

**ФАЙНО
МАРКЕТ**



**ЗРОСТАЄМО.
РОЗВИВАЄМОСЯ.
ТВОРИМО РАЗОМ**

2026
III КВАРТАЛ

ПРО ЗВІТ



У III кварталі 2026 року Файно Маркет отримав особливу відзнаку — подяку від голови Комітету Верховної Ради України з питань фінансів, податкової та митної політики Данила Гетманцева.

Для нас ця відзнака — визнання сумлінної праці всієї команди, відповідального ведення бізнесу та внеску в розвиток країни.

Ми переконані, що відповідальний бізнес — це не лише своєчасна сплата податків. Це розвиток мережі, створення робочих місць, підтримка громад і щоденна робота тисяч людей.

III квартал був насичений важливими подіями, новими проєктами та досягненнями.

Ми продовжували розвивати мережу, вдосконалювати сервіси, впроваджувати нові рішення та підтримувати громади.

Усе це стало можливим завдяки щоденній роботі нашої команди, її професійності, ініціативності та відданості спільній справі.

Дякуємо всім, хто творить Файно Маркет щодня. Попереду — нові можливості, нові цілі та ще більше файних справ разом!

ФІЛОСОФІЯ ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Для Файно Маркет відповідальність — це конкретні дії, які підтримують розвиток компанії, людей і громад.

01

РОЗВИТОК МЕРЕЖІ

Відкриття нових магазинів, інвестиції в торговельну інфраструктуру

02

РОБОЧІ МІСЦЯ

Створення нових робочих місць, гідні умови праці та стабільна зайнятість

03

ПІДТРИМКА ГРОМАД

Соціальні ініціативи, допомога громадам і благодійні проєкти.

04

ЩОДЕННА ПРАЦЯ

Щоденна праця команди, професійний розвиток і спільні досягнення



УСЮДИ ФАЙНІ ЛЮДИ

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС — КОНКРЕТНІ РЕЗУЛЬТАТИ

СПЛАЧЕНО ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ З ПОЧАТКУ 2026 РОКУ

