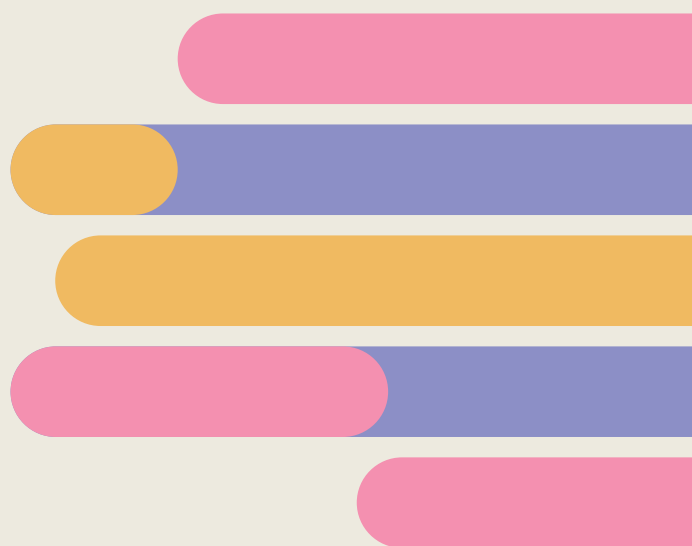



Звіт

Український індекс корпоративної рівності 2020



INDEX
УКРАЇНСЬКИЙ ІНДЕКС
КОРПОРАТИВНОЇ РІВНОСТІ

 МІЖНАРОДНИЙ
ФОНД
ВІДРОДЖЕННЯ

.0 точка опори
fulcrum

 Центр
Соціальна
Дія

СУЧАСНА
ЖІНКА 

Матеріал підготовлено за підтримки Міжнародного Фонду «Відродження» у межах проєкту «Індекс корпоративної рівності -2020». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково збігається з позицією Міжнародного фонду «Відродження»

Зміст

Натисніть на цифру, щоб перейти до відповідного розділу

Що таке Український індекс корпоративної рівності?

3

Вітальне слово команди Індексу-2020

4

1. Дизайн Індексу у 2020 році — які зміни відбулись

6

Інфографіка до розділу 1

Що ще нового в Індексі-2020?

2. Перший дзеркальний опитувальник для працівників

8

3. Як COVID-19 вплинув на бізнес та дотримання принципів рівності й недискримінації в Україні

11

4. Нові українські національні та місцеві лідери: ТОП-5 малого та середнього бізнесу

14

Про компанії у рейтингу ТОП-5 малого та середнього бізнесу

Що ми вперше дізнались про малий та середній бізнес?

5. Великі компанії, які стабільно утримують пальму лідерства та задають тренди

17

Тренди щодо дотримання принципу рівності, поваги до різноманіття та недискримінації, які задають і просувають великі компанії

Додаток 1

Результати опитувальника для працівників та працівниць

20

Додаток 2

Результати опитувальника для малого та середнього бізнесу

24

Додаток 3

Результати опитувальника для великого бізнесу

29

Що таке Український індекс корпоративної рівності?

Український індекс корпоративної рівності — це національне дослідження корпоративних політик, правил та практик приватних і державних компаній щодо підтримки рівності й різноманіття, а також заборони дискримінації на робочому місці.

Індекс включає дослідження методів та інструментів, які дають компаніям змогу запобігати та протидіяти дискримінації на робочому місці за ознаками статі, віку, інвалідності, наявності статусу ВПО, сексуальної орієнтації, гендерної ідентичності та інших, а також заходів, які розробляють та впроваджують компанії задля підтримки людського різноманіття та просування ідей рівності.

Уперше за історію свого існування Індекс звертає окрему увагу на роль малого бізнесу, у тому числі фізичних осіб-підприємців, у забезпеченні поваги до прав людини, цінностей рівності, недискримінації, різноманіття й інклюзивності.

Традиційно, коли йшлося про права людини, увага приділялась великим корпораціям та їх впливу на життя людей і громад. Але останніми роками все більшого визнання здобуває ідея про важливість малого бізнесу у просуванні рівності й поваги до різноманіття. Адже саме малий бізнес працює найближче до людини.

Дослідження є спільною розробкою громадських організацій «Точка опори ЮА», Центр «Соціальна дія» та «Сучасна жінка» за підтримки Міжнародного фонду «Відродження».

Вітальне слово команди Індексу-2020

Тимур Левчук, виконавчий директор громадської організації «Точка опори ЮА»:

В Україні триває процес формування суспільної цінності та поваги до прав людини й різноманіття. Правозахисники та правозахисниці продовжують фіксувати дискримінацію та наполягають на прийнятті більш інклюзивного й ефективного законодавства у сфері прав людини.

Ми вітаємо український бізнес, який ухвалив рішення долучитися до глобального руху за рівні права, інклюзію і різноманіття на робочому місці. Ваша підтримка та робота у цьому напрямі є надважливою, адже лише спільно ми здатні побудувати країну, в якій рівні права гарантовані кожному та кожній.

Ми закликаємо український бізнес не зупинятися на досягнутому, а рухатися далі. Включати зазначені теми до своїх маркетингових стратегій та інформувати українське суспільство про переваги відкритого суспільства для громадян та громадянок, бізнесу та держави.

Наталія Нагаївська, голова ХГНО «Сучасна жінка»:

2020 рік став часом глобальних змін та адаптації до них. Ми всі швидко вчилися працювати дистанційно, проводити онлайн зустрічі та підтримувати команди у часи невизначеності. Компанії почали більше використовувати онлайн канали збуту, а також — виявляти гнучкість у взаємодії з працівниками та працівницями. Через скорочення обсягів продажу бізнеси мали вирішити важливе питання: або зменшувати виплати на оплату праці та скорочувати штат співробітниць і співробітників, або знаходити нові підходи до організації бізнес-процесів та роботи команди. Важливо, що українській бізнес у часи невизначеності обирає поважати права людини, продовжує дотримуватись політик рівності та різноманіття і реалізує додаткові заходи для підтримки вразливих груп.

За роки існування Українського індексу корпоративної рівності ми спостерігаємо зростання кількості компаній, які впроваджують політику рівності та різноманіття, забезпечують доступність продуктів і рівні умови при працевлаштуванні, комунікують з повагою та інвестують у розвиток персоналу. Ми впевнені, що великий шлях починається з поваги та турботи про власну команду та клієнтів компанії. Участь в Індексі корпоративної рівності допомагає ставати більш дружніми та відкритими, зростати над собою та увійти до кола кращих працедавців України.

Ірина Мінковська та Артем Захаров, співзасновники та керівники Освітнього центру для педагогів, батьків і дітей «Я І МОЯ ШКОЛА»:

Ми в цьому році вперше вирішили взяти участь у дослідженні Українського індексу корпоративної рівності. Чому? Бо вважаємо, що питання недискримінації на робочому місці в Україні досі залишається актуальним. Серед наших співробітників є молоді матері з дітьми, діти емігрантів, серед тренерської команди — представники та представниці ЛГБТ, люди різних віросповідань, простір адаптовано до обслуговування клієнтів з інвалідністю.

Це дає нам можливість враховувати різний досвід під час планування роботи Центру, постійно розширювати коло наших однодумців і власним прикладом заохочувати малий і середній бізнес підтримувати рівність і різноманіття. Врешті-решт, це довіра співробітників до керівництва й одне до одного, що позитивно впливає на якість продукту або послуги компанії. І це не так складно, як здається на перший погляд, потрібно зробити лише перший крок.

1. Дизайн Індексу у 2020 році — які зміни відбулись

Команда Українського індексу корпоративної рівності (далі — Індекс) наприкінці 2019 року провела оцінювання попередніх років його впровадження, уважно розглянула всі відгуки бізнесу та вирішила саме у 2020 році започаткувати нову сторінку у розвитку нашої ініціативи.

Ми дуже цінуємо всі відгуки, які отримували від компаній протягом перших років Індексу. Коли ми починали, наша ініціатива орієнтувалась на великі, глобальні компанії, які працюють вже багато років, мають офіси в розвинених країнах та вже давно є лідерами у сфері просування теми рівності та інклюзії для своїх працівників, задаючи тон усьому бізнесу в різних країнах. Це були та є компанії, на які хочеться орієнтуватись і наслідувати. Ми вдячні першим учасникам Індексу та лідерам ринку, таким як Ашан, Британська Рада, Ernst and Young... Вони не тільки показали приклад іншим, заповнюючи Індекс та допомагаючи нам популяризувати цю ідею. Вони також показали, що глобальний бізнес має працювати за єдиними стандартами у всьому світі, і політика рівності, яку отримують українські працівники, має бути такої ж якості й так само захищати, як і політика рівності для британських, французьких чи американських працівників.

Такий підхід дав нам перших лідерів та став гарним прикладом для багатьох компаній, які приєдналися до нас на другий та третій роки існування Індексу, включно з українськими. Але у нашій команді бракувало фокусу на потребах та питаннях, які б враховували та оцінювали успіх не тільки великих компаній. Потрібні були інструменти, які б могли дати шанс розповісти про свою роботу у сфері просування рівності та різноманіття іншим, меншим бізнесам.

Саме такий фокус на меншому бізнесі та намагання врахувати його потреби, через створення нового опитувальника, який би підходив не тільки великим компаніям, привніс у нашу роботу новий партнер Індексу у 2020 році — громадська організація «Сучасна жінка» з Харкова. Завдяки цьому в Індексі одразу з'явилося два нові вектори — орієнтація на малий і середній бізнес, а також орієнтація на місцевий бізнес, поки що в Харкові, але ми сподіваємось на стрімке розширення аудиторії в майбутньому.

Отже, у 2020 році ми, спочатку враховуючи зворотний зв'язок від наших респондентів за попередні роки Індексу, внесли зміни до основного опитувальника та спростили його. Тепер ви не побачите в Індексі різних блоків питань щодо різних захищених ознак. Тепер кожна компанія має відповісти

лише на 10 запитань, можна й варто обирати кілька відповідей, щоб найповніше описати процеси у вашій команді та максимально продемонструвати, як ви дотримуетесь принципів рівності та інклюзії.

Також ми створили адаптовану до потреб малого та середнього бізнесу версію опитувальника, тож кожна компанія залежно від свого розміру та етапу розвитку самостійно обирає, який опитувальник проходити*.

