієнтам відвідувати магазини разом із домашніми улюбленцями за умови дотримання правил безпеки. Також в асортименті представлена спеціальна продукція для тварин, зокрема душові лійки для їхнього миття та догляду».



Як Auchan Україна

інтегрує людей з інвалідністю у команди, підтримує співробітників через внутрішній благодійний фонд та працює над політикою різноманіття



Auchan Україна – мережа магазинів французької родини Auchan SA, що працює в Україні з 2008 року. Наразі функціонує 17 гіпермаркетів Auchan, 3 супермаркети Мій Auchan, 13 Pick-UP Point та Auchan Outlet. Присутній в 6 містах офлайн, а також по всій країні завдяки онлайн-доставці.



Як компанія працює над архітектурною доступністю на своїх локаціях? Як інтегрує людей з інвалідністю у команди? Як практикує рівне залучення всіх співробітників і співробітниць? Як внутрішній благодійний фонд підтримує працівників у відновленні житла та питаннях здоров'я? На чому базується процес політики реінтеграції ветеранів та ветеранок? Як компанія розвиває напрям турботи про психічне здоров'я співробітників?

Про це розповідає Злата Костюк — керівниця відділу КСВ компанії Auchan Україна, координаторка Фондації Auchan в Україні, співкоординаторка фонду «Auchan з тобою».

Виклики та бізнес-стратегії

У 2008 році, коли Auchan Україна відкрила перший магазин на Почайній у Києві, компанія вже працювала над формуванням місій та цінностей свого бізнесу. Зокрема, створення соціального клімату, рівного ставлення та піклування про співробітників.



«Auchan Україна вже понад 17 років підтримує, впроваджує та ділиться підходами DEI (Diversity, Equity, and Inclusion — різноманітність, рівність та інклюзія). Варто додати, що на той час наявність додаткового соціального пакету, медичного страхування та поняття етики створювали певний вау-ефект».

У компанії зазначають, що виклики сьогодення дали чітке розуміння — інклюзія та безбар'єрність мають бути частиною бізнес-стратегії, її чітким важелем на шляху до розвитку бренду відповідального роботодавця.



«Одне з завдань Auchan Україна — це створення безпечного середовища, де дбають про психічне здоров'я всіх працівників. В умовах війни фундаментом нашої культури стали взаємопідтримка, менеджмент наближеності, послідовна програма реінтеграції ветеранів та ветеранок й політики добробуту».

Архітектурна доступність на локаціях

У Auchan Україна на своєму досвіді зрозуміли, що створення архітектурної доступності — питання непросте, оскільки не все залежить тільки від бажання та дій компанії, але також від волі й відповідальності орендодавців.

Втім, ситуацію можна і треба змінювати — у Auchan Україна кажуть, що важливо розуміти, для кого потрібні зміни на локаціях. А також поширювати знання й підвищувати обізнаність щодо маломобільних груп населення.



«Ми вважаємо, що просвітницька кампанія та відкрите обговорення на цю тему мають змінювати таку тенденцію. Але не менш важливо робити зміни з чітким усвідомленням, що це не для “галочки в аудиті”».

У компанії розповідають, що офіс Auchan Україна наразі відповідає таким стандартам архітектурної доступності:

- є нормативний пандус або безбар'єрний вхід;
- є стійка реєстрації (або зона ресепшн) розрахована для комфортного спілкування з людьми, що користуються кріслами колісними;
- відсутні шумні сушарки для рук у вбиральнях (додана альтернатива — паперові рушники);
- в компанії є кімната тиші (для молитв, медитацій або відпочинку) - кімнати відпочинку на кожному об'єкті;
- переговорні кімнати з безбар'єрним входом;
- наявні позначені паркомісця для людей з інвалідністю, згідно ОДР;
- наявні поручні вздовж сходів, пандусів і в туалетних кімнатах;
- за необхідності, розглядається придбання регульованих столів, ергономічних крісел, спеціальних клавіатур;
- мінімізація різких шумів та візуальних тригерів;
- приофісна територія (парковки, зупинки громадського транспорту) облаштована для пересування людей з порушеннями опорно-рухового апарату та порушеннями зору (окрім сходів в підземних переходах).

Якщо у співробітників будуть індивідуальні запити та побажання для налаштування робочого простору, компанія готова розглянути ці пропозиції та можливі варіанти їхньої реалізації.

На інших об'єктах Auchan Україна слідкують за тим, щоб:

- головний вхід був облаштований на рівні з вулицею, без порогів;
- ширина проходів була більшою за 90 см та з автоматичними дверима;
- ширина алей торгових рядів була зручною для всіх відвідувачів магазинів;
- були наявні продуктові візки для дорослих та дітей;
- місця для паркування розташовувалися не далі, ніж 50 м від входу.

Разом з цим у Auchan Україна говорять, що у супермаркетах обслуговують вагітних жінок поза чергою. Також запуснений пілотний проєкт на двох об'єктах столиці, де є каси з пониженнями — для людей на кріслах колісних.

Додатково, компанія розглядає можливість запровадження «години тиші» у торговельних залах — для підтримки людей із сенсорною чутливістю. Зокрема, для людей з ПТСР та людей з розладами аутистичного спектра.

Підтримка співробітників у відновленні житла та піклуванні про здоров'я

У березні 2022 року компанія створила внутрішній благодійний фонд «Auchan з тобою». Він допомагає співробітникам у категоріях: відновлення житла, піклування про здоров'я, надання допомоги у випадку загибелі чи поранення співробітника або родичів співробітника (1-ого і 2-го ступенів рідства).

Станом на 2025 рік 92 співробітники та їхні сім'ї отримали допомогу на суму понад 20 000 000 гривень. Фінансування фонду здійснює міжнародний корпоративний фонд FSIA.

Водночас з'явилася нова підкатегорія допомоги — для внутрішньо переміщених співробітників: «Фонд вже надав допомогу двом колегам ВПО на придбання житла».

Політика інтеграції ветеранів та ветеранок, підтримка мобілізованих колег

У компанії розповідають, що працевлаштування ветеранів ще з 2014 року є частиною роботи Auchan Україна:



«Однак, починаючи з 2022 року це питання, на жаль, є набагато масштабнішим для українського суспільства, тож ми створюємо програми адаптації команд до повернення ветеранів та ветеранок. Важливо наголосити, що саме ми маємо адаптуватися до повернення героїв, а не вони до нас. Це ключовий момент для розуміння того, на чому базується процес політики реінтеграції ветеранів та ветеранок в Auchan Україна».

А у 2025 році Auchan Україна розробила Політику інтеграції ветеранів та ветеранок. До цього компанія вже мала ряд напрацювань у цьому напрямі, зокрема у 2024 році створили окрему робочу групу щодо інтеграції та реінтеграції ветеранів. Також було створено відповідне навчання для всіх співробітників.

Головні цілі політики — дати змогу ветеранам та ветеранкам після демобілізації повернутися в робоче середовище й ефективно реінтегруватися в колектив, пристосуватися до цивільного життя. Компанії важливо підтримати людину на різних етапах адаптації, а також — підготувати та адаптувати команди до співпраці з ветеранами та ветеранками.

Політика інтеграції ветеранів та ветеранок складається з таких напрямів:

- Рекрутмент.
- Адаптація, навчання.
- Корпоративна культура.
- Програма підтримки та пільг.

Компанія виплачує мінімальну заробітну плату мобілізованим співробітникам. Постійно залишається на зв'язку, дарує подарунки до свят, зокрема дітям колег, що проходять службу. Для співробітників, які повертаються до цивільного життя, пропонують психологічну допомогу (згідно з пропозиціями страхової програми) та гнучкий графік (за потреби, зменшені години роботи).

Внутрішній благодійний фонд «Auchan з Тобою» допомагає співробітникам-захисникам або їхнім сім'ям, які постраждали від війни. Зокрема, за період 2022-2025 років фонд допоміг:

- 3 співробітникам-захисникам з лікуванням та/чи реабілітацією;
- 6 родинам, у зв'язку із загибеллю співробітників-захисників на війні;
- 16 співробітникам/співробітницям у зв'язку із загибеллю їхніх мобілізованих родичів першого та другого ступенів рідства.

З 2026 року компанія планує запуснути додаткову підкатегорію для підтримки ветеранів і ветеранок — санаторно-курортного оздоровлення.

Працевлаштування людей з інвалідністю, принцип рівного залучення та сервіси перекладу жестовою мовою

У Auchan Україна розповідають, що вже багато років працевлаштовують людей з інвалідністю. Цей приклад почали помічати представники інших компаній, які зверталися за порадами та просили поділитися позитивним досвідом.



«Ми були однією з перших великих компаній, яка почала реально працевлаштовувати людей з інвалідністю на регулярній основі — тобто не класти трудові книжки у шухляду відділу персоналу, а саме давати роботу, навчати, розвивати. І сьогодні ми з великим теплом згадуємо ці часи, мені особливо приємно, що багато невеликих українських компаній вже тоді бачили наш досвід і не соромлячись приходили питати, як їм зробити так само — як взяти на роботу людину з порушеннями слуху, як будувати цінності разом із співробітниками, як пояснити команді, що все будується на засадах недискримінації та рівності в можливостях», — розповідає Злата Костюк.