1 098 018 200 ₴

В Т.Ч. ВІЙСЬКОВИЙ ЗБІР

52 881 300 ₴

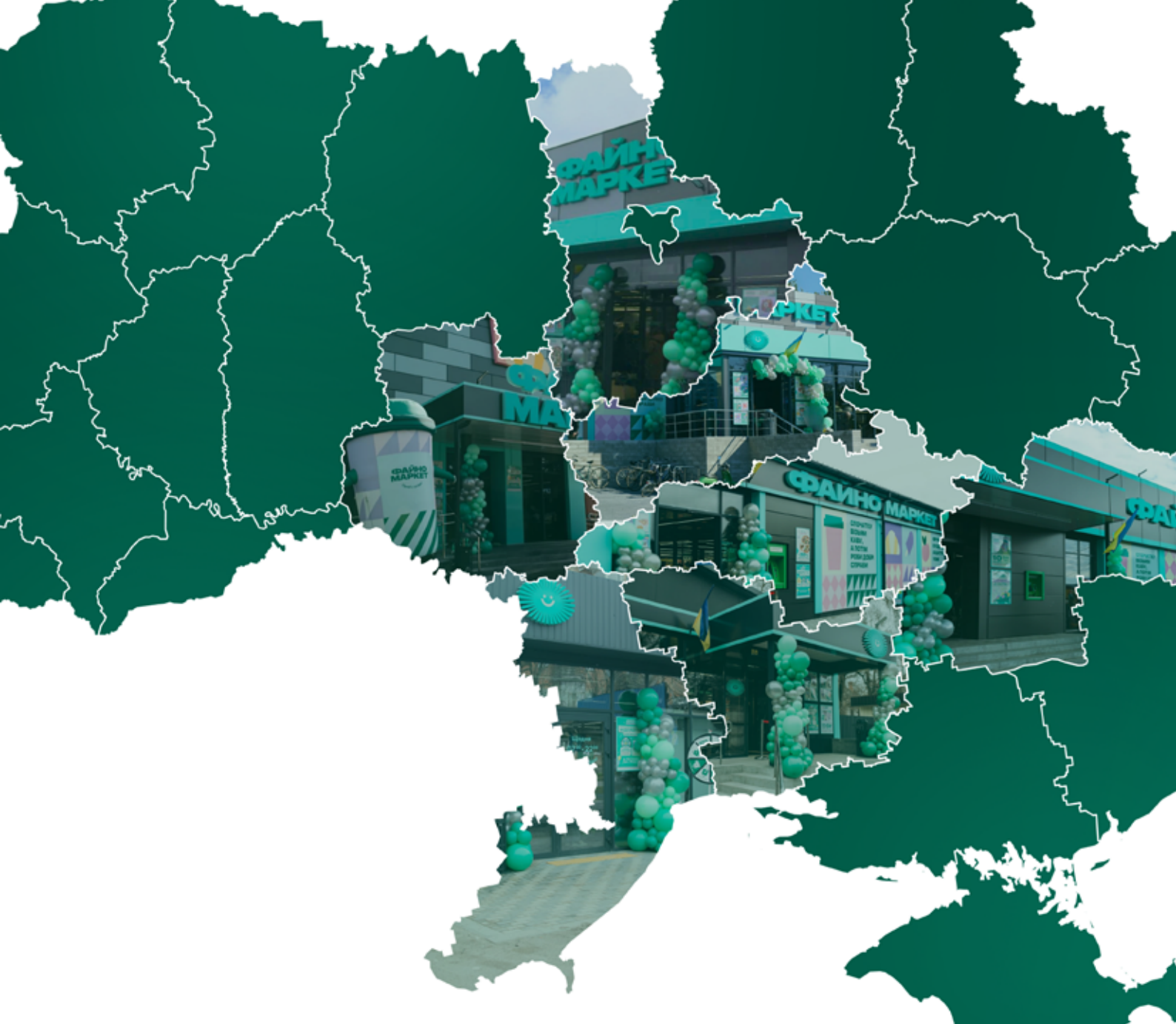
В Т.Ч. ПОДАТКІВ СПЛАЧЕНО СПІВРОБІТНИКАМИ

242 744 100 ₴



ЧИТАЙТЕ БІЛЬШЕ ПРО НАШУ
ЗВІТНІСТЬ НА САЙТІ
FAYNO.MARKET





31.07.2026

Кропивницький
вул. Преображенська, 88А

07.08.2026

Балта
вул. Любомирська, 266

14.08.2026

Жовті Води
вул. Козацької Слави, 23

НАША МАПА

225 МАГАЗИНИ
У МЕРЕЖІ

85 НАСЕЛЕНИХ ПУНКТИВ
ОХОПЛЕНО

10 НОВИХ МАГАЗИНІВ
ВІДКРИТО У 2026

55 000
КВ. М ТОРГОВОЇ ПЛОЩІ

ГЕОГРАФІЯ ПРИСУТНОСТІ

Кіровоградська **137** 34 нас. пункти

Черкаська **75** 39 нас. пункти

Миколаївська **5** 5 нас. пункти

Дніпропетровська **3** 2 нас. пункти

Одеська **3** 3 нас. пункти

Вінницька **1** 1 нас. пункт

Київська **1** 1 нас. пункт

25.09.2026

Кропивницький

вул. Алли Горської, 81/163



ПЕРСОНАЛЬНІ КУПОНИ СТАЛИ ЗРУЧНІШИМИ



АВТОЗАСТОСУВАННЯ — МЕНШЕ ДІЙ, БІЛЬШЕ ВИГОДИ

Персональні купони допомагають нашим сусідам отримувати вигідні пропозиції відповідно до їхніх інтересів та покупок. Під час UX-аналізу ми виявили, що навіть актуальні для покупок купони не завжди використовувалися. Основна причина — сусіди забували про них під час розрахунку на касі.

Щоб зробити покупки зручнішими, ми впровадили автозастосування персональних купонів.

Тепер достатньо заздалегідь активувати автозастосування в застосунку. Якщо товари в чеку відповідають умовам купона, він спрацює автоматично.

А в електронному чеку сусід може побачити, який саме купон було використано. Це робить отриману вигоду зрозумілою та підвищує довіру до сервісу.