* Однак ми закликаємо українські офіси великих міжнародних компаній заповнювати опитувальник для великого бізнесу. Це буде справедливо, адже ви працюєте у тісному зв'язку зі своєю міжнародною командою, часто використовуєте досвід та напрацювання всього глобального колективу та маєте глобальні політики, які повинні однаково застосовуватись до українських співробітників чи працівників в інших країнах. Порівнювати можливості та ресурси української гілки великої глобальної компанії та невеликого місцевого стартапу нам також здається несправедливим.

Було

Стало

1 великий опитувальник на 3 блоки, по 10 питань у кожному

усього 1 блок з 10 питань

1 великий опитувальник, який переважно стосувався великого бізнесу

2 окремих опитувальників для великого, а також середнього та малого бізнесу

кожен блок питань про 1 групу / захищену ознаку: жінки, люди з інвалідністю та ЛГБТ+

питання стосуються багатьох захищених ознак: стать, інвалідність, сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність, статус ВПО, вік тощо

Що ще нового в Індексі-2020?



детальні пояснення та приклади до кожного з 10 питань, щоб допомогти компаніям оцінити, що в них вже є та максимально точно заповнити опитувальник;



можливість обирати кілька варіантів відповідей та отримувати вищі бали, якнайповніше розповідаючи, що саме робить компанія у сфері різноманіття та інклюзивності;



питання опитувальників враховують специфіку великого, а також середнього й малого бізнесу;



окремий анонімний опитувальник для працівників*.

* Детальніше читайте про це в наступному розділі.

2. Перший дзеркальний опитувальник для працівників

У 2020 році, крім змін до структури опитувальника Індексу, який ми надсилаємо до компаній і який часто заповнюють лише працівники відділів з управління персоналу, інколи разом із директорами та власниками компаній, ми захотіли дізнатись думку працівників.

Питання, які порушуються в Індексі та просування яких серед бізнесу і є головним завданням Індексу, впливають безпосередньо на рейтинг компаній. Та нас також цікавило, наскільки ці питання важливі для працівників. Чи можливо людям, які працюють в українських компаніях чи українських офісах великих глобальних компаній, не важливо, що саме гарантують ці компанії у сфері рівності, інклюзії, різноманіття?

Відповідь, яку ми отримали — так, ці питання цікавлять українських працівників та працівниць. Звичайно, проведене нами опитування не є соціологічним, ми не дотримувались вибірки та не можемо претендувати на результат, який би відображав загальнонаціональну та репрезентативну думку. Однак у цій темі взагалі бракує даних, тож будемо вважати нашу спробу лише першим кроком і сподіваємось, що надалі самі компанії будуть підтримувати та проводити такі опитування. Адже знати, що саме мотивує працівників та працівниць залишатись із компанією та докладати зусиль для спільного розвитку, насамперед важливо для керівників компаній. Це дає змогу успішно планувати свою роботу із командами.

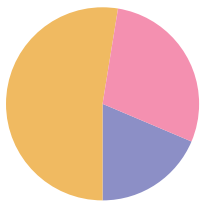
З отриманих відповідей ми можемо констатувати, що принаймні слова «різноманіття», «рівність» та «політика рівності» уже знайомі на українському ринку праці. Більшість опитаних відповіли, що при виборі місця роботи звертають увагу на дотримання компанією принципів рівності та різноманіття.

Питання, які ми поставили працівникам та працівницям, майже ідентичні до тих, які пропонуються у межах Індексу компаніям для проведення самооцінювання. Вони стосуються наявності та відповідно знань команди про політику рівності. Наявності та ефективності внутрішніх механізмів подання скарг на дискримінацію та інші порушення прав працівників. Збирання даних про різноманіття членів та членкинь команди, що вони про це знають та як собі уявляють цей процес, чи розуміють його важливість та чи мають сумніви щодо захисту персональних даних. Нас також цікавило, як працівники та працівниці оцінюють недискримінаційність різних внутрішніх положень і правил та чи бачать вони просвітницькі зусилля у своїх компаніях, чи вважають їх достатніми, щоб бути обізнаними про свої права.

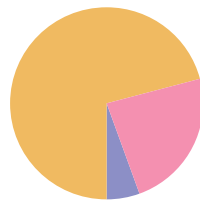
Як мінімум чверть опитаних знають про наявність у корпоративних документах положень про заборону дискримінації та взагалі читали політики компанії, в якій працюють, знають їх зміст. Принаймні в половини опитаних у компаніях є механізми анонімної подачі скарги у випадку дискримінації чи іншого порушення прав працівників. Лише невелика частка опитаних зазначає, що наявність формального механізму подачі скарги не вирішує проблему, адже працівники бояться ним користуватись (10,5 %).

Ми думаємо, що результати такого опитування стануть в нагоді керівникам та спеціалістам з персоналу для того, аби покращити свою роботу з просвітництва та командоутворення. Є сенс звернути увагу як на поширення інформації про корпоративні правила й цінності, так і подумати, які саме внутрішні процедури можуть потребувати уточнення. Разом з інструментом Індексу, проведення такого анонімного внутрішнього опитування може допомогти компанії визначити пріоритети для подальшої роботи.

Опитані є працівниками та працівницями:



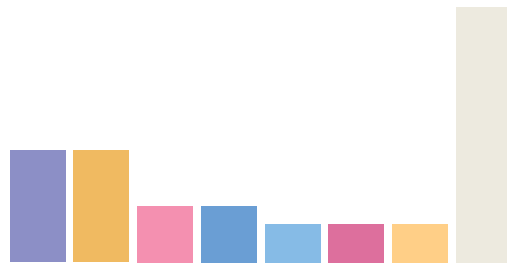
малих компаній — 18,4%;
середніх компаній — 28,9%;
великих компаній — 52,7%;



українських компаній — 71,1%;
підприємств, які є філіалом іноземної компанії — 23,7%;
спільних підприємств з українським та іноземним капіталом — 5,3%.

Підприємства, на яких працюють опитані, представляють різні сфери діяльності:

освіта — 15,8%;
інформація та/або телекомунікації — 15,8%;
сільське господарство — 7,9%;
охорона здоров'я — 7,9%;
гуртова та роздрібна торгівля — 5,3%;
харчова промисловість — 5,3%;
реклама — 5,3%;
інші сфери — 36,7%.



При виборі потенційними працівниками місця роботи, дотримання компанією принципів рівності та різноманіття є критерієм:

34,2%

надзвичайно важливим;

47,4%

досить важливим;

13,1%

без особливого значення: може бути, може не бути;

5,3%

зовсім не важливим.

У компаніях політика рівності / недискримінації / поваги до різноманіття:



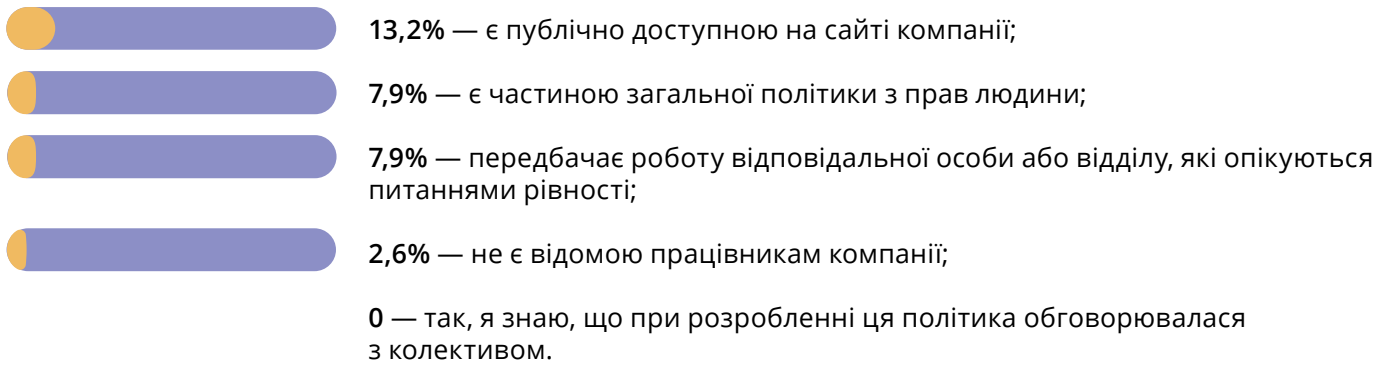
28,9% — є окремо затвердженою політикою про рівність (чи заборону дискримінації);