На сьогодні в Auchan Україна працюють майже 80 співробітників із порушеннями слуху, а також 12 співробітників із синдромом Дауна. Також у компанії працюють люди з іншими типами інвалідності.



«Станом на грудень 2025 року в Auchan Україна працює 7,4 % людей з інвалідністю. Цей відсоток є відносно стабільним для компанії та значно вищим за законодавчу норму в Україні».

У компанії діляться, що шлях до інклюзії та різноманіття спочатку був інтуїтивним:



«Ми розуміли, що для створення здорового клімату і атмосфери в команді мають бути різні люди — за віком, статтю, віросповіданням, орієнтацією тощо. Це можуть бути і люди з інвалідністю, і їх не треба виділяти чи обмежувати, бо вони повинні мати рівні права та обов'язки з іншими».

Коли Auchan Україна почала процес інклюзивного працевлаштування, у відкритому доступі ще не було ні тренінгів, ні словників коректної термінології. Тож у компанії самостійно сформували свій план дій:



«Великою мірою ми йшли від практики до теорії, а не навпаки».



Занурюючись в тему інклюзії, в компанії запровадили важливий принцип — забезпечувати рівне залучення всіх співробітників і співробітниць до діяльності. Це важливо, щоб всі відчували себе повноцінною частиною компанії без жодних бар'єрів чи обмежень — ані моральних, ані технічних.

До прикладу, всі відеоматеріали Auchan Україна доповнюють субтитрами, а новим колегам пояснюють чому і для кого це важливо робити.



«Зараз ми це робимо навіть не задумуючись, і час від часу нові люди питають “а навіщо кожного разу накладати українські субтитри на відео українською мовою?” Для наших команд відповідь очевидна — тому що серед нас є співробітники з порушеннями слуху, які потребують текстового супроводу. Якщо ми говоримо про культуру DEI, яку впроваджують у компанії не лише в документах на HR-порталі, то саме такі автоматизми (як додавання субтитрів) серед працівників і менеджерів є чудовим показником того, що все працює».

У Auchan Україна діляться, що з 2018 року компанія працювала над адаптацією комунікацій із співробітниками, які мають порушення слуху. Для цього компанія почала користуватися сервісами, які забезпечують доступ до послуг перекладачів жестової мови у режимі онлайн, розробленими тоді ще стартапом Be Warned.

«Відтоді 50-100 співробітників з порушеннями слуху користуються додатком “Перекладач ЖМ (жестової мови)” на своїх смартфонах — сервіс оплачує компанія».



«А у 2025 році ми розширили ці опції та запровадили ще інший корпоративний інструмент програмного забезпечення CONNECT PRO WEB, який також дає можливість зв'язатися з перекладачем жестової мови. Це сучасна технологія, яка вирішує проблему спілкування нечуючих та слабочуючих людей зі співробітниками організації/клієнтами».

Політика різноманіття, рівності, інклюзії та безбар'єрності

У компанії розповідають, що напрям інклюзії спочатку мав назву «Підтримане працевлаштування», пізніше він отримав ширше визначення «Рівні можливості для всіх». А поняття «Бізнес без бар'єрів» з'явилося після підписання декларації, що було ініційовано першою леді Оленою Зеленською між великими українськими та міжнародними компаніями.

Щоб гарантувати однаковий рівень розуміння і виконання безбар'єрних рішень у бізнес-процесах, в Auchan Україна розробили єдині інструменти вимірювання визначених стандартів — у компанії їх використовують як у комерції, так і в управлінні.



«В компанії розробили Політику різноманіття, рівності, інклюзії та безбар'єрності. Навколо цих чотирьох понять будуються всі процеси, індикатори та цілі. Далі кожен пункт розкривається — ми описуємо його якісно та кількісно (що зроблено, який індикатор успіху надалі тощо). Важливо, що мова цієї політики проста і доступна — це теж про інклюзивність, до речі. Адже ми пишемо політику не як диплом в університеті, де розмір шрифту чи незрозуміла термінологія є додатковим плюсином. Наша мета — щоб політика була зрозуміла всім співробітникам, тільки тоді вона буде працювати».

Додатково, щоб посилити політику та ще краще донести її засади для всіх рівнів співробітників:



Розроблено навчання про різноманіття, рівність, інклюзію, безбар'єрність з теоретичними й практичними матеріалами (пілотний запуск був для всієї HR-команди у вересні 2025). З лютого 2026 року воно є обов'язковим для проходження всіма співробітниками.



Запущено рубрику «Безбар'єрність» у внутрішній діджитал газеті для пояснення співробітникам різних нових чи забутих термінів та напрямів різноманіття, рівності, інклюзії та безбар'єрності.

Під кінець 2025 року Auchan Україна пройшла аудит від громадської організації All together jobs та отримала схвальні відгуки за результатом своєї діяльності.



«В 11 з 15 блоків компанія отримала найвищу оцінку — 4. Згідно результатів опитування, найбільш пропрацьовані напрями: метрики; співпраця з ветеранами та ветеранками; культура компанії; найм та відбір; HR процеси; політики; звітність; підтримка чутливих груп; бренд роботодавця; залученість лідерів та менеджерів; стратегія компанії в напрямку DEI».

Підтримка батьківства

У Auchan Україна надають матеріальну допомогу при народженні дитини, за потреби — позику на лікування.

Компанія надає всі відпустки згідно законодавства, окрім цього ще три додаткові відпустки за сімейними обставинами. У декретну відпустку можуть піти як співробітниці, так і співробітники.

«В Auchan Україна чоловіки беруть декретну відпустку по догляду за немовлятами».

В офісі та на об'єктах є кімнати відпочинку, куди співробітники можуть приводити дітей, якщо є така потреба.

На свята працівники компанії, у кого є діти молодшого віку, отримують сертифікати на подарунки. Також у компанії влаштовують майстер класи для дітей — долучитися можуть як діти клієнтів, так і діти співробітників.

Політика відповідального працевлаштування та гендерна рівність

У компанії розповідають, що в командах першочергово створюють середовище та умови, в яких можуть бути залучені різні групи населення. Однак так склалося, що жінок в компанії завжди було більше.



«У складі топменеджменту компанії 50% становлять жінки, включно з CEO. Але варто зазначити, що на жаль, війна гендерну статистику трагічним чином збільшує. Станом на грудень 2025 року в мережі працює значно більше ніж половина жінок від загальної чисельності штату — від лінійних до керівних посад».

У Auchan Україна зазначають, що жінки та чоловіки отримують однакові пропозиції заробітної плати, єдині умови кар'єрного розвитку та способи підвищення рівня професіоналізму. А можливість перекваліфікуватись мають всі співробітники незалежно від статі чи віку. Водночас, у компанії пояснюють, що є професії, які все ж вимагають професійного бекграунду — до прикладу, робота у сфері фінансів.

Auchan Україна має правила стосовно першого кроку знайомства з компанією та процесу найму:

- у вакансіях та при відборі кандидатів відсутні несправедливі вимоги щодо статі;
- є загальне навчання для всіх менеджерів щодо неупередженого рекрутменту, базуючись саме на компетенціях кандидатів, а не їхній статі (навчання проводять щороку в рамках школи менеджерів);
- і жінки, і чоловіки проходять однакові інтеграційні навчання, отримують однаковий соціальний пакет.

До того ж Auchan Україна має Політику відповідального працевлаштування. Її основний меседж:



«Ми не виділяємо окремих привілеїв для однієї категорії працівників, а отже всі працівники мають право і можливості розвитку, а кандидати право на розгляд їх кандидатури виключно на основі компетенцій».

Зокрема, у межах Corporate Sustainability Reporting Directive (Директива про корпоративну звітність у сфері сталого розвитку) компанія збирає дані щодо кількості жінок та чоловіків, які мали мінімум одну зустріч на рік з керівником з оцінювання щодо своїх компетенцій та результатів.



«Незалежно від віку, статі, посади тощо кожен працівник, який пройшов період адаптації (3+ місяці), має таку зустріч у визначений компанією період і можливість говорити про свій розвиток».

Ми не зупиняємось у покращенні умов праці та турботі про наших співробітників, тож 2026 рік компанія присвячує проходженню аудиту для отримання міжнародної сертифікації Top Employer, що підтверджує найкращі умови праці та прогресивні HR-практики.

Підтримка петперентів

Auchan Україна підтримує клієнтів-петперентів. Зокрема, у червні 2025 року в київському магазині на Либідській запустили тестовий проєкт «Песомобіль». З листопада того ж року до проєкту долучились інші магазини мережі.

У компанії розповідають, що вони отримали позитивні відгуки від клієнтів, деякі навіть «залишали дописи та подяки» у соцмережах.