ПЕРШІ РЕЗУЛЬТАТИ

до **46%**
КОНВЕРСИЯ ПЕРСОНАЛЬНИХ
КУПОНІВ

-80%
НЕГАТИВНИХ ЗВЕРНЕНЬ ЩОДО
ВИКОРИСТАННЯ КУПОНІВ

ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ — ТЕПЕР І У VDALO

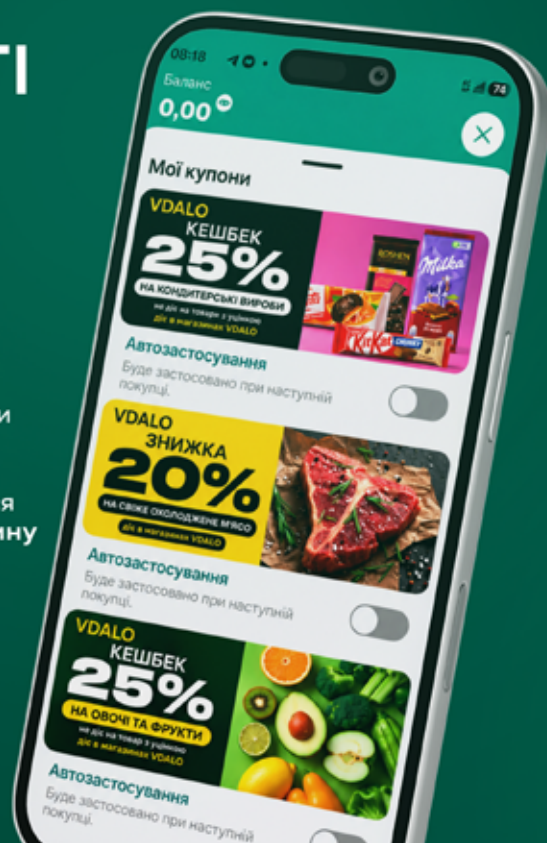
У III кварталі ми зробили ще один важливий крок у розвитку цифрової екосистеми Файно Маркет — розширили дію програми лояльності «Файно» на мережу магазинів VDALO.

Із 13 серпня покупки обох мереж можуть користуватися єдиною бонусною картою у застосунку «Файно», отримувати персональні пропозиції, спеціальні ціни, накопичувати бонуси та використовувати файники під час покупок.

Уже за перші тижні роботи програми бонусною картою скористалися десятки тисяч разів. Покупки з картою становили понад п'яту частину всіх чеків, а їхній середній чек був більш ніж наполовину вищим порівняно з покупками без картки.

Перші результати свідчать про перспективність цього рішення та створюють основу для подальшого розвитку персоналізованих пропозицій і залучення покупців.

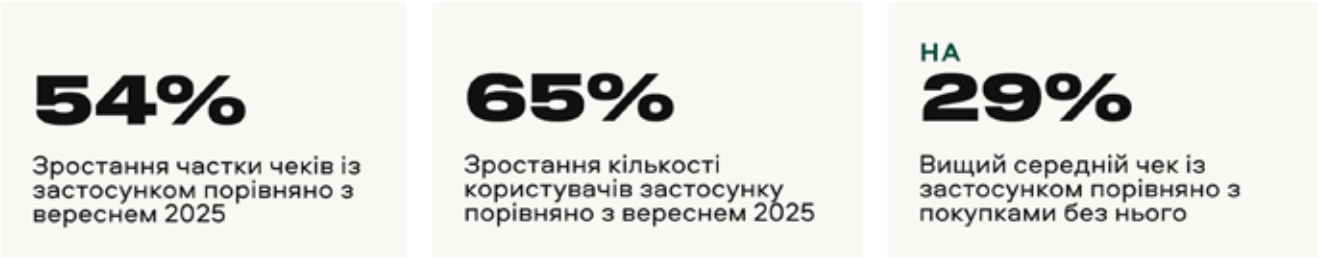
Продовжуємо розвивати єдину програму лояльності, щоб наші покупці отримували ще більше переваг від щоденних покупок.