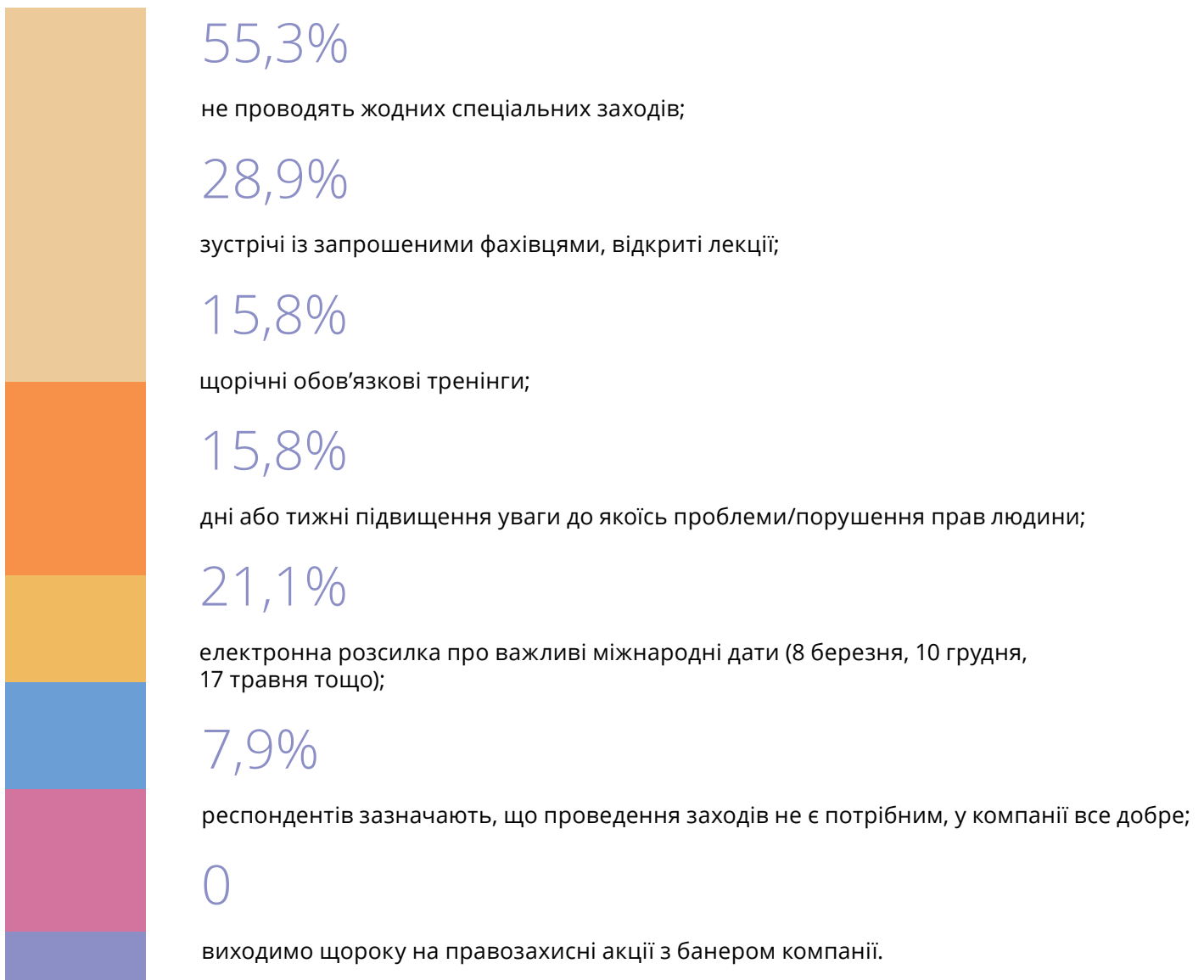
23,7% — не є затвердженою та/або відомою працівникам компанії;



15,8% — не містить окремої згадки про заборону дискримінації чи рівність у корпоративних документах;



Компанії проводять такі заходи з підвищення обізнаності працівників і працівниць на тему поваги до різноманіття / недискримінації:



3. Як COVID-19 вплинув на бізнес та дотримання принципів рівності й недискримінації в Україні

Масштабний характер викликів, зумовлених COVID-19, поширився на всі сфери відносин. Це призвело до виникнення нових ризиків негативного впливу на права людини у процесі здійснення господарської діяльності та посилило вразливість багатьох людей. Для працівників, споживачів, клієнтів, постачальників у ланцюгах постачання, для громад, в яких працює бізнес, відповідальна поведінка бізнесу у сфері прав людини в умовах глобального виклику набула особливого значення.

92,3% великих компаній, а також 80% малих і середніх бізнесів відповіли¹, що COVID-19 вплинув на них.

Загальносвітовий тренд свідчить, що малий і середній бізнес є більш вразливим в умовах COVID-19, оскільки має менше ресурсів, які можна використати у кризовий період.

При цьому, звичайно, не існувало, принаймні на початку пандемії та світового карантину, чітких вказівок, настанов чи дієвих порад для компаній щодо того, як їм слід діяти, щоб мінімізувати свої втрати та втримати команду. Сьогодні, аналізуючи як західний, так і український досвід, ми можемо виділити кілька трендів, як різні компанії намагаються діяти, щоб втриматись на плаву, не втратити команду та мінімізувати збитки.

Тренд 1

Вимушена цифровізація та масовий перехід на дистанційну роботу

Це цифрові та віддалені офіси, онлайн торгівля, проведення усіх можливих зустрічей та перемовин через ZOOM та інші платформи, цифрові платежі, онлайн освіта та надання інших послуг тощо.

75%

великих компаній зазначили, що почали більше використовувати онлайн канали збуту. Цей показник є нижчим серед малого і середнього бізнесу — 40% респондентів;

50%

малих і середніх компаній зазначили, що відбулось скорочення обсягів продажу через введення обмежень на роботу бізнесу. Серед великих компаній показник такий самий — 50%.

Тренд 2

Скорочення

Ще однією загальною рисою стало вжиття підприємствами заходів, спрямованих на скорочення витрат через масштабні економічні виклики, які постали перед більшістю підприємств у зв'язку з COVID-19. Серед них — скорочення працівників або зменшення тривалості їх роботи з пропорційним зменшенням оплати праці. Тимчасове та постійне скорочення приміщень, як торговельних, так і офісів.

92%

Великих компаній зазначили, що зберегли персонал під час кризи, тобто не вдавалися до скорочень. Аналогічний показник у невеликих бізнесів. Такі дії відповідають моделям відповідальної бізнес-поведінки. При цьому компанії використовували такі сценарії:



50% респондентів вдалося не скорочувати оплату праці. Серед невеликих компаній показник такий самий;



10% великих компаній і 20% невеликих відправили працівників у неоплачувану відпустку на певний період;



30% великих компаній і 15% невеликих скоротили оплату праці;



решта респондентів (10% серед великих компаній і 15% серед малих і середніх бізнесів) не стали відповідати на питання.

Тренд 3

Швидкий розвиток гнучкості в підходах до управління та прийняття рішень

У часи COVID-19 компаніям важливо демонструвати гнучкість в організації праці та взаємодії з працівниками. Це зумовлено додатковими загрозами для здоров'я, необхідністю балансування професійних і сімейних обов'язків тощо. Усі респонденти зазначили, що стали більш гнучкими (робота поза офісом, години роботи, використання онлайн засобів планування тощо).

Тренд 4

Увага до працівників та їхньої вразливості. Утримання команди вимагає розроблення адаптованих під потреби різних працівників рішень

Щодо найбільш уразливих категорій працівників і працівниць у часи пандемії:

60%

компаній зазначили підвищену вразливість працівниць (відповідь переважає) і працівників з маленькими дітьми;

30%

зазначили уразливість літніх працівників і працівниць;

20%

підкреслили вразливість працівників і працівниць із маленьких міст-супутників.

Компанії звертались до різних інструментів для мінімізації негативного впливу COVID-19 на колектив:



80% великих компаній і 60% невеликих зазначили про надання працівникам і працівницям засобів індивідуального захисту від коронавірусу;



15% великих компаній забезпечили перекваліфікацію працівників і працівниць. Серед невеликого бізнесу цей захід мав більший попит — до нього звернулись 30% компаній;



перехід на 4-х денний робочий тиждень використали тільки 8% великих і 20% невеликих компаній.



Важливо зазначити, що підтримка психічного здоров'я стає основною проблемою для роботодавців, оскільки все більше працівників відчувають підвищену тривожність, самотність та депресію, зумовлені віддаленою роботою, фізичним дистанціюванням, закриттям бізнесу та шкіл.

60% великих компаній зазначили, що запровадили надання психологічних консультацій для працівників і працівниць під час COVID-19. Серед невеликого бізнесу цей показник є нижчим — 25%.

¹Усі дані, отримані від учасників Індексу – 2020. Цього року, з огляду на пандемію та виклики, які постали перед бізнесом, ми додали до опитувальника також питання щодо стратегій виживання під час карантину.

4. Нові українські національні та місцеві лідери: ТОП-5 малого та середнього бізнесу

У 2020 році вперше в Індексі корпоративної рівності взяли участь малі та середні бізнеси, які заповнили спеціально розроблений опитувальник.

Про компанії у рейтингу ТОП-5 малого та середнього бізнесу:

77 балів

ТОВ «Інфо Сапієнс»

спеціалізується на проведенні соціологічних та маркетингових досліджень. Будує свою роботу на цінностях професійності, соціальної відповідальності та недискримінації. Компанія систематично висловлює свою відданість цінностям рівності та поваги до різноманіття, проводить оцінювання того, в яких ситуаціях в її діяльності є високим ризик дискримінації, беручи до уваги всі захищені ознаки. Веде статистичний облік працівників і працівниць, які належать до уразливих груп, з метою планування заходів підтримки, виявлення їх спеціальних потреб, а також дотримання різноманіття. Компанія використовує механізми виявлення та скарг на випадки дискримінації.

69 балів

YaelAcceptic

працює у сфері інформаційних технологій. Компанія у роботі використовує політику рівності, на етапі розроблення якої було проведено обговорення за участі колективу. При прийнятті на роботу ця політика доводиться до відома кожного нового працівника. Компанія має внутрішній механізм подання повідомлень (анонімних) про випадки дискримінації, домагань чи зневажливого ставлення, за результатами розгляду приймає рішення про те, які заходи мають бути вжиті, і повідомляє про результати розгляду повідомлень, що надійшли.

67 балів

Освітній центр для педагогів, батьків і дітей «Я І МОЯ ШКОЛА»

приділяє особливу увагу забезпеченню архітектурної доступності: усі приміщення розташовані на одному поверсі, нанесено контрастне маркування скляних дверей, сходинок виділені жовтою контрастною смугою, на підлогу нанесені тактильні покажчики, облаштована універсальна вбиральня, за потреби використовується розумне пристосування. Освітній центр проводить

15

регулярне оцінювання діяльності щодо недопущення дискримінації, механізм оцінювання охоплює як внутрішні відносини (ризик дискримінації працівниць і працівників), так і зовнішні (споживачі, жителі громади). Чи зневажливого ставлення, за результатами розгляду приймає рішення про те, які заходи мають бути вжиті, і повідомляє про результати розгляду повідомлень, що надійшли.

64 бали

Фермерське господарство «Green for you»

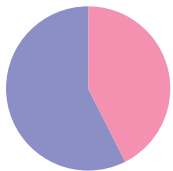
звертає особливу увагу на те, чи поважає її потенційний бізнес-партнер вимоги рівності та недискримінації: компанія аналізує відкриті дані про діяльність контрагента, і в разі встановлення фактів дискримінації просить надати інформацію про виправлення ситуації або відмовляється від співпраці. У компанії визначена особа, відповідальна за оцінювання дій щодо недопущення дискримінації. В оголошенні, окрім ознак, що мають визначальне значення для характеру виконуваної роботи, компанія наголошує, що приймає на роботу працівників зі статусом ВПО, з інвалідністю, з малими дітьми, студентів чи літніх людей.