«У середньому в одному з магазинів за місяць візком, куди можна посадити песика, користуються 120 клієнтів. У листопаді і грудні було більше — близько 300 клієнтів».

Щодо співробітників — наразі запитів не виникало, але керівництво компанії готове вислухати пропозиції петперентів.

Напряму турботи про психічного здоров'я співробітників

З початком повномасштабного вторгнення у компанії почали приймати рішення, які були необхідні для особистої стійкості всіх команд.

До прикладу, Auchan Україна закриває всі свої об'єкти під час повітряних тривог:



«Це рішення є нашим непорушним правилом безпеки для співробітників та клієнтів, незважаючи на чималі фінансові втрати, які це тягне за собою. Це ціна, яку ми свідомо платимо за спокій наших людей».

Також у компанії говорять, що з 24 лютого 2022 року гнучкість стала не просто опцією, а необхідністю, яка до сьогодні залишається актуальною. Наприклад, для співробітників розширили графіки роботи, оскільки хтось виїхав за кордон, а хтось релокувався в межах країни.



«Кожен керівник чи керівниця залишалися на постійному зв'язку зі своєю командою, графіки максимально адаптували, впроваджуючи гібридні формати роботи, щоб забезпечити співробітникам відчуття стабільності та контролю в умовах повного хаосу».

Компанія фінансово підтримала тих, хто цього потребував: надала допомогу працівникам, які втратили роботу через закриття магазинів у зоні бойових дій; виділила ресурси для тих, хто продовжував працювати в найскладніших умовах — на лініях фронту чи в тилу. Для співробітників, які були змушені виїхати з України, компанія організувала осередки допомоги та супроводу. Це відбувалося за підтримки колег з інших країн, де працює Auchan, зокрема в Польщі.



«Понад 100 співробітників знайшли там прихисток та отримали підтримку у вирішенні логістичних, адміністративних та побутових питань. Понад 70 співробітників отримали працевлаштування в магазинах нашої мережі в інших країнах. Хоч це й означало втрату цінних кадрів для бізнесу в Україні, прагнення допомогти своїм колегам було першочерговим».

Результати напряму турботи про психічне здоров'я співробітників з 2022-2025 роки:

1. Тренінгові програми:

- ➔ Навчання «Самодопомога плюс» від ВООЗ (Всесвітньої організації охорони) — вільне до відвідування. За 2023 вдалося провести 1 986 годин такого навчання.
- ➔ У 2023 році до 90% штату компанії прослухали матеріали від зовнішніх аніматорів на тему турботи про психічне здоров'я: навчання «Стреси війни», тренінг «Як бути в ресурсі», сесія для керівників «Ресурси менеджера: жити, працювати, мотивувати», сесія для команди HR «Тілесні практики набуття ресурсу», сесія для команди HR «Реінтеграція ветерана».
- ➔ У 2025 році проведено 4 сесії навчання «Страхи війни» та «Як тримати себе в ресурсі» для співробітників з порушеннями слуху від Сергія Кучеренко (дипломований лікар, бізнес тренер, засновник платформи HealthPromo).
- ➔ З 2025 року запущено новий тренінг «Емоційне вигорання та ментальне здоров'я».
- ➔ На щомісячній основі з другого семестру 2025 року зовнішній тренер Сергій Кучеренко проводить тематичні тренінги.
- ➔ Навчання з домедичної допомоги проводять на всіх об'єктах Auchan Україна.

2. Компанія надає додаткові вихідні, щоб команди проводили час з сім'ями, дбали про свій психічний стан (2023 +1 день, 2024 +2 дні, 2025 +5 днів, а у 2026 році планують запровадити 6 додаткових вихідних днів).
3. Створено окрему робочу групу, котра слідкує за «градусом ментального стану» та розробляє, за потреби, корисні активності для співробітників. Наприклад, два роки поспіль в компанії проводять «Тиждень ментального здоров'я» (що включає додатковий вихідний день 10 жовтня або напередодні цього дня, а також різного формату активності, до прикладу, цвяхостояння).
4. Події у напрямі піклування про здоров'я: творчі майстерні з малювання кавою/вином/ароматерапії, соціальні заходи, тренінги, неформальні зустрічі з керівництвом тощо.
5. Онлайн-спільнота: запущено спільноту психічного здоров'я на внутрішній корпоративній платформі компанії — Birdu. Є окремі аніматори спільноти, котрі наповнюють платформу тематичними сюжетами (вправами, порадами, відео тощо).
6. Безпека та евакуація: продовжується евакуація з пріоритетом безпеки, що безпосередньо впливає на психічний спокій команд. Побудовані окремі сховища нового зразка для команд логістики.
7. Ранкова підтримка: після складних ночей організується пригощання кавою та смаколикками, а також емоційна підтримка з можливістю поговорити з колегами.

8. Діагностика психічного стану: впроваджено тести/діагностику на зібраннях допоміжних служб для оцінки загального психічного стану співробітників.
9. Консультації психолога, які покриваються страховою програмою.
10. Постійне інформування співробітників про джерела психологічної допомоги, зокрема через внутрішні комунікації (навчальна платформа ІnKa, внутрішня корпоративна газета AuchanNews).
11. Оптимізація зустрічей: зменшено кількість зібрань та комітетів для позитивного впливу не лише на продуктивність, а й на психічний стан. Наприклад, кожен останній понеділок тижня у дирекції HR немає щотижневого зібрання.

Водночас компанія підтримала ініціативу волонтера Антона Семенова у виданні збірки про психологічну підтримку ветеранів «Як ти, ветеране?», надавши фінансову підтримку у розмірі майже 100 000 грн. А також з цієї книги були впроваджені поради відділом навчання Auchan Україна в програму адаптації ветеранів.

Соціальні ініціативи та волонтерство

Auchan Україна реалізує свою стратегію корпоративної соціальної відповідальності. Головні цілі компанії у реаліях війни звучать так:



«Бути таким бізнесом, який відповідає потребам громади та партнерів; слухає і чує, підтримує свої команди, а особливо — готується до повернення наших захисників та захисниць».

Зокрема, команди HR сприяють залученості співробітників у соціальні активності різних масштабів. Зовнішній благодійний фонд — «Фундація Auchan» — запустив конкурс пошуку соціальних проєктів.



«А ще ми вдячні нашим клієнтам, котрі і “Сніжану” нагодують (благодійна активність для тварин у співпраці з Save Pets of Ukraine), і молоді із синдромом Дауна допоможуть (благодійний збір коштів протягом березня 2025 року для підтримки всеукраїнської батьківської організації “Даун Синдром”）」, — розповідає Злата Костюк.