СЕГМЕНТАЦІЯ ТА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ

У III кварталі 2026 року ми зосередилися на сегментації покупців та тестуванні персональних пропозицій. Наша мета — пропонувати кожному сусіду саме ту вигоду, яка відповідає його потребам.

РЕЗУЛЬТАТИ КВАРТАЛУ ДИНАМІКА БОНУСНОЇ КАРТКИ



АНАЛІТИКА ТА ТЕСТУВАННЯ КРИТЕРІЇ СЕГМЕНТАЦІЇ

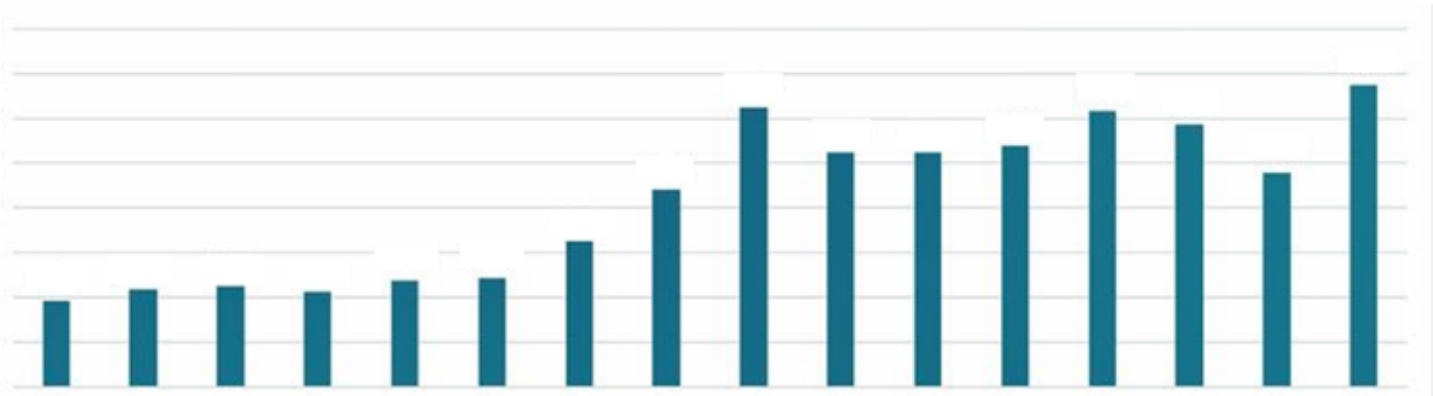
Аналізували частоту покупок, улюблені категорії, рівні лояльності, регіони та реакцію на попередні акції:



Окремо працювали з кавоманами та піцелюбами, тестували різні сценарії й час надсилання push-повідомлень.

КАВОМАНИ ПІЦЕЛЮБИ PUSH-СЦЕНАРІЇ

СЕГМЕНТАЦІЯ ТА ДИНАМІКА ЗАВАНТАЖЕНЬ ЗАСТОСУНКУ



Впровадження сегментації дозволяє точніше визначати потреби покупців і формувати персоналізовані пропозиції. На графіку бачимо зростання кількості завантажень застосунку «Файно» в період розвитку цього напрямку.

СТРАТЕГІЧНИЙ ОРІЄНТИР МИ Й НАДАЛІ РОЗВИВАТИМЕМО ПЕРСОНАЛІЗАЦІЮ, ЩОБ ПРОГРАМА ЛОЯЛЬНОСТІ СТАВАЛА ЩЕ КОРИСНІШОЮ ДЛЯ СУСІДІВ ТА ЕФЕКТИВНІШОЮ ДЛЯ БІЗНЕСУ

ВЛАСНЕ ВИРОБНИЦТВО: ПІДСУМКИ III КВАРТАЛУ

Для власного виробництва III квартал став періодом пошуку нових можливостей. Ми працювали з усіма напрямками: пекарнею, піцою, грилем і кулінарією, вдосконалювали виробничі процеси, асортимент і якість у магазинах та на виробничому майданчику.