56 балів

ІТ-компанія WiserBrand

відстоює цінність рівних прав для всіх громадян України. Компанія аналізує умови договорів та інших форм співпраці з погляду можливих ризиків дискримінації, збирає статистичну інформацію про працівників і працівниць з метою забезпечення різноманітності у складі колективу та публікує оголошення про те, що наймає на роботу всіх без дискримінації. Для підвищення обізнаності працівниць і працівників компанія проводить навчальні заходи.

Що ми вперше дізнались про малий та середній бізнес?



Малі та середні підприємства переважно не готують та не оприлюднюють звіти з нефінансовими показниками про свою роботу (показники, які включають питання рівності, недискримінації та/або прав людини — 74% опитаних).

49%

опитаних зазначають, що керівництво та власники систематично підкреслюють повагу до цінностей рівності / недискримінації / поваги до різноманіття.

У 18%

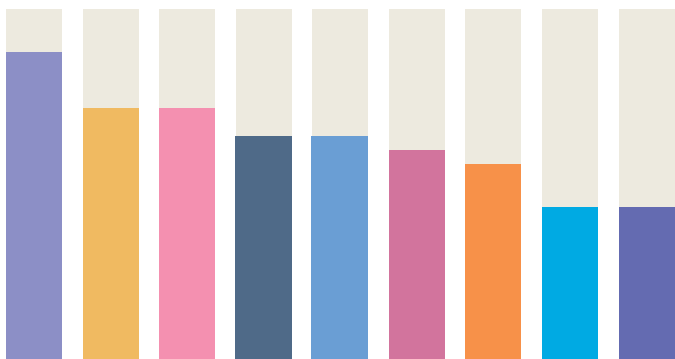
компаній при прийнятті на роботу доводять політику рівності до відома кожного нового працівника / кожної нової працівниці.

39%

компаній зазначили, що їх працівники та працівниці обізнані щодо того, як не допустити дискримінацію,

18%

компаній визначили перелік питань, які дають змогу провести оцінювання ситуацій із високим ризиком дискримінації.



Компанії переважно проводять оцінювання ризиків дискримінації та беруть до уваги такі ознаки:

стать (88%), вік (72%), інвалідність (72%), сексуальна орієнтація (64%), релігійні переконання (64%), мова (60%), етнічне походження (56%), статус ВПО (44%), політичні погляди (44%).

24% компаній мають відкритий список захищених ознак.

16



Малі та середні компанії ведуть статистику працівників і працівниць за такими групами:

жінки (22%), старше 50 років (17%), до 30 років (15%), з інвалідністю (15%), ВПО (7%).

24% компаній зазначили, що не мають такої статистики. Статистичні дані компанії переважно використовують з метою розроблення механізмів виявлення можливих спеціальних потреб відповідних груп працівників і працівниць (31%).

72%

Більшість малих і середніх підприємств не зазначають бажані ознаки працівників/працівниць при оголошенні вакантних посад і наймають на роботу усіх без дискримінації (72%).

26%

компаній використовують затверджений єдиний перелік питань для всіх кандидатів і кандидаток,

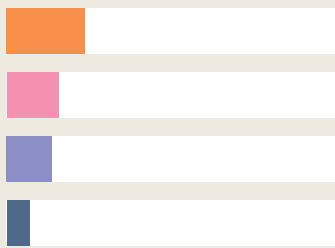
32%

компаній не ставлять питань про приватне життя.

35%

компаній не використовують стандартизовану процедуру проведення інтерв'ю і ставлять питання, які залежать від характеру роботи та/або вимог до посади.

Малий та середній бізнес для забезпечення архітектурної та інформаційної доступності переважно:



використовує розумні пристосування (23%) або приміщення на одному поверсі / у будівлях, обладнаних ліфтом/підйомником (16%), працює у будівлях з безбар'єрним входом або зі встановленим пандусом з кутом нахилу до 10% (14%).

Лише 7% компаній зазначили, що їхній сайт адаптований для людей із порушеннями зору.

12% / 41%

З метою підвищення обізнаності працівниць і працівників з питань недискримінації компанії регулярно (12%) і нерегулярно (41%) проводять заходи

26%

поширюють інформаційні матеріали та корисні ресурси з питань недискримінації й поваги до рівності

31%

компаній мають спеціальний механізм подання повідомлень (за бажанням анонімних) про випадки дискримінації, домагань, зневажливого ставлення,

23%

компаній забезпечують доступність механізму як працівникам/працівницям, так і людям поза компанією.

Компанії, які взяли участь в опитуванні, переважно цікавляться тим, чи поважають їхні потенційні контрагенти (бізнес-партнери) вимоги рівності, недискримінації, поваги до різноманітності:



27% компаній аналізують відкриті дані про діяльність контрагента,



27% компаній аналізують умови договорів та інших форм співпраці з погляду можливих ризиків дискримінації.

5. Великі компанії, які стабільно утримують пальму лідерства та задають тренди

За роки існування Індексу серед постійних учасників великого бізнесу вже сформувалось тісне коло постійних, надійних та відданих цінностям рівності та поваги до різноманіття партнерів. Це переважно українське відділення глобальних компаній, які не тільки першими повірили в Індекс, але й завжди допомагали нашій команді просувати цінності Індексу серед своїх бізнес-партнерів.

ТОП-5:

94 бали

Британська Рада

80 балів

ЕУ в Україні

80 балів

EPAM Ukraine

79 балів

Lush Ukraine

78 балів

Ашан Рітейл Україна

Ми неймовірно раді, коли до цього кола лідерів долучаються нові імена та нові компанії, адже виставити таку високу планку дотримання принципів рівності, поваги до різноманіття та недискримінації — важко. Ми цінуємо цю роботу та вважаємо однією з найголовніших місій Індексу саме поширення інформації про лідерів та їх досягнення. У цьому звіті ми вирішили зробити акцент на нових для Індексу іменах, але це не результати ТОПу серед великого бізнесу. Це також компанії-лідери, всі вони мають високий бал та демонструють відданість цінностям, які ми просуваємо.

ТОП-6 компаній, які вперше взяли участь в Індексі

80 балів

EPAM Ukraine

Починаючи з 2005 року, EPAM Ukraine використовує знання в галузі інженерії та розробки продуктів, щоб допомогти своїм клієнтам вирішити найскладніші бізнес-завдання та здійснити цифрову трансформацію. Компанія має політику рівності з відкритим переліком ознак та відповідального за ці питання працівника, знаходиться в доступному офісі та щорічно проводить підвищення обізнаності своїх працівників з питань поваги до різноманіття та недискримінації.

71 бал

Beetroot

Компанія, залучаючи понад 450 людей в Україні та Швеції, включає науково-дослідні відділення у Києві, Одесі, Харкові, Полтаві, Івано-Франківську, Кременчуці та Стокгольмі, використовує комерційні інструменти для досягнення своєї соціальної місії — стати найбільш ефективною технологічною компанією в Україні. Компанія цікава тим, що не має формалізованих політик, натомість використовує кодекс поведінки, з яким знайомляться в процесі роботи всі члени команди. Усі беруть участь у формуванні кодексу, проводиться регулярне навчання команди та спільно відзначаються важливі міжнародні дати.

Про себе компанія каже:

«Ми вважаємо, що люди потребують найкращих можливих умов праці та постійного розвитку особистості. Ми хочемо включити усіх, незалежно від статі, релігії, кольору шкіри чи сексуальності, і поширити мислення відкритості та співвідповідальності».

71 бал

GSK Україна

Компанія GSK більше 25 років присутня на українському ринку для забезпечення пацієнтів лікарськими засобами. У компанії працюють більш ніж 400 співробітників у всіх регіонах країни. В GSK є окрема політика про рівність та заборону дискримінації. При прийомі на роботу компанія робить оголошення про те, що вони наймають усіх без дискримінації за якимись ознаками. Також компанія уникає сексистської реклами, мови і контенту і проводить навчальні тренінги для своїх співробітників.

70 балів

AB InBev Efes

AB InBev Efes є одним із лідерів українського пивоварного ринку та спільним підприємством найбільшої у світі пивоварної компанії Anheuser-Busch InBev, а також найбільшої пивоварної компанії Туреччини Anadolu Efes. На території України компанія має 3 броварні: в Чернігові, Миколаєві та Харкові. Компанія має опубліковану політику рівності, простий анонімний механізм подачі скарг на порушення, відповідальних за дотримання цінностей компанії працівників, проводить навчання та приєдналась до виконання Глобальних цілей сталого розвитку ООН.

65 балів

Carlsberg

До складу Carlsberg Ukraine входять заводи в Запоріжжі, Києві та Львові. У компанії працює понад 1350 осіб. Компанія також приєдналась до виконання Глобальних цілей сталого розвитку ООН, має відкриту політику рівності та публічно проголошує свої цінності:

«Ми наймаємо, розвиваємо та підвищуємо працівників незалежно від їхньої расової приналежності, кольору шкіри, статі, мови, релігійних поглядів, політичних чи інших переконань, касты (верстви), національного чи соціального походження, власності, місця народження, приналежності до будь-яких спілок, сексуальної орієнтації, стану здоров'я, віку, фізичних вад чи інших відмінностей».

65 балів

Gameloft

Усі ігри Gameloft розробляються власноруч. У компанії одна з найбільших команд з розроблення та створення в галузі цифрових ігор: 2500 розробників працюють у виробничих студіях, що дає змогу створювати якісні ігри, сумісні з пристроями у всьому світі.

Тренди щодо дотримання принципу рівності, поваги до різноманіття та недискримінації, які задають і просувають великі компанії:

Тренд 1

Обов'язкова формалізація та наявність політики рівності чи поваги до різноманіття в тому чи іншому вигляді:

так, є окрема політика про рівність (чи заборону дискримінації), так, політика є публічно доступною на сайті компанії, так, у нас є відповідальна особа або відділ, які опікуються питаннями рівності (45%), так, політика є публічно доступною на сайті компанії (15%), так, це частина загальної політики з прав людини (31%).