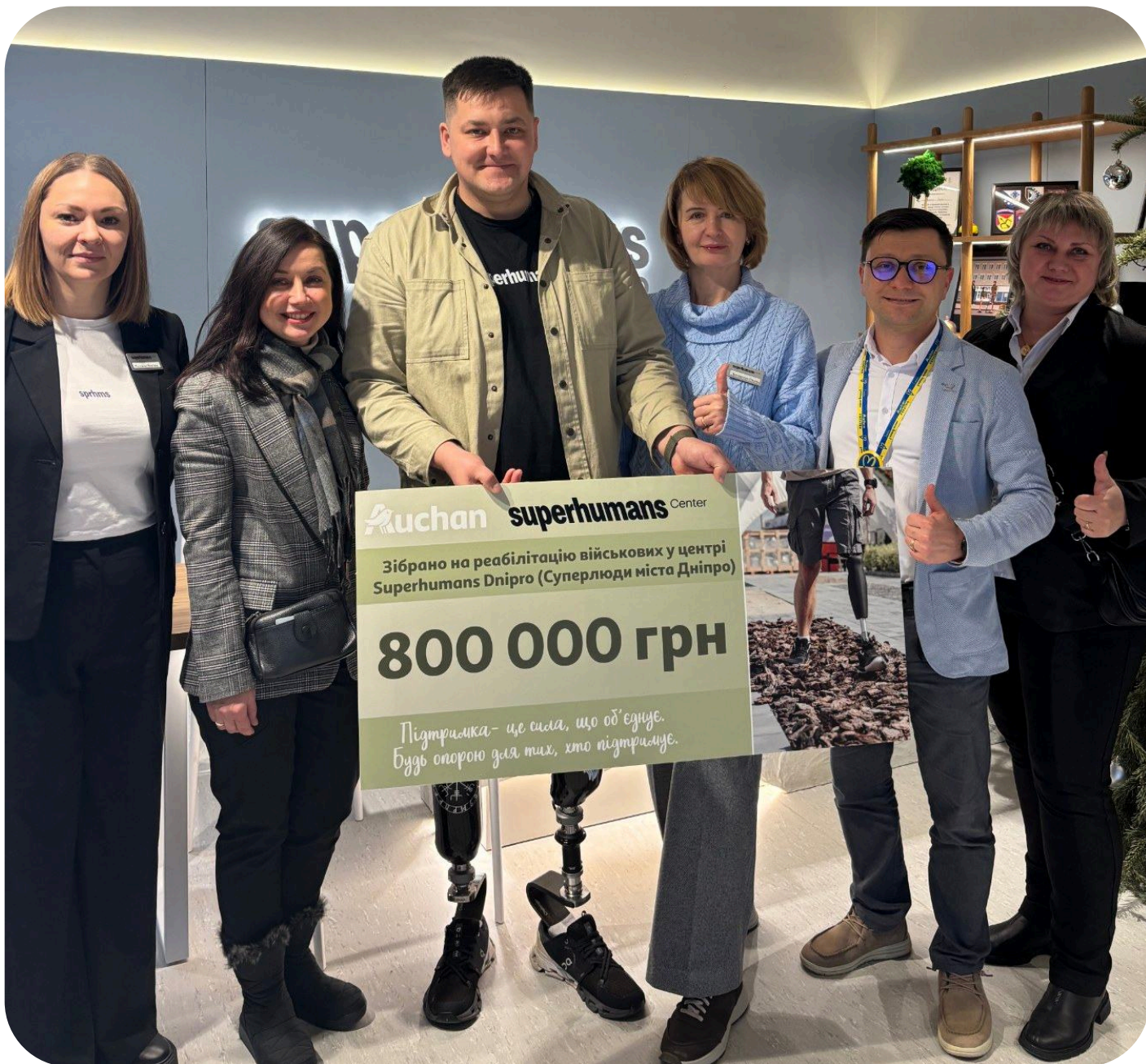


«Важливо додати, що ми не лише організовуємо збори, а й фінансово долучаємось до них».

Ключові результати соціальних ініціатив компанії у 2025 році:

- ➔ **756 активностей** у напрямках зменшення харчового марнотратства, екології, допомоги населенню та захисникам України, розвитку соціальних партнерств та реалізації благодійних ініціатив;
- ➔ **5 861,5 годин** волонтерства (та 8 444 співробітників-волонтерів всіх об'єктів взяли участь у цих подіях);
- ➔ **100 000 грн** склав внесок компанії у рамках благодійного пробігу під каштанами, на потреби дітей з хворобами серця;
- ➔ **54 000 євро** отримали партнери ГО «Розвиток громади» в рамках конкурсу від благодійного корпоративного фонду «Фундація Auchan»;
- ➔ **350 000 грн**, зібраних протягом організованого збору для ВБО «Даун Синдром»;
- ➔ **800 000 грн**, зібраних протягом організованого збору коштів для всеукраїнського центру воєнної травми Superhumans в місті Дніпро.





Підтримка ЗСУ

Один з важливих пріоритетів Auchan Україна — допомога захисникам та захисницям. Тому в компанії є окремий Комітет Благодійності на чолі з членом ТОП-менеджменту країни — він координує запити від різних міністерств, благодійних фондів, лікарень, національної поліції, військово-цивільних адміністрацій та від окремих військових частин.



«До прикладу, військові частини ми підтримуємо від першого дня війни на постійній основі у місті Дніпро. Інколи запити оброблюємо та передаємо день в день, особливо коли все це іде одразу “на нуль” та потрібно “вже зараз”».

У 2025 році Auchan Україна запровадила програму лояльності для захисників та захисниць: 5% кешбеку на всі покупки за умови посвідчення УБД.



«Також, наша мережа підтримала ініціативу “Створено Захисниками”. Ця ініціатива Мінветеранів спрямована на підтримку бізнесу ветеранів та членів їхніх сімей, пропонуючи покупцям якісні локальні товари. Тож на полицях магазинів є спеціальні полиці з продукцією під цим брендом, зокрема це органічна продукція з кизилу від FatBerry та гострі соуси від Вогняр».

За 2022-2025 роки компанія надала 61 118 972 гривень загальної допомоги захисникам та жителям України. Також Auchan Україна організувала гарячі обіди та передала 378 тонн товарів ЗСУ, Національній гвардії та поліції, лікарням, благодійним фондам.

Цифрова доступність

У компанії розповідають, що Auchan Україна вже почала впроваджувати цифрову доступність. До прикладу, контент цифрових ресурсів компанії подається у різній формі для легкості сприйняття (аудіо, текст, обов'язкові субтитри для відео).



«Інтерфейси працюють з будь-якими пристроями, а також сумісні з різними браузерами та асистивними технологіями. Тексти є легкими для читання, а навігація передбачувана».

Сайт та додатки компанії, включно із матеріалами для внутрішньої комунікації, передбачають:

- достатній контраст;
- логічну структуру;
- відсутній автозапуск медіа (відео/аудіо);
- інтуїтивно зрозумілий інтерфейс;
- підтримку різних браузерів (кросбраузерність).



Як МХП

розвиває громади, підтримує мобілізованих працівників та ветеранів, створює мережу адаптивних просторів



МХП — міжнародна компанія у сфері харчових та агротехнологій. Має виробничі потужності в Україні, Іспанії та країнах Південно-Східної Європи.



МХП

Компанія розвиває понад 15 брендів їжі та спільно з партнерами — кілька мереж, зокрема магазини «М'ясомаркет» і заклади Döner Маркет. На сьогодні МХП об'єднує понад 38 тисяч працівників в Україні та за кордоном.

Як МХП інтегрує принципи різноманіття, справедливості та інклюзії? Як допомагає розвивати громади? Які напрями у соціальних ініціативах компанія вважає пріоритетними? З чого складається програма супроводу військових, ветеранів та їхніх родин? Чому допомагає розвивати адаптивний спорт?

Стратегія як реакція на актуальні виклики

У стратегії сталого розвитку до 2030 року компанія приділила увагу соціальній складовій. Серед основних напрямів: розвиток громад, підтримка військових, ветеранів та ветеранок, їхніх родин; DEI (Diversity, Equity, and Inclusion — різноманіття, рівність та інклюзія).



«Інвестиції в людей є системним напрямом стратегії. Ми розвиваємо масштабовані системи управління результативністю наших працівників, безперервним навчанням, розвитком лідерства та кар'єрних траєкторій. Посилюємо стандарти безпеки й добробуту та інтегруємо інклюзивність у щоденні управлінські практики», — говорить Анастасія Громова, заступниця головного виконавчого директора з досвіду та успіху співробітників.

У МХП розповідають, що компанія закріплює принципи інклюзії та рівних можливостей у кадрових процесах. І розширює програми працевлаштування та навчання для людей з різним досвідом і індивідуальними потребами.

Архітектурна доступність

У стратегії сталого розвитку серед цілей є «Покращення добробуту шляхом створення доступних зон для зняття стресу».



Компанія розпочала з вивчення теми фізичної доступності просторів та після провела аудити на своїх виробництвах, у центральному офісі, а також в офісі БФ «МХП-Громаді» в Ладжині. Після отримання всіх рекомендацій компанія склала план по підвищенню рівня доступності, і продовжує працювати у цьому напрямі.

Наприклад, офіс «МХП-Громаді» одразу будували та робили дизайн консультуючись із залученими спеціалістами, і зробили його доступним.

Робота благодійного фонду, який допомагає розвивати громади

Благодійний фонд «МХП-Громаді» — стратегічний партнер компанії МХП, який понад 10 років впроваджує системні зміни у понад 700 населених пунктах у 13 областях України.



«Місія фонду будувати сильні, розвинені громади, де кожна людина має умови для гідного життя, рівних можливостей, особистого і професійного зростання, де шанують українську культуру та традиції», — зазначає Олександр Пахолук, директор Благодійного фонду «МХП-Громаді».

На сьогодні Фонд реалізує сотні ініціатив у різних регіонах України — від підтримки соціальних проєктів і розвитку громад до програм у сферах культури, освіти, ветеранської реінтеграції та підприємництва.



«За весь час діяльності Фонд спрямував на соціальні ініціативи понад 1,5 млрд гривень, підтримав розвиток 683 малих і середніх бізнесів та реалізував сотні проєктів, що допомогли понад 3,2 млн людей у громадах», — наголошує Олександр Пахолук, директор Благодійного фонду «МХП-Громаді».

Фонд підтримує громади через грантові конкурси, спрямовані на розвиток малого та середнього локального бізнесу та покращення якості життя. Один із напрямів — підтримка ветеранського підприємництва в межах конкурсів «Варто робити своє» та «Роби своє». Учасники програм можуть представити власні бізнес-ідеї, отримати грантове фінансування, а також консультаційну й менторську підтримку для запуску або розвитку справи.



Також МХП разом із Благодійним фондом «МХП-Громаді» проводить конкурс соціальних ініціатив «Час діяти, Україно!». Його пріоритетні напрями: реінтеграція та реабілітація ветеранів; відновлення та розвиток громад; енергетична безпека та посилення автономності; розвиток інклюзивності та доступності; збереження традицій та культурної спадщини.