Тренд 2

Ведення статистики (обліку) працівників та працівниць за різними ознаками:

стать (85%), до 30 років (92%), старше 50 років (77%), ВПО (46%), з інвалідністю (77%). 97% компаній пояснюють, навіщо збирають і як використовують ці дані для забезпечення різноманітності у складі колективу компанії: для планування заходів сприяння та підтримки окремих категорій працівників та працівниць, при плануванні корпоративних заходів, також ця інформація відображена у зовнішньому позиціюванні компанії.

Тренд 3

Важливим з погляду забезпечення принципу рівності є питання стандартизованих інтерв'ю при прийнятті на роботу.

Цей інструменти використовують 88% опитаних, ще 8% окремо зазначають, що не ставлять питань про приватне життя кандидатів, і лише 8% говорять про різні питання залежно від характеру виконуваної роботи.

Тренд 4

Ми також додали до опитувальника два питання, які стосуються не стільки самих працівників, скільки показують, як цінності та принципи компанії втілені в її зовнішнє позиціювання та маркетингові стратегії.

Цьогорічні учасники Індексу зазначили, що залучають людей різної статі, віку, національності, гендерної ідентичності та сексуальної орієнтації, людей з інвалідністю бути ментор/ками, амбасадор/ками свого бренду та уникають сексистської реклами, мови та контенту (11%).

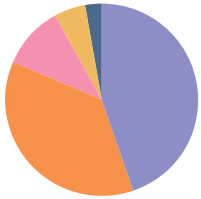
Також ми завжди радіємо, коли бачимо як компанії публічно підтримують Глобальні цілі сталого розвитку ООН².

²Більше про Глобальні цілі сталого розвитку ООН за посиланням: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.

Додаток 1

Результати опитувальника для працівників та працівниць

Кількість респондентів становила 38 осіб.



Вік респондентів:

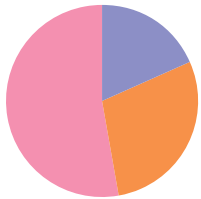
44,7% від 20 до 30 років;
36,8% від 30 до 40 років;
10,5% від 40 до 50 років;
5,3% від 50 до 60 років;
2,6% до 20 років.



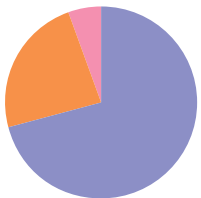
Серед респондентів:

28,9% є одиначкою/одиначкою;
21,2% мають партнера/партнерку;
15,8% мають чоловіка/дружину;
15,8% мають чоловіка/дружину та двох дітей;
10,5% мають чоловіка/дружину та дитину;
2,6% мають чоловіка/дружину та трьох дітей;
2,6% є матір'ю одиначкою;
2,6% не відповіли на запитання.

Опитані є працівниками та працівницями:



малих компаній — 18,4%;
середніх компаній — 28,9%;
великих компаній — 52,7%;



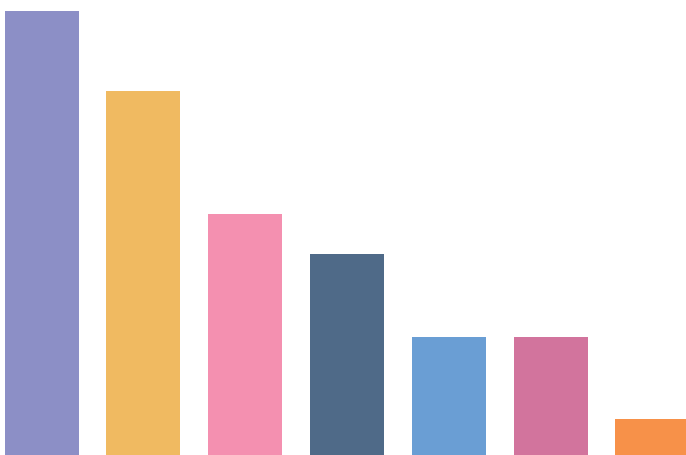
українських компаній — 71,1%;
підприємств, які є філіалом іноземної компанії — 23,7%;
спільних підприємств з українським та іноземним капіталом — 5,3%.



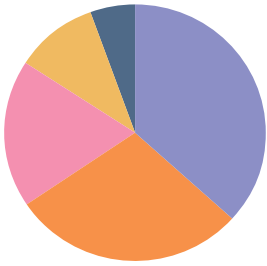
Підприємства, на яких працюють опитані, представляють такі сфери діяльності:

освіта — 15,8%;
інформація та/або телекомунікації — 15,8%;
сільське господарство — 7,9%;
охорона здоров'я — 7,9%;
гуртова та роздрібна торгівля — 5,3%;
харчова промисловість — 5,3%;
реклама — 5,3%;
інші — 36,7%.

У компаніях політика рівності / недискримінації / поваги до різноманіття:



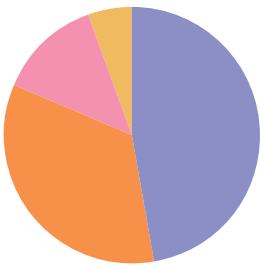
28,9% — є окремо затвердженою політикою про рівність (чи заборону дискримінації);
23,7% — не є затвердженою та/або відомою працівникам компанії;
15,8% — не містить окремої згадки про заборону дискримінації чи рівність у корпоративних документах;
13,2% — є публічно доступною на сайті компанії;
7,9% — є частиною загальної політики з прав людини;
7,9% — передбачає роботу відповідальної особи або відділу, які опікуються питаннями рівності;
2,6% — не є відомою працівникам компанії;
0 — так, я знаю, що при розробленні ця політика обговорювалася з колективом.



При виборі потенційними працівниками місця роботи, дотримання компанією принципів рівності та різноманіття є критерієм:

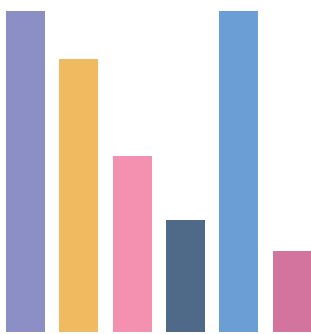
- 47,4% — досить важливим;
- 34,2% — дуже важливим;
- 13,1% — без особливого значення: може бути, може не бути;
- 5,3% — зовсім не важливим;
- 0 — не важливим.

Компанії:



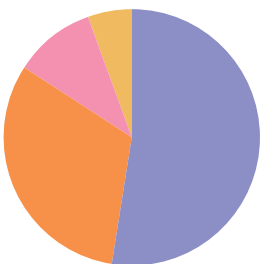
- 36,8% — мають спеціальний анонімний механізм розгляду скарг на дискримінацію та/чи домагання та спеціальну особу/відділ, які опікуються питаннями рівності;
- 28,9% — не мають такого механізму;
- 18,4% — мають спеціальний анонімний механізм розгляду скарг на дискримінацію, яке б питання не було предметом такої скарги;
- 10,5% — мають формальний «механізм», але всі бояться та ніхто цим не користується;
- 5,3% — не забезпечують ефективність таких механізмів;
- 0 — я нікому ніколи не скажу про таке, все одно не повірять.

На думку респондентів, компанія може/могла б використовувати сегреговану статистику за ознаками працівників з такою метою:



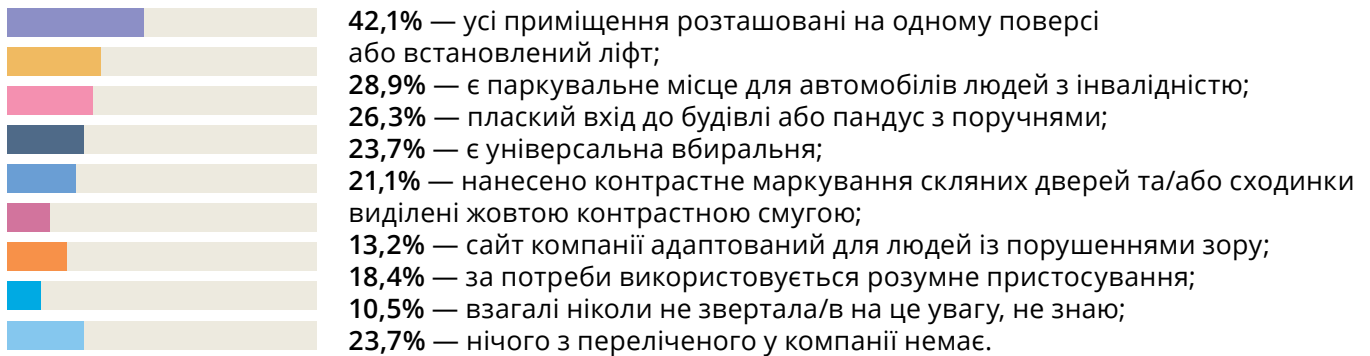
- 52,6% — для забезпечення / сприяння різноманіттю серед персоналу з боку керівництва;
- 44,7% — для планування заходів сприяння / підтримки окремих категорій працівників і працівниць;
- 28,9% — для планування корпоративних заходів;
- 18,4% — для відображення у зовнішньому позиціюванні компанії з метою залучення нових клієнтів та/або працівників;
- 52,6% — для розроблення механізмів виявлення можливих спеціальних потреб відповідних груп працівників і працівниць;
- 13,2% респондентів не хочуть, щоб компанія збирала такі дані, бо хвилюються про приватність.

Процедура проведення інтерв'ю на заміщення вакантних посад / при підвищенні, яка включає запобігання дискримінації, у компанії:

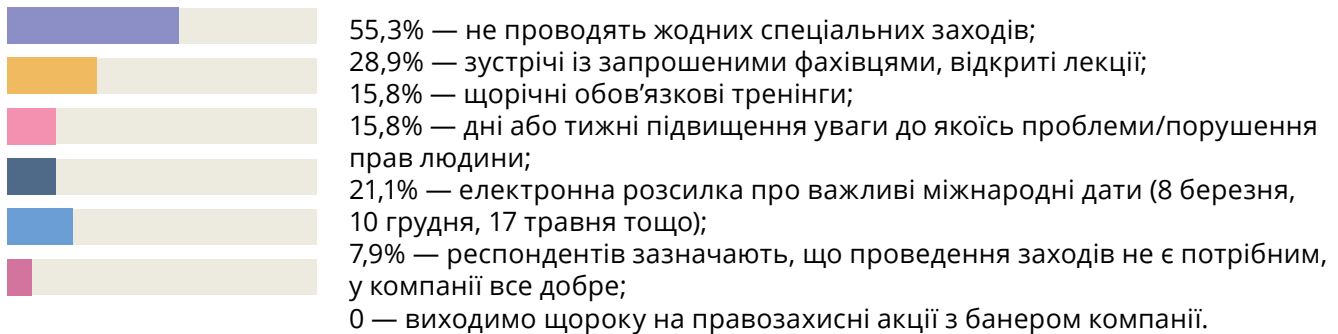


- 52,6% — не є стандартизованою, питання залежать від характеру роботи та/або вимог до посади, на яку претендує кандидат/-ка;
- 31,6% — є стандартизованою, респондентам ніколи не ставили питання про приватне життя;
- 10,5% — не є стандартизованою, наскільки респондентам відомо, різні питання ставлять різним кандидат/-кам;
- 5,3% — є стандартизованою, наявний затверджений єдиний перелік питань для всіх кандидатів/кандидаток.

Приміщення, у яких працюють респонденти, відповідають таким стандартам архітектурної та/або інформаційної доступності:



Компанії проводять такі заходи з підвищення обізнаності працівників і працівниць на тему поваги до різноманіття / недискримінації:



Кейси компаній, в яких працювали або працюють респонденти:

«Компанія Corteva визнана переможцем рейтингу 2020 року Best Place to Work for LGBTQ + Equality» by Human Right Campaign; у нас проводився тиждень Pride Week, підготовлено різнокольорові бекграунди для ZOOM, тривала низка заходів для людей, які входять до ЛГБТК-спільноти або є її друзями, керівництво компанії та корпоративні комунікації вели низку розмов на важливість підтримки різноманітності та рівності. Також компанія є підписантом Декларації з гендерної рівності та протидії домашньому насильству за ініціативи Фонду ООН у галузі народонаселення. Утворені робочі групи та спільноти: ЛГБТ, афроамериканців, азіатів, молодих професіоналів, латиноамериканців, людей з обмеженими можливостями, ветеранів, жінок. Компанія реалізує низку ініціатив та проводить дослідження для сприяння розвитку молоді та жінок у сільському господарстві» (респондент/респондентка віком від 30 до 40 років, який/яка працює у компанії у сфері сільського господарства, кількість працівників — від 100 до 250 осіб).

«Проведення тижня інклюзивності, політика підтримки батьківства» (респондент/респондентка віком від 30 до 40 років, який/яка працює у компанії у сфері харчової промисловості, кількість працівників — від 501 до 1000 осіб).

«Політика батьківства, тиждень інклюзивності» (респондент/респондентка віком від 30 до 40 років, який/яка працює у компанії у сфері харчової промисловості, кількість працівників — від 501 до 1000 осіб).

«На жаль, керівництво розуміє гендерні питання лише як декларування рівних можливостей жінок та чоловіків. Тема ЛГБТ — табу, тема різного рівня заробітних плат також не порушується» (респондент/респондентка віком від 50 до 60 років, який/яка працює у компанії у сфері освіти, кількість працівників — від 251 до 500 осіб).

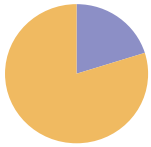
«Тиждень інклюзивності та різноманіття» (респондент/респондентка віком від 30 до 40 років, який/яка працює у компанії у сфері харчової промисловості, кількість працівників — від 501 до 1000 осіб).

«Усі процедури гарно викладені на папері, проте ніхто їх не дотримується» (респондент/респондентка віком від 30 до 40 років, який/яка працює в гуманітарній організації, кількість працівників — від 51 до 100 осіб).

Додаток 2

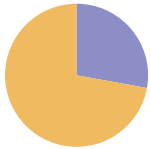
Результати опитувальника для малого та середнього бізнесу

Участь в Індексі корпоративної рівності:



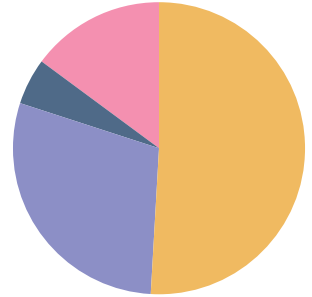
брали участь раніше — 20%;
не брали участь — 80%.

Участь в інших рейтингах:

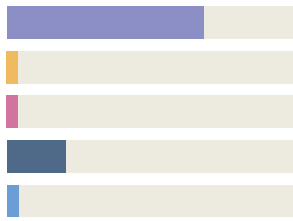


брали участь — 28%;
не брали участь — 72%.

Чисельність
працівників/
працівниць:



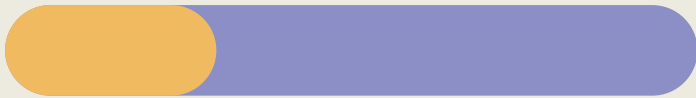
від 1 до 10 — 52%;
від 11 до 50 — 30%;
від 51 до 100 — 4%;
від 100 до 250 — 15%.



Частка іноземних інвестицій у статутному капіталі підприємства:

підприємство не має іноземних інвестицій у статутному капіталі — 68%;
від 0 до 25% — 4%;
від 26% до 50% — 4%;
від 75% до 100% — 20%;
не зазначена відповідь — 4%.

Чи цікавиться компанія тим, чи поважає її потенційний контрагент (бізнес-партнер) вимоги рівності, недискримінації, поваги до різноманітності:



так, компанія аналізує відкриті дані, за їх наявності, про діяльність контрагента — 27%;



компанія аналізує умови договорів та інших форм співпраці з погляду можливих ризиків дискримінації — 25%;



так, у разі встановлення фактів дискримінації з боку контрагента, компанія просить контрагента надати інформацію про виправлення ситуації або відмовляється від співпраці — 16%;



так, компанія ставить питання контрагенту щодо його політики у цих питаннях — 16%;



ні — 9%;



так, компанія включає пункт про необхідність поваги вимог рівності, недискримінації, різноманітності до договорів, які укладає — 7%.

1. Чи готує та оприлюднює компанія звіти з нефінансовими показниками про свою роботу, які включають питання рівності, недискримінації та/або прав людини:



так — 26%;



ні —74%.

2. Чи висловлює компанія свою відданість цінностям рівності / недискримінації / поваги до різноманіття:



так, керівництво компанії / власни(ця)к систематично підкреслюють повагу до цих цінностей — 49%.



так, при прийнятті на роботу ця політика доводиться до відома кожного нового працівника / кожної нової працівниці — 18%;



так, при розробленні ця політика обговорювалася з колективом — 16%;



так, є окрема, письмово оформлена, політика про рівність (чи заборону дискримінації) — 9%;

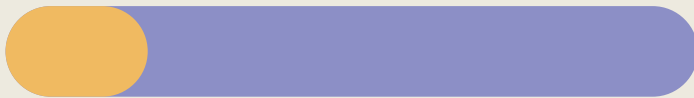


так, політика є публічно доступною на сайті компанії та / або на запит будь-якої зацікавленої особи — 9%;

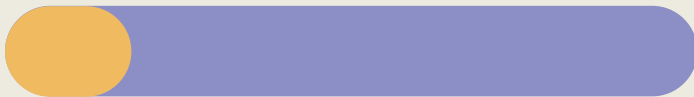
3. Чи проводить компанія оцінювання того, в яких ситуаціях в її діяльності є високим ризик дискримінації:



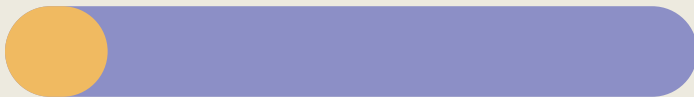
працівниці та працівники, які у своїй діяльності стикаються з такими ситуаціями, обізнані щодо того, як не допустити дискримінацію — 39%.



компанія визначила набір таких питань — 18%;



у компанії визначена особа (відділ), відповідальна за оцінювання дій компанії щодо недопущення дискримінації — 16%;



є механізм регулярного оцінювання діяльності компанії щодо недопущення дискримінації — 13%;

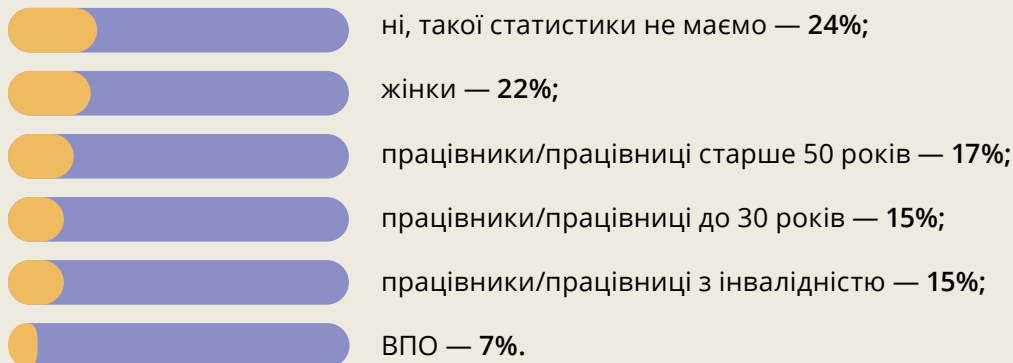


механізм такого оцінювання охоплює як внутрішні відносини в компанії (ризик дискримінації працівниць і працівників), так і зовнішні (споживачі, жителі громади, де веде діяльність компанія) — 13%;

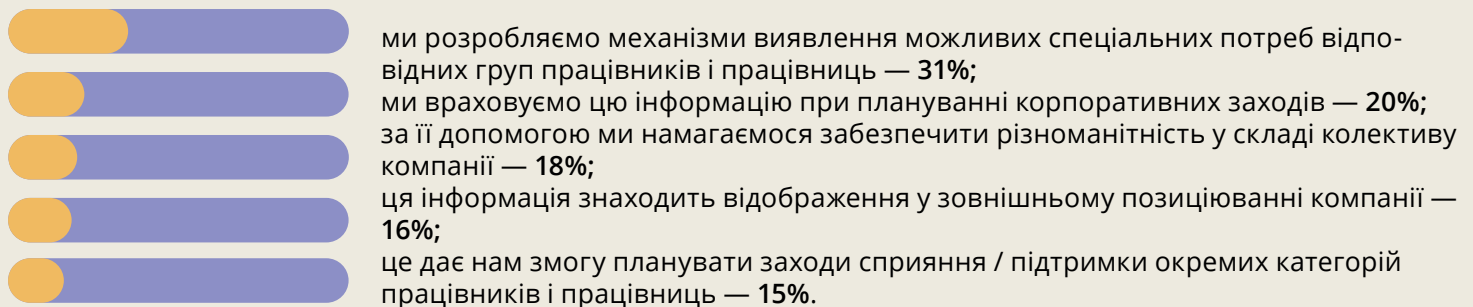
4. Якщо відповідне оцінювання ризиків проводиться, то які захищені від дискримінації ознаки беруться до уваги:



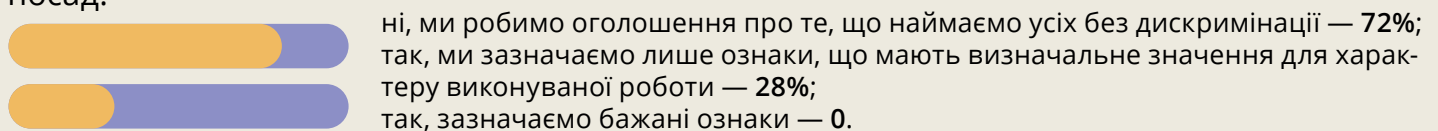
5. Чи веде компанія статистику окремих категорій працівників і працівниць? Якщо так, зазначте, за якими ознаками:



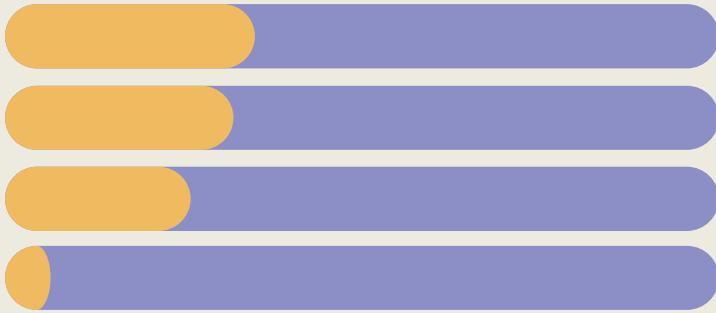
6. Якщо компанія звертає увагу на зазначені вище відсотки, то як вона використовує цю інформацію:



7. Чи зазначаються бажані ознаки працівників/працівниць при оголошенні вакантних посад:

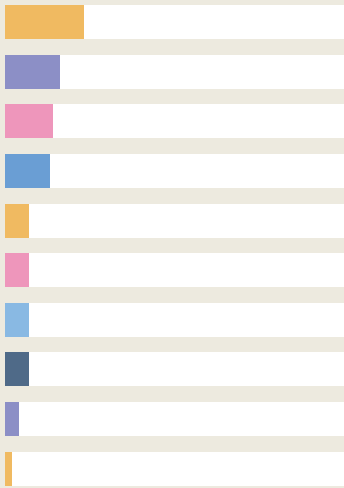


8. Чи стандартизована у компанії процедура проведення інтерв'ю на заміщення вакантних посад / при підвищенні, яка включає запобігання дискримінації:



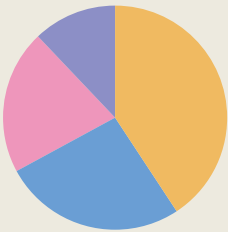
ні, питання залежать від характеру роботи та/або вимог до посади, на яку претендує кандидат/-ка — **35%**;
 так, ми не ставимо питання про приватне життя — **32%**;
 так, у нас є затверджений єдиний перелік питань для всіх кандидатів/-ток — **26%**;
 ні, ми ставимо різні питання різним кандидатам/-кам, залежно від статі, віку, наявності статусу ВПО тощо — **6%**.

9. Яким стандартам архітектурної та/або інформаційної доступності відповідає приміщення, в якому ви продаєте товари або надаєте послуги:



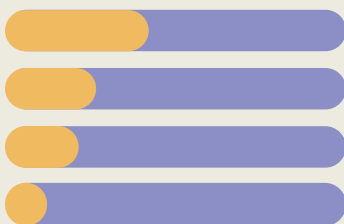
за потреби використовується розумне пристосування — **23%**;
 усі приміщення розташовані на одному поверсі або встановлений ліфт/підйомник — **16%**;
 вхід до будівлі є безбар'єрним або встановлений пандус з кутом нахилу до 10% — **14%**;
 виділено щонайменше 10% паркувальних місць (не менше 1 місця) для автомобілів людей з інвалідністю — **13%**;
 облаштована універсальна вбиральня / спеціалізована кабіна — **7%**;
 нанесено контрастне маркування скляних дверей — **7%**;
 сходинок виділені жовтою або білою контрастною смугою, на підлогу нанесені тактильні покажчики — **7%**;
 сайт компанії адаптований для людей із порушеннями зору — **7%**;
 встановлено автоматизовані двері в будівлю і приміщення, висота порогів складає не більше 2,5 см, ширина дверей не менше 90 см — **4%**;
 біля сходів та/або пандусу встановлено поручні на висоті 90 см і 70 см — **2%**.

10. Чи організовує компанія заходи, використовує інші способи підвищення обізнаності працівниць і працівників з питань недискримінації:



так, але без відстежування регулярності — **41%**;
 так, ми поширюємо серед працівників і працівниць інформаційні матеріали та корисні ресурси з питань недискримінації й поваги до рівності — **26%**;
 так, такі заходи включають у тому числі питання рівної поваги та рівного ставлення, незалежно від виконуваної роботи, рівності оплати праці за однакову роботу, запобігання домаганням і переслідуванням — **21%**;
 так, регулярно (не менше 2 разів на рік) — **12%**.

10. Чи організовує компанія заходи, використовує інші способи підвищення обізнаності працівниць і працівників з питань недискримінації:



так, але без відстежування регулярності — **41%**;
 так, ми поширюємо серед працівників і працівниць інформаційні матеріали та корисні ресурси з питань недискримінації й поваги до рівності — **26%**;
 так, такі заходи включають у тому числі питання рівної поваги та рівного ставлення, незалежно від виконуваної роботи, рівності оплати праці за однакову роботу, запобігання домаганням і переслідуванням — **21%**;
 так, регулярно (не менше 2 разів на рік) — **12%**.

11. Чи має компанія механізми виявлення випадків дискримінації та реагування на них:



так, у нас є спеціальний механізм подання повідомлень (за бажанням анонімних) про випадки дискримінації, домагань, зневажливого ставлення тощо — **31%**;



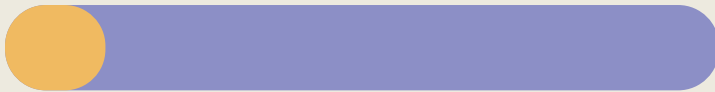
відповідний механізм є доступним як для працівників і працівниць, так і для людей поза компанією — **23%**;



ми повідомляємо про результати розгляду повідомлень, що надійшли — **17%**;



ми проводимо опитування працівників та / або споживачів / клієнтів щодо можливого допущення дискримінації компанією — **14%**;

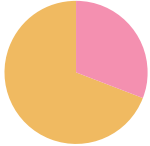


за результатами розгляду повідомлень приймається рішення про те, які заходи мають бути вжиті — **14%**.

Додаток 3

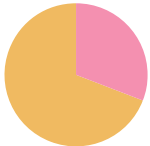
Результати опитувальника для великого бізнесу

Участь в Індексі корпоративної рівності:



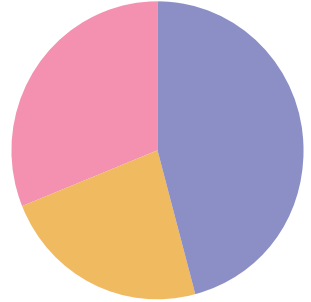
брали участь раніше — 31%;
не брали участь — 69%.

Участь в інших рейтингах:

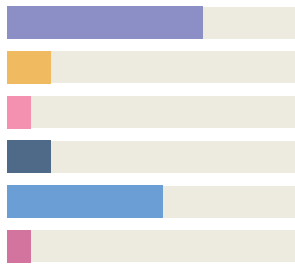


брали участь — 38%;
не брали участь — 46%.

Чисельність
працівників/
працівниць:



понад 1000 — 46%;
від 501 до 1000 — 23%;
від 251 до 500 — 31%.



Частка іноземних інвестицій у статутному капіталі підприємства:

підприємство не має іноземних інвестицій у статутному капіталі — 68%;
від 0 до 25% — 15%;
від 26% до 50% — 8%;
від 50% до 75% — 15%;
від 75% до 100% — 54%;
не зазначена відповідь — 8%.

81%

компаній цікавляться тим, чи поважає їхній потенційний контрагент (бізнес-партнер) вимоги рівності, недискримінації, поваги до різноманітності.