«У 2026 році ми свідомо посилюємо акцент на енергетичній безпеці громад. Сьогодні школи, лікарні, соціальні установи працюють у складних умовах — перебої з електропостачанням напряду впливають на якість послуг для людей. Через конкурс громади можуть залучити фінансування для впровадження альтернативних джерел енергії, підвищення енергоефективності будівель та створення резервних систем живлення. Це інвестиція не лише в економію ресурсів, а в стабільність і безперервність роботи критично важливої інфраструктури», — говорить Олександр Пахолук, директор Благодійного фонду «МХП-Громаді».



Також МХП і Благодійний фонд «МХП-Громаді» підтримують ініціативи, які допомагають людям, що опинилися у непередбачуваних ситуаціях. До прикладу, разом з благодійним фондом «Іскра Добра» вдалося забезпечити гарячими обідами жителів Київщини, які залишилися без електропостачання внаслідок ворожих обстрілів. Загалом за рік в межах ініціативи «FoodTruck: Їжа без кордонів» вдалося видати понад 460 тисяч порцій гарячих обідів у прифронтових областях.

Підтримка мобілізованих працівників, ветеранів та ветеранок

У компанії розробили програму індивідуального супроводу та комплексної підтримки військових, ветеранів та їхніх родин — вона має назву «МХП Поруч».



«Підтримка військових, ветеранів та їхніх родин — системна відповідальність МХП. Сьогодні тисячі наших співробітників захищають країну, ще понад тисяча ветеранів працює в компанії. Від моменту мобілізації до повернення в цивільне життя кожен отримує супровід і підтримку компанії. “МХП Поруч” об’єднує це в цілісну систему: від першого запиту до конкретних рішень, що допомагають відновлюватися та повертатися до активного життя підтримуючому середовищі», — говорить Павло Мороз, директор Департаменту корпоративної соціальної відповідальності МХП.



На сьогодні понад 3000 співробітників МХП знаходяться на фронті. Понад 1000 ветеранів працевлаштовані у компанії. У МХП зазначають, що це приблизно 10% від загальної великої команди.



«За цими цифрами стоять конкретні люди, яких ми знаємо і підтримуємо. Програма “МХП Поруч” поєднує ресурси компанії та роботу команди, щоб забезпечити супровід, підтримку, а в подальшому можливість для відновлення і повернення до роботи», — зазначає Павло Мороз, директор Департаменту корпоративної соціальної відповідальності МХП.



У компанії працює Центр із взаємодії з військовими та ветеранами, у ньому функціонує 39 фахівців. Серед них чотири групи регіональних координаторів — вони здійснюють індивідуальний супровід військових, ветеранів та їхніх родин. Також є експерт з правового супроводу, невеликий проєктний офіс, який реалізовує ініціативи, пов'язані з відновлення та реінтеграцією ветеранів. Аналітичну та документальну підтримку здійснюють фахівці з супроводу та аналітик бізнес-процесів.

Коли співробітник МХП мобілізується, з ним одразу знайомиться координатор — він інформує про програму «МХП Поруч» і про всі можливості, які можна отримати в межах цієї програми. Зокрема, співробітнику повідомляють про збереження робочого місця та продовження виплати заробітної плати.



«З початку великої війни ми виплатили понад 3 млрд гривень зарплати для мобілізованих працівників. Наше завдання нині — максимально підтримати їх, а також бойові підрозділи, де вони служать», — говорить Марія Мевша, керівниця Центру із взаємодії з військовими та ветеранами МХП.

У компанії розповідають, що МХП допомагає з військовою амуніцією, тактичним спорядженням тощо. Також для працівників, які проходять службу, та ветеранів, компанія забезпечує повний медичний супровід — від регулярних обстежень, лікування, реабілітації до протезування, якщо є така потреба. Разом з цим вони можуть звернутися до психолога, а також отримати юридичні консультації.



«Як для мобілізованих працівників, для ветеранів, так і для членів родини, у нас є безоплатні послуги корпоративного психолога. Причому ці психологи дуже вузько спеціалізовані, вони якраз мають релевантний досвід щодо взаємодії з військовими і ветеранами. Також ми пропонуємо юридичні консультації. Люди можуть звернутися за юридичним супроводом з будь-яких питань, не обов'язково військових, а й цивільних — сімейних, особистих тощо», — наголошує Марія Мевша, керівниця Центру із взаємодії з військовими та ветеранами МХП.



Водночас МХП підтримує сім'ї співробітників, які проходять службу. Наприклад, проводить великі благодійні родинні фестивалі та організовує відпочинок для дітей в Карпатах.



Крім того, у МХП ветеранам надають можливості навчання та професійної перекваліфікації, щоб вони могли опанувати нові навички або розширити наявні. Компанія допомагає повернутися на попередні посади, а за потреби створює адаптовані робочі місця з урахуванням стану здоров'я, можливостей і професійних інтересів людини.



«Компанія створює гнучкі умови праці та надає можливість віддаленої роботи. Це важливо для ветеранів і людей з інвалідністю. За потреби ми адаптуємо робоче місце під конкретні потреби людини та підтримуємо у перенавчанні й розвитку нових навичок. Також у компанії напрацьовані підходи до облаштування спеціалізованих робочих місць», — підкреслює Марія Мевша, керівниця Центру із взаємодії з військовими та ветеранами МХП.

Разом з цим МХП розробили навчальний інтерактивний онлайн-курс «НадЛюди», щоб допомогти співробітникам зрозуміти колег із військовим досвідом і зробити робоче середовище безпечним та інклюзивним. Навчання пройшли керівники всіх ланок і HR-бізнес-партнери — програма дає розуміння викликів, з якими стикаються ветерани після повернення, та практичні підходи до роботи в командах. Також всі співробітники отримують інструменти для щоденної взаємодії, які допомагають формувати підтримуюче робоче середовище.



«Курс “Надлюди” складається з трьох блоків. Перший — про розуміння власного психологічного стану і стану колег під час війни та після повернення. Другий присвячений реінтеграції ветеранів і практичним підходам до взаємодії з ними. Третій — про інклюзивність: базові принципи та їх впровадження в компанії. Для МХП цей курс є інструментом формування робочого середовища, у якому враховують досвід ветеранів і працюють з ним на рівні щоденної взаємодії. Адже від того, як вибудована ця взаємодія в колективах, залежить не лише нове життя ветеранів, а й стійкість країни загалом», — зауважує Інна Захарчук, старша бізнес-партнерка з персоналу МХП.

На сьогодні курс вже опублікований і доступний на платформі Міністерства у справах ветеранів, для масштабування в державній системі підтримки та навчання корпоративних команд взаємодії з військовими та ветеранами.

Водночас у компанії створено програмний комітет програми «МХП Поруч». Це формат регулярних зустрічей керівників, військових і ветеранів, де спільно обговорюють нові ініціативи та розглядають індивідуальні кейси, що потребують нестандартних рішень.

Розширення можливостей працевлаштування та навчання

МХП за підтримки аудиторсько-консалтингової компанії EY реалізує проєкт під назвою No Limits («Без обмежень»). Його мета — розширити можливості працевлаштування та навчання для ветеранів та ветеранок, людей з інвалідністю і людей, які постраждали внаслідок війни.

Зокрема, за програмою «Без обмежень» компанія надає підтримку співробітникам, які отримали травму та мають порушення мобільності. А також тим, хто стикається з труднощами, пов'язаними з війною.



«У цих питаннях важливим є встановлення партнерства з громадами та постачальниками інклюзивного навчання задля відновлення людського капіталу та стійкості в умовах надзвичайної ситуації, що триває»

У межах програми «МХП Поруч» компанія реалізує програми професійної адаптації та формує індивідуальні освітні траєкторії з урахуванням стану здоров'я та попереднього досвіду ветеранів.



У 2025 році ветерани долучалися до кількох освітніх напрямів:



«Оператори дронів» — 50 учасників пройшли навчання з управління агродронами для подальшої роботи в агросекторі;



МНР AgroStar — 8 ветеранів навчаються за програмою підготовки трактористів-машиністів із можливістю подальшого працевлаштування в МХП;



МХП x WebPromoExperts — 11 ветеранів завершили навчання з digital- та AI-напрямів для зміни професійного профілю або розвитку власних проєктів.



«Освітні програми для ветеранів дають практичні навички для повернення до роботи в цивільному житті. Навчання побудоване на прикладних модулях і орієнтоване на запити ринку праці. Учасники можуть опанувати нові напрями або розширити наявні компетенції та сформувавши чітку професійну перспективу після служби», — розповідає Павло Мороз, директор Департаменту корпоративної соціальної відповідальності МХП.

Для частини ветеранів формують індивідуальні освітні маршрути з подальшим супроводом у працевлаштуванні. Один із прикладів — історія ветерана Олександра Шумлянського: після поранення у 2023 році він пройшов тривалий курс лікування та повернувся до роботи на адаптоване робоче місце. Паралельно він опанував нову професію масажиста. Нині на Вінницькій птахофабриці МХП для його роботи облаштовують масажний кабінет.

Доступна реабілітація

У межах «МХП Поруч» компанія розвиває реабілітаційні послуги у громадах. Зокрема, для цього було запуснено проєкт «Відновлені».



«Формування доступної реабілітації в регіонах починається з посилення спроможності лікарень — саме на це спрямований проєкт “Відновлені”. У його межах МХП інвестує в розвиток реабілітаційних послуг у громадах і вибудовує сталі процеси на базі регіональних медичних закладів», — говорить Марія Мевша, керівниця Центру із взаємодії з військовими та ветеранами МХП.

До програми залучені 13 лікарень у семи областях України. Понад 40 медичних директорів і завідувачів відділень пройшли навчання з управління реабілітаційними послугами. Спільно з Українським католицьким університетом розроблено шість навчальних модулів.

Окремий напрям роботи — впровадження рекреаційної терапії як підходу до реабілітації військових і ветеранів на базі адаптивних видів спорту.



Розвиток адаптивного спорту

МХП активно впроваджує культуру адаптивності й інклюзивності у громадах. У роботі з ветеранами та військовими компанія враховує роль спорту у фізичному та психічному відновленні. Тому підтримує розвиток адаптивних клубів у різних регіонах країни.



«Працюючи над програмою “МХП Поруч”, ми побачили, що адаптивний спорт відіграє важливу роль у відновленні та поверненні до активного життя поранених військових і людей з інвалідністю. Водночас у багатьох громадах бракує доступних просторів, обладнання та підготовлених тренерів. Саме тому в межах конкурсу “Час діяти, Нестримні” за два роки ми підтримали створення 35 адаптивних клубів у різних селах та містах країни», — говорить Павло Мороз, директор Департаменту корпоративної соціальної відповідальності МХП.

До прикладу, грантову підтримку отримав адаптивний клуб МСК «Дніпро» — він став одним з переможців конкурсу «Час діяти, Нестримні» (в межах якого можна отримати до 400 тис. гривень).



Станом на сьогодні на базі клубу МСК «Дніпро» займається понад 80 ветеранів та людей з інвалідністю. Працюють секції: ампфутбол, волейбол сидячи, настільний теніс, стрільба з лука, пауерліфтинг, легка атлетика. У планах — відкрити секцію з греблі на тренажерах і плавання.

Ще один приклад — спільно з Федерацією стронгмену України компанія підтримала інклюзивні змагання для військових та ветеранів «Звитяга Нескорених». Учасники змагаються у чотирьох дисциплінах: жим лежачи, веслування на тренажері, аеробайк та ривок гирі.

Також компанія підтримує змагання з риболовлі для ветеранів, заняття з глинотерапії, тренування з адаптивного баскетболу.



Різноманіття, рівність, інклюзія в компанії, а також в малих громадах

МХП інтегрує принципи різноманіття, справедливості та інклюзії (DEI) в ключові корпоративні політики та процеси.

Компанія оновлює усі посадові інструкції з урахуванням компонентів DEI — вони не містять дискримінаційних або стереотипних формулювань, гендерно нейтральні та не створюють бар'єрів для кандидатів і кандидаток. Разом з цим МХП враховує необхідність доступності та адаптації просторів та дотримання політик недискримінації.

Політика HR також включає принципи рівності — не допускається дискримінація за будь-якими ознаками:



«Для МХП принципи різноманіття, справедливості та інклюзії інтегровані в щоденні процеси — від підбору і розвитку людей до організації робочого середовища. Ми переглядаємо політики, прибираємо бар'єри і забезпечуємо рівний доступ до можливостей. Це системна робота, яка формує культуру поваги, прозорості та відповідальності всередині компанії», — зазначає Каріна Булуй, менеджерка проєктів різноманітності, рівності та інклюзії МХП.

Для того, щоб кожен співробітник та співробітниця могли повідомити про неетичні ситуації, компанія створила «Лінію довіри МХП». Вона є інструментом для отримання зворотного зв'язку, також у МХП гарантують конфіденційність усіх звернень.

Окрім внутрішньої роботи з принципами DEI, компанія реалізувала окремий проєкт під назвою «Розробка політик різноманіття, рівності та інклюзії у малих громадах Львівщини». Його впроваджував Благодійний фонд «МХП-Громаді».



«У рамках проєкту розробили комплексні програми DEI для шести громад. Його важливою складовою стала робота з місцевими командами. На кожній локації учасники провели презентації політик, залучивши представників органів місцевого самоврядування, громадського сектору та молоді. Громади готові працювати системно. Коли є знання, залученість молоді, громадського сектору та підтримка партнерів, DEI стає не абстрактним поняттям, а частиною щоденних рішень», — зазначає Каріна Булуй, менеджерка проєктів різноманітності, рівності та інклюзії МХП.

Одним із ключових напрямів цього проєкту стала безбар'єрність. Команди громад спільно з експертами провели аудити безбар'єрності інфраструктури. За результатами цієї роботи було підготовлено шість практичних звітів, а дані з них — інтегровані в розроблені політики DEI.

Гендерна рівність та процес перекваліфікації жінок

У компанії підкреслюють — МХП від самого початку впровадила можливості для кар'єрного зростання незалежно від гендеру:

Разом з цим, реалії створюють нові виклики, тому компанія розпочала процес перекваліфікації жінок на посади, які раніше були «суто чоловічими». У 2025 році в межах програми «Жінки у чоловічих професіях» нові навички у напрямках агро, виробництва та логістики опанували понад 500 жінок.



«Повномасштабна війна змінила структуру команди і водночас відкрила нові можливості для розвитку. Частина наших співробітників сьогодні на фронті, і компанія реагує на ці виклики через системні рішення. Один із таких напрямів — перекваліфікація жінок і розширення їхньої присутності в професіях, де раніше їх майже не було. Це частина довгострокових змін у підходах до роботи, які дозволяють зберігати стійкість бізнесу та відкривати нові кар'єрні можливості для жінок», — говорить Інна Захарчук, старша бізнес-партнерка з персоналу МХП.

Програма підтримки психічного здоров'я



У МХП ще в 2019 році створили окремий підрозділ для піклування про психологічний та психічний стан працівників. Кожен працівник та працівниця можуть спробувати всі варіанти підтримки, які пропонує компанія.

Наприклад, доєднатися до «Школи життєстійкості» — це щотижневі заняття, де досліджуються прості та якісні інструменти для швидкого відновлення, саморегуляції, зниження напруги та стресу, емоційного відновлення.

Водночас співробітники мають можливість отримати індивідуальні консультації психологів та коучів як щодо бізнес-питань, так і щодо особистих запитів.



«МХП створила одну з найбільш розгалужених інхаус-систем підтримки психічного здоров'я в українському бізнесі. Через навчальні програми, групові формати та індивідуальні запити, команда фахівців працює з кризовими станами та розвитком навичок стійкості.



Це дозволяє забезпечити доступ до професійної допомоги для тисяч працівників і формувати культуру, у якій турбота про психологічний стан є частиною щоденної роботи», — говорить Юлія Горбачова, керівниця відділу ментального здоров'я МХП.

Також всі бажаючі мають змогу відвідати події, спрямовані на підвищення обізнаності про психічне здоров'я, техніки самопідтримки.

Підтримка захисників та захисниць

Компанія регулярно підтримує Сили оборони України через благодійні спортивні активності та співпраці з іншими організаціями.

Зокрема, під час благодійних забігів МНР Run4Victory в 2025 році вдалося зібрати більше 5 млн гривень. Кошти були спрямовані на закупівлю дронів та роботизованих комплексів для військових підрозділів.

У 2026 році кошти, що будуть зібрані завдяки благодійним забігам, відправлять на протезування і реабілітацію військових та ветеранів.



«Ми біжимо, щоб відновити себе і підтримати відновлення захисників та захисниць. У 2026 році благодійні забіги МНР Run4Victory відбудуться 16–17 травня у Києві та 19–20 вересня у Черкасах, до Дня міста. 100% коштів і донатів із забігу в Києві буде спрямовано на відновлення захисників у Protez Foundation, у Черкасах — на реабілітацію в медичному центрі МСК “Дніпро”. Це спосіб об'єднати людей навколо підтримки та зробити внесок у відновлення тих, хто захищає країну», — говорить Олександр Пахолук, директор Благодійного фонду "МХП-Громаді".

Також «МХП-Громаді» разом з благодійним фондом «Тихо» реалізували спільні ініціативи для підтримки військових.

Окрім цього, МХП проводить креативні збори із залученням відомих блогерів. Зокрема, стрімер Михайло Лебіга завітав на ферму у Вінницькій області, де провів благодійний онлайн-ефір на підтримку військових.



«Під час трансляції активні глядачі задонатили 1 млн гривень на підтримку 59 окремої штурмової бригади безпілотних систем ім. Якова Гандзюка. Після завершення стріму МХП та «МХП-Громаді» збільшили суму допомоги до 7 570 000 гривень. Це дозволило закрити частину актуальних потреб підрозділу та оперативно передати необхідне обладнання на передову», — говорить Павло Мороз, директор Департаменту корпоративної соціальної відповідальності МХП.