Компанії готують та оприлюднюють звіти з нефінансовими показниками про свою роботу, які включають питання рівності, недискримінації та/або прав людини:

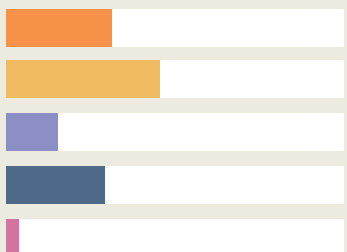


так — 75%;



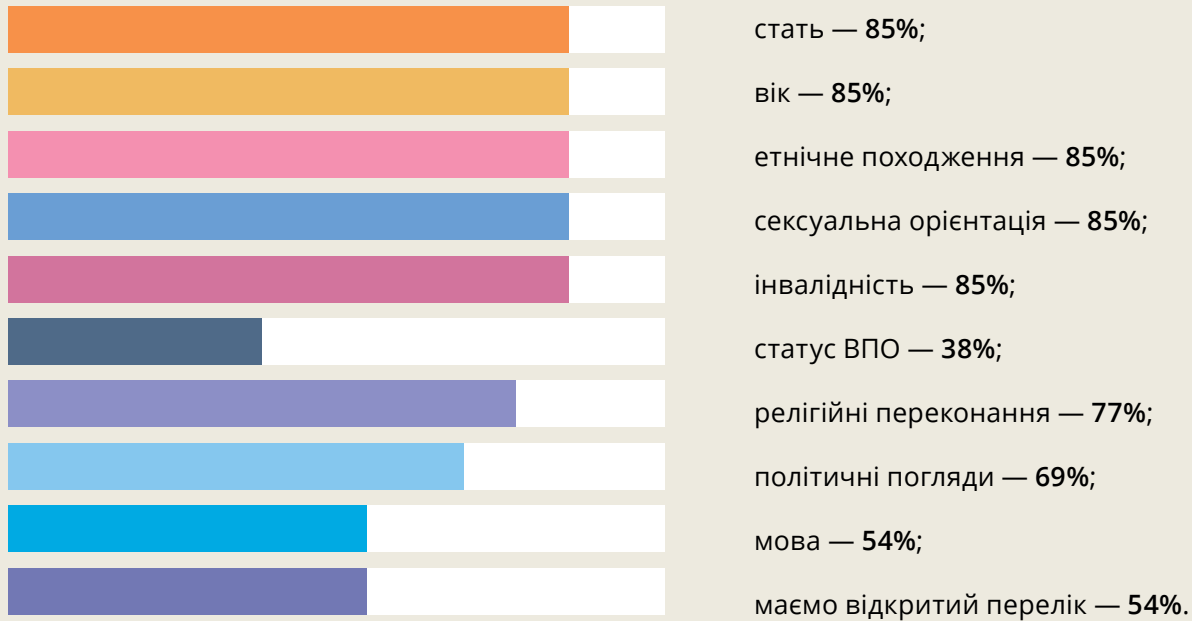
ні — 25%;

1. Чи є у компанії політика рівності / недискримінації / поваги до різноманіття:



так, це частина загальної політики з прав людини — 31%;
так, є окрема політика про рівність (чи заборону дискримінації) — 46%;
так, при розробленні ця політика обговорювалася з колективом — 0%;
так, політика є публічно доступною на сайті компанії — 15%;
так, у нас є відповідальна особа або відділ, які опікуються питаннями рівності — 29%;
немає окремої згадки про заборону дискримінації чи рівність у корпоративних документах — 7%.

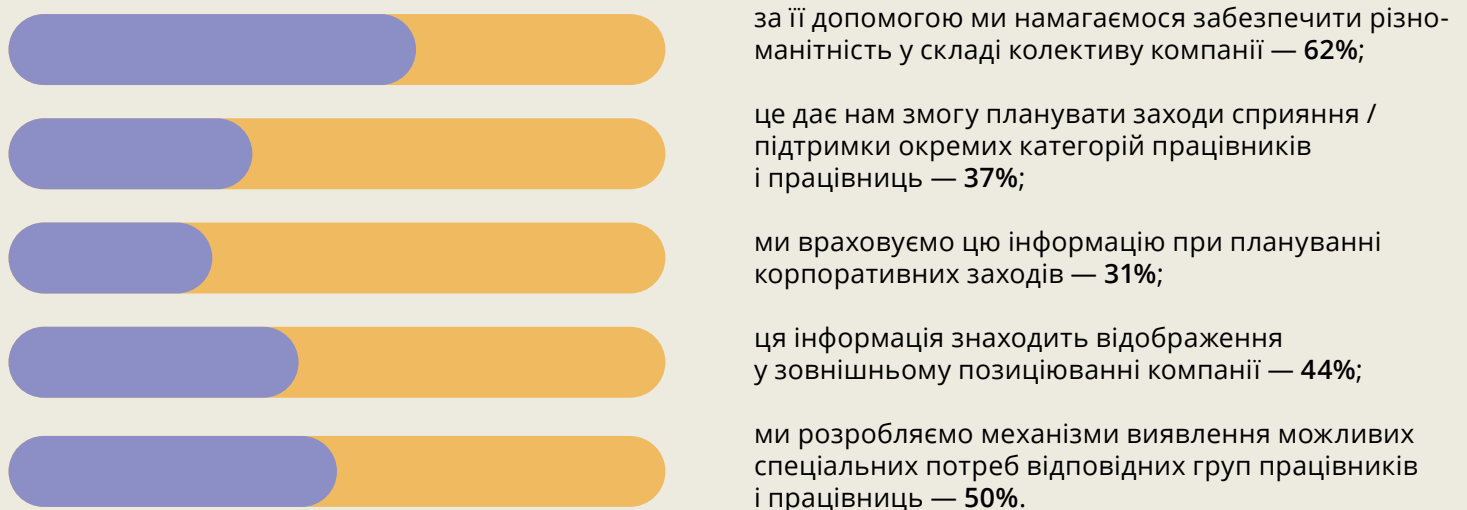
2. Які ознаки, захищені від дискримінації, згадуються в політиці рівності компанії / інших корпоративних документах:

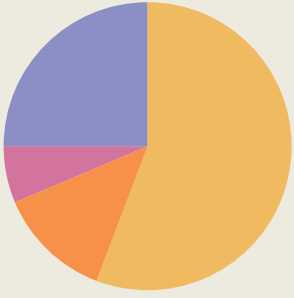


3. Чи веде компанія статистику окремих категорій працівників і працівниць? Якщо так, зазначте, за якими ознаками:



4. Якщо ви маєте/збираєте сегреговану за ознаками працівників і працівниць статистику, яким чином ви її використовуєте:





5. Чи зазначаються бажані ознаки працівників/працівника при оголошенні вакантних посад:

ні, ми робимо оголошення про те, що наймаємо усіх без дискримінації — **56%**;
 так, ми зазначаємо лише ознаки, що мають визначальне значення для характеру виконуваної роботи — **13%**;
 так, зазначаємо бажані ознаки — **6%**;
 зазначаємо вимоги без ознак — **25%**.

6. Чи стандартизована у компанії процедура проведення інтерв'ю на заміщення вакантних посад / при підвищенні, яка включає запобігання дискримінації:



так, у нас є затверджений єдиний перелік питань для всіх кандидатів/-ток — **85%**;



так, ми не ставимо питання про приватне життя — **8%**;



ні, питання залежать від характеру роботи та/або вимог до посади, на яку претендує кандидат/-ка — **8%**;

ні, ми ставимо різні питання різним кандидатам/-кам — **0%**.

7. Чи враховані питання поваги до різноманіття та заборони дискримінації маркетинговій стратегії компанії:



так, ми залуцаємо людей різної статі, віку, національності, гендерної ідентичності та сексуальної орієнтації, людей з інвалідністю бути ментор/-ками, амбасадор/-ками нашого бренду — **85%**;



ми уникаємо сексистської реклами, мови та контенту — **8%**;



ні, ми не враховуємо ці питання в рекламі — **8%**.

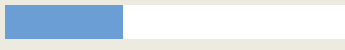
8. Яким стандартам архітектурної та/або інформаційної доступності відповідає приміщення, в якому ви продаєте товари або надаєте послуги:



виділено щонайменше 10% паркувальних місць (не менше 1 місця) для автомобілів людей з інвалідністю — **50%**;



вхід до будівлі є безбар'єрним або встановлено пандус з кутом нахилу до 10% — **56%**;



біля сходів та/або пандусу встановлені поручні на висоті 90 см і 70 см — **31%**;



встановлені автоматизовані двері в будівлю і приміщення, висота порогів складає не більше 2,5 см, ширина дверей не менше 90 см — **56%**;



облаштована універсальна вбиральня / спеціалізована кабіна — **31%**;



усі приміщення розташовані на одному поверсі або встановлений ліфт/підйомник — **56%**;



нанесене контрастне маркування скляних дверей — **50%**;



сходинок виділені жовтою або білою контрастною смугою, на підлогу нанесені тактильні покажчики — **31%**;

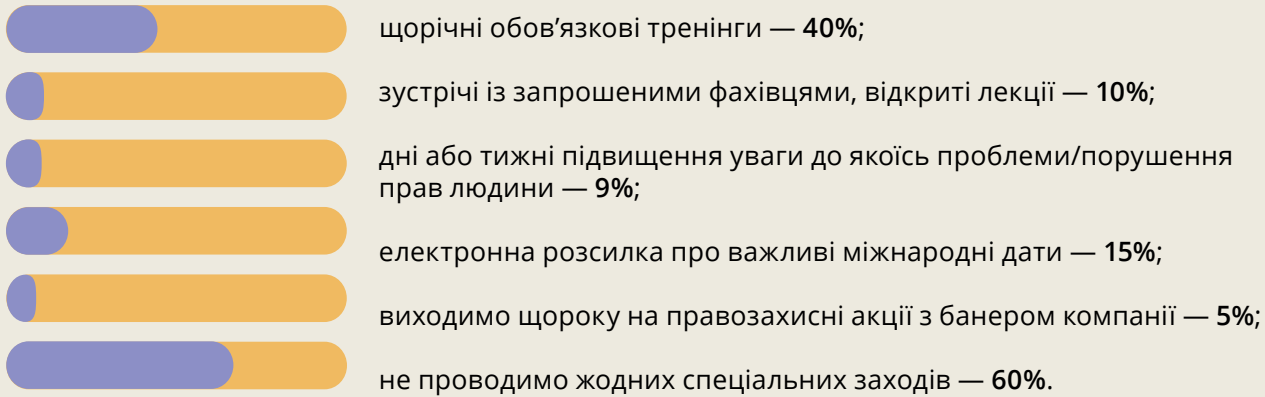


сайт компанії адаптований для людей із порушеннями зору — **13%**;

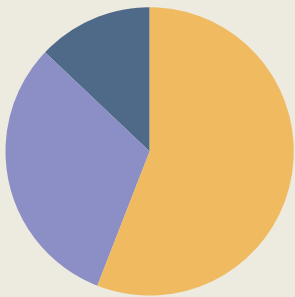


за потреби використовується розумне пристосування — **56%**.

9. Які заходи з підвищення обізнаності працівників і працівниць на тему поваги до різноманіття / недискримінації ви проводите протягом року:



10. Чи має ваша компанія механізм розгляду скарг або реагування на інформацію про дискримінаційні дії, висловлювання, інші практики:



так, у нас є загальний механізм розгляду скарг, яке б питання не було предметом такої скарги — **31%**;

так, у нас є спеціальний анонімний механізм розгляду скарг на дискримінацію та/чи домагання та спеціальна особа/відділ, які опікуються питаннями рівності — **13%**;

ні, в нас немає такого механізму — **56%**.