ROZETKA

Як ROZETKA

підтримує повернення ветеранів до цивільного життя, адаптує робочі процеси та навчає співробітників знаходити екологічні рішення



ROZETKA — частина групи компаній Rozetka-EVO. Компанія була заснована у 2005 році.



ROZETKA

ROZETKA поєднує онлайн-продажі із розгалуженою мережею точок видачі: по всій Україні працює понад 500 власних і франчайзингових відділень у понад 160 населених пунктах.

Як ROZETKA підтримує мобілізованих працівників та допомагає колегам-ветеранам повернутися на роботу? Як навчає співробітників коректній взаємодії? Як адаптує робочі процеси? Чи підтримує психічне здоров'я команд? Про це розповідає Руслана Харченко, HRD (Human Resources Director) ROZETKA.

Людяність та реакція на зовнішні обставини

У ROZETKA працюють над тим, щоб клієнтам було комфортно взаємодіяти з компанією в будь-якій точці дотику — у офлайн-магазинах, на сайті, з кур'єрами, в застосунку, в чатах з консультантами.

Такий підхід застосовують і до співробітників:



«Ми давно обрали для себе стратегію, що люди — понад усе. Ми навчаємо співробітників регуляції свого ресурсу та вмінню коректно комунікувати у будь-яких ситуаціях, завжди виступаємо за те, щоб людям було з нами приємно та комфортно».

Для компанії важливо отримувати зворотний зв'язок та дотримуватися коректної взаємодії з клієнтами.



«Ми отримуємо різні інсайти при спілкуванні з клієнтами, намагаємося дослухатися до кожної думки. Наприклад, є клієнти, які потребують додаткової підтримки, яким приємно, коли працівники відділень піклуються про них і допомагають їм. Але буває також інша реакція, коли кажуть “все добре, мені не треба допомога”. Тому наші співробітники мають розуміти правила коректної взаємодії, щоб не розгубитися та знати, як діяти».

Також працівників відділень ROZETKA навчають орієнтуватися під час стресових ситуацій.



«Співробітникам відділень пояснюють, як діяти в різних ситуаціях і як реагувати, якщо клієнт знаходиться у стані стресу. Їх вчать швидко реагувати на зовнішні обставини, знаходити екологічні рішення, піклуватися про себе та свій ресурс. Також співробітники проходять тренінги з першої домедичної допомоги».

У компанії розповідають, що в кризові періоди заздалегідь готуються до різних сценаріїв. Працівників інформують про можливість скористатися офісом як безпечним простором — зокрема у випадках, коли після обстрілів бувають перебої з електропостачанням.



«ROZETKA враховує, що ситуації можуть бути різними, і іноді людині терміново потрібне безпечне місце для відпочинку чи ночівлі. Такі процеси організовані заздалегідь».

Підтримка мобілізованих працівників та повернення ветеранів на роботу

На сьогодні 480 співробітників ROZETKA служать у лавах ЗСУ. Компанія підтримує з ними зв'язок та забезпечує необхідними речами.

«Компанія підтримує працівників вже з першого дня мобілізації. Ми виділяємо матеріальне забезпечення і допомагаємо з речами: одягом, взуттям, аптечками, спальниками, карематами тощо. Все це є у нас на сайті».



«На початку були ситуації, коли речі не підходили, щось потрібно було поміняти. А зараз ми настільки знаємо наших хлопців і дівчат, які проходять службу в ЗСУ, що навіть пам'ятаємо їхні розміри взуття».

Кожного тижня команда волонтерів ROZETKA збирається на зустріч і обговорює, з ким із мобілізованих працівників вийшли на контакт, і які потреби необхідно закрити. Також у компанії є людина, яка відповідає за ветеранську політику — вона займається адміністративною частиною цих питань.

У ветеранських політиках ROZETKA є важливий пункт: всі працівники та працівниці, які проходили службу і наразі повертаються до цивільного життя, мають гарантію того, що вони можуть повернутися в компанію на свої робочі місця.



«Наші співробітники дуже активно відгукуються, коли наші ветерани просять допомогти їм з різними справами. До речі, відгукуються не тільки працівники ROZETKA, а й їхні родичі, друзі, знайомі».

Компанія готова інвестувати кошти, щоб облаштувати доступне середовище. Також ROZETKA має домовленість із реабілітаційним центром: співробітники-ветерани можуть проходити реабілітацію за рахунок компанії.

У ROZETKA додають, що, окрім підтримки своїх працівників після повернення до цивільного життя, компанія також відкрита до працевлаштування ветеранів і ветеранок, які відгукуються на вакансії.

Водночас ROZETKA готова допомагати своїм співробітникам із пошуком роботи в інших компаніях.



«До прикладу, наш колега-ветеран повернувся до цивільного життя у відділ, де він раніше працював. А через якийсь час він сказав, що хоче спробувати себе в іншій сфері, і ми допомогли йому знайти нову роботу».

Крім того, ROZETKA підтримує співробітників, чиї рідні долучилися до Сил оборони України. А також залишається на зв'язку з родинами загиблих працівників:



«Вони продовжують бути частиною нашої спільноти, ми підтримуємо контакт з дітьми загиблих працівників».

Підтримка батьківства та дитяча кімната

У ROZETKA є стандартні практики підтримки батьків: це гнучкий графік роботи, можливість працювати з дому, а також індивідуальні рішення — наприклад, більш ранній вихід у декрет або додаткова відпустка залежно від стану здоров'я та індивідуальних потреб.

Окремо в компанії розвивають формат дитячої кімнати. Її почали активно впроваджувати у 2022 році — передусім у зимовий період і під час відключень електроенергії, коли робота дитячих садочків була нестабільною.



«Дитяча кімната працює за потреби — наприклад, коли дітей немає з ким залишити. Для цього є окрема кімната, де діти можуть проводити час — зокрема навчатися або відпочивати. Простір облаштований відповідно до потреб дітей».

Підтримка психічного здоров'я



У компанії також уклали контракт із платформою [Rozmova](#) — сервісом, де можна підібрати фахівця для психологічної підтримки, консультацій або терапії.



«Ми обрали такий формат через його гнучкість. На відміну від моделі з одним корпоративним психологом, платформа дає змогу працівникам самостійно обирати спеціаліста — з урахуванням особистих уподобань, запиту чи комфорту у взаємодії».

Окремі умови передбачені для ветеранів і ветеранок, а також для співробітників, які проходять службу в Збройних силах України. Для них діє розширена підтримка — без обмеження кількості сесій. У ROZETKA зазначають, що працівники користуються цією можливістю.



Водночас ROZETKA працює над тим, щоб внутрішня спільнота компанії підтримувала соціальні зв'язки. Для цього компанія долучає досвід волонтерських організацій, наприклад, використовує посібники «Як ти, брате?» — у них зібрані практики про збереження стосунків, відновлення контактів та надання підтримки одне одному під час війни.

Рівні можливості та адаптація робочих процесів

Принципи гендерної рівності закріплені в політиках ділової поведінки ROZETKA. Вони регулюють взаємодію в команді та передбачають рівні можливості для всіх працівників та працівниць.



Окремий напрям роботи — це розширення можливостей для жінок у професіях, які традиційно вважалися «чоловічими». Зокрема, у компанії вже є жінки-водійки.

На додачу до перекваліфікації, компанія також адаптує робочі процеси та умови праці, автоматизуючи рутинні задачі.

У ROZETKA підсумовують, що поєднують обидва підходи — і навчання новим ролям, і адаптацію робочого середовища. Часто зміна процесів дає більш стійкий результат і відкриває більше можливостей для різних людей.

Підтримка соціальних проєктів та активностей

У компанії є внутрішній інформаційний портал, який об'єднує працівників навколо спільних ініціатив і цінностей. Через нього команда ділиться новинами, а також залучає співробітників і їхні родини до різних активностей.



«Йдеться не лише про матеріальну підтримку, а й про відчуття зв'язку — коли військові отримують посилки з листівками та словами вдячності, це має додаткову цінність».

У ROZETKA підкреслюють, що такі ініціативи допомагають нагадувати про спільну відповідальність і підтримку.



lifecell

Як lifecell

підтримує жінок у технічних професіях, трансформує простори, підтримує родини загиблих співробітників-військовослужбовців



lifecell — український постачальник електронних комунікацій, який надає послуги мобільного зв'язку та передачі даних на основі швидкісного інтернету. Станом на кінець 3 кварталу 2025 року lifecell обслуговує 9,8 млн абонентів.



lifecell

lifecell входить в групу компаній DVL — платформу, що об'єднує бренди електронних комунікацій Датагруп, Volia і lifecell та пов'язані з ними компанії. Група компаній забезпечує повний спектр послуг зв'язку: мобільний, фіксований доступ до інтернету (включно зі супутниковим зв'язком), а також телебачення.

Як lifecell реагує на реалії воєнного часу? Як робить простори доступнішими для клієнтів? Як підтримує дітей полеглих співробітників-військовослужбовців? Які можливості створює для залучення жінок до технічних спеціальностей? Які соціальні ініціативи підтримує?

Реакція на актуальні виклики

Компанія lifecell формує стратегію розвитку, спираючись на ключові виклики телеком-ринку та реалії воєнного часу. Основний фокус — надійність і безперервність зв'язку в будь-яких умовах.



«Ми інвестуємо в стійкість мережі, автономне живлення обладнання, модернізуємо інфраструктуру, розширюємо покриття в регіонах, адже зв'язок є критично важливим. Одночасно посилюємо кібербезпеку, автоматизуємо операційні процеси та працюємо над новими актуальними послугами для бізнесу й населення».

«Наша основна мета — забезпечувати якісний та стабільний зв'язок за будь-яких обставин, а також підтримувати наших абонентів і країну».

lifecell проводить глибокий аналіз внутрішніх процесів компанії з точки зору кращих практик у сфері реінтеграції ветеранів, щоб запустити повноцінний проєкт.



«До роботи буде залучено зовнішніх партнерів із провідною експертизою у сфері ветеранської підтримки. Результатом стане комплексне навчання команди, оновлення політик та вдосконалення процесів, щоб створити найкращі умови для успішної реінтеграції ветеранів та їхньої подальшої залученості в команді».

Також компанія допомагає співробітникам піклуватися про психічне здоров'я — вони можуть отримати консультації психолога в межах пакету медичного страхування.

Архітектурна доступність та підвищення рівня сервісу

lifecell провела аудит доступності своїх магазинів та почала реалізацію змін — всередині та ззовні.



«Компанія врахувала рекомендації щодо створення доступних просторів. Ми збільшили прохідний простір всередині магазинів. Перевірили доступність входу, ширину проходів, наявність пандусу, якщо є сходи, читабельність навігації».



«Ми встановили тактильну навігацію, розмістили інформаційні таблички, продубльовані шрифтом Брайля з інформацією про магазин, режим роботи. Додали відкидну полицку в прикасовій зоні для обслуговування та автономності клієнтів з інвалідністю».

Водночас компанія провела навчання персоналу по підвищенню рівня сервісу та чутливості до потреб клієнтів з інвалідністю. У планах — реалізувати послугу перекладу жестовою мовою для клієнтів з порушеннями слуху.

Підтримка мобілізованих співробітників

В компанії запровадили ініціативи підтримки ветеранів та мобілізованих співробітників. Зокрема, lifecell забезпечує закупівлю необхідного спорядження для мобілізованих колег.



«Також ми регулярно підтримуємо збори, які організовують наші співробітники для потреб своїх підрозділів».

Група компаній DVL, частиною якої є lifecell, 4-ий рік поспіль реалізує проєкт «Наші діти», який підтримує дітей, що втратили одного або двох батьків через війну. Дітей полеглих співробітників до досягнення повноліття також долучають до цієї програми.



«У межах цієї ініціативи в разі втрати компанія бере на себе зобов'язання щомісячно виплачувати дитині загиблого військового співробітника 10 тис. грн до досягнення нею 18 років. Ця програма дасть нашим мобілізованим співробітникам упевненість, що їхні діти не залишаються наодинці навіть у найскладніших ситуаціях».

Підтримка батьківства та створення дитячої кімнати

У компанії зазначають, що надають всі передбачені законодавством додаткові відпустки для батьків. Також у lifecell діє додаткова фінансова мотивація, яка допомагає жінкам за бажанням раніше повертатися з декретної відпустки.

Співробітники та співробітниці lifecell можуть працювати у гібридному форматі роботи, який закриває потребу в «днях не в офісі» та дозволяє більш гнучко поєднувати роботу й піклування про дітей.

Водночас компанія планує створити дитячу кімнату, щоб співробітники та співробітниці могли взяти на роботу дітей, коли є потреба працювати з офісу.



«Наразі ми працюємо над створенням дитячої кімнати в офісі (без послуги няні), щоб забезпечити батькам комфортний простір для перебування з дитиною».

Різноманіття, рівні можливості та навчальна платформа для співробітниць

У lifecell розповідають, що компанія підтримує рівність можливостей для всіх — це один із ключових принципів корпоративної культури та сталого розвитку.



«Ми віримо, що різноманітність підсилює інновації та створює умови для сильніших команд».

Для підвищення обізнаності компанія проводить внутрішні навчання із залученням зовнішніх спеціалістів — вони спрямовані на посилення знань у темі різноманіття, рівних можливостей та інклюзії. Наразі співробітники компанії вже пройшли курс з 5 навчальних вебінарів на цю тему.

Також триває курс для керівників на тему інклюзивного лідерства та формування різноманітних команд:



«За результатами внутрішнього опитування 85% респондентів визначили тему навчання, як дуже актуальну та необхідну. 78% зазначили, що планують використовувати отримані знання в роботі та житті».

У lifecell створюють можливості для перекваліфікації та залучення жінок до технічних спеціальностей. Компанія запустила навчальну платформу, де співробітниці зможуть опанувати різні професії.



«Ми створюємо середовище, де рішення ґрунтуються на здібностях та амбіціях, а не на стереотипах. У листопаді 2025 року компанія запустила внутрішню навчальну платформу для співробітниць, що допомагає опанувати нові навички та професії, традиційно менш доступні для жінок: бізнес-аналітикиня, фахівчиня технічної служби та менеджерка з продажу мобільного зв'язку та інтернету. На початок грудня 2025 року вже отримано 50 заявок на навчання, а у листопаді стартувала перша навчальна програма».

Водночас компанія вважає важливим популяризувати жінок у технічних та «традиційно чоловічих» професіях — у внутрішньому дайджесті регулярно публікують історії співробітниць, які розвиваються в технічних напрямках та надихають інших обирати й будувати кар'єру в технологічній сфері.

Підтримка соціальних проєктів

Одним із ключових напрямів благодійної діяльності компаній групи DVL (lifecell, Датагруп, Volia) є допомога дітям, що втратили батьків внаслідок війни, та дітям, які мають різні захворювання. Щомісячна підтримка становить 1,56 млн гривень.

Благодійний проєкт «Наші діти», започаткований влітку 2022 року, на сьогодні опікується 219 дітьми до 18 років, які через війну втратили одного чи обох батьків.



«Компанії групи DVL допомагають 156 дітям, інших дітей підтримують партнери — бізнеси та приватні особи».

Ініціативу «Наші діти» реалізують у співпраці з благодійним фондом «Я Майбутнє України» та Ювенальною поліцією України. Завдяки цьому окрім фінансової допомоги діти також отримують соціальну, психологічну, юридичну та іншу підтримку. Також з червня 2025 року група компаній DVL забезпечила мобільним зв'язком від lifecell дітей проєкту «Наші діти» (до досягнення повноліття).

Кілька років поспіль компанії групи DVL також надають допомогу шелтеру «Місто добра» в Чернівцях, при якому працює дитячий хоспіс «Дім Метеликів». Там надають комплексний догляд за дітьми, які мають невиліковні діагнози чи важкі травми.



«Минулого року компанії групи DVL перерахували на облаштування хоспісу сучасним обладнанням 2,1 млн грн. Ще 500 000 грн на потреби відділення група виділила у 2025 році».

Водночас компанії організують внутрішні збори, до яких активно долучаються співробітники, зокрема для підтримки «Дому Метеликів». Разом з цим, працівники підтримують інші ініціативи.



«Щороку ми реалізуємо ініціативи до Дня Святого Миколая та інші акції, в межах яких співробітники здійснюють мрії дітей із благодійних фондів та сімей ВПО. Лише цього року здійснено понад 70 дитячих мрій».

У lifecell зазначають, що компанія просуває культуру участі в спортивних заходах, де 50% або 100% стартових внесків спрямовуються на благодійність. Цей формат став частиною внутрішньої корпоративної культури та залучає велику кількість працівників.

Підтримка евакуаційних бригад та надання військовим засобів зв'язку

Важливий напрям благодійної підтримки групи компаній DVL — допомога важкопораненим військовослужбовцям, які потребують евакуації з прифронтових територій. Із серпня 2023 року він реалізується у співпраці з благодійною організацією «БФ Центр спасіння життя».



«Щомісячний внесок DVL на забезпечення виїздів евакуаційних бригад — 1 млн грн, а загалом від початку співпраці перераховано близько 27,2 млн грн. Завдяки такій підтримці лише у 2025 році волонтерський загін фонду евакуював із фронтових і прифронтових зон сходу України більше 5 тис. людей з пораненнями та травмами. А загалом за період 2022-2025 років “Центром спасіння життя” врятовано понад 38 тис. поранених військовослужбовців».

Із червня 2025 року до переліку допомоги група компаній DVL додала також забезпечення мобільним зв'язком від lifecell воїнів, які проходять реабілітацію після складних ампутацій у центрі Tytanovi (що співпрацює з «Центром спасіння життя»).

Також від початку повномасштабного вторгнення компанії активно долучалися до інших благодійних ініціатив. Зокрема, передали на потреби військових телеком-обладнання, засоби зв'язку тощо на суму більше 347 млн гривень.