95

ПЕКАРЕНЬ

68

ПІЦА-СТАНЦІЙ

110

ГРИЛЬ-БАРІВ

150

НАЙМЕНУВАНЬ
R&D-
ТЕХНОЛОГА

40

НОВИНОК ТА ЗМІН
РЕЦЕПТУР

12 168

ОДИНИЦЬ — РЕКОРД
ВІДВАНТАЖЕННЯ З
ЦЕХУ ЗА ДЕНЬ

ПРОДУКТ І АСОРТИМЕНТ

Одним із ключових напрямів роботи у III кварталі став розвиток асортименту. Ми аналізували купівельні вподобання, тестували нові продукти та вдосконалювали рецептури, щоб пропонувати покупцям більше актуальних і якісних рішень для щоденного харчування.

ХАЧАПУРІ З М'ЯСОМ: ЗРОСТАННЯ БІЛЬШ НІЖ У 9 РАЗІВ

У III кварталі познайомили покупців із хачапурі зі свино-яловичим м'ясом.

Цей результат показує, що влучний продукт і правильна рецептура можуть швидко сформувати новий стабільний попит.



НОВІ ФОРМАТИ

У III кварталі ми протестували продаж піци із замороженого напівфабрикату в магазинах без власної піца-станції. Такий формат дозволяє розширювати доступність готової продукції навіть у торгових точках з обмеженими виробничими можливостями. Також ми розпочали **централізоване постачання продукції виробничого цеху до магазинів малих форматів**, які не мають власних виробничих майданчиків. Першими продуктами стали маковий рулет та пампушка з часником.

СЕЗОННІ ПРОДУКТИ

Ще один приклад роботи з асортиментом — макова продукція до свята Маковія. У категорії отримали LfL-приріст +12% у кількості, що підтверджує потенціал сезонних пропозицій і продуктів, адаптованих під конкретні моменти споживання.

РЕКОРД ВИРОБНИЧОГО ЦЕХУ

У III кварталі продовжили розвивати централізоване виробництво та постачання продукції в магазини мережі. У вересні цех встановив рекорд за кількістю продукції, відвантаженої за один день — **це найбільший добовий обсяг за весь час його роботи.**

12 168

ОДИНИЦЬ ЗА 1 ДЕНЬ

ВІД ВЛАСНОГО ВИРОБНИЦТВА — ДО FOODSERVICE

Стратегічно ми дивимося на власне виробництво значно ширше. Наша амбіція — забрати на себе функцію харчування покупця.

Файно Маркет має бути не лише місцем, де покупець купує продукти для приготування їжі вдома. Ми хочемо стати місцем, де можна закрити максимальну кількість щоденних сценаріїв харчування. Сніданок. Обід. Вечеря. Перекус. Їжа дорогою додому. Вечеря для всієї сім'ї. Ready-to-eat та ready-to-heat. Гаряча піца. Свіжа випічка. Гриль. Кулінарія.

Разом із цим змінюється і наше конкурентне поле. У власному виробництві ми конкуруємо вже не лише з іншими супермаркетами, а й із кафе, ресторанами, пекарнями, fast food і доставкою.

Саме тому власне виробництво для нас — це вже не просто пекарня, гриль чи піца. Це наш foodservice усередині магазину.



АНДРІЙ ХАРИТОНЕНКО ДИРЕКТОР З ВИРОБНИЦТВА

Наше завдання — бути конкурентними за п'ятьма ключовими параметрами:
смак • якість • швидкість • доступність • ціна



ЯКІСТЬ І СТАНДАРТИ

Для нас важливо не лише створювати смачні продукти, а й забезпечувати їхню стабільну якість у кожному магазині.

У III кварталі ми зосередилися на вдосконаленні виробничих процесів та єдиних стандартах роботи.

Технологічні карти • стандарти • контроль якості • навчання персоналу

Наша мета — зробити стабільну якість такою ж конкурентною перевагою, як і смак.

ФОКУС IV КВАРТАЛУ

У IV кварталі продовжимо рухатися до стратегічної цілі — стати місцем, де покупець може закрити максимальну кількість щоденних сценаріїв харчування. **Наші пріоритети:**

- розвиток онлайн-сервісу замовлень;
- розвиток кулінарії та форматів food-to-go;
- розширення асортименту ready-to-eat та ready-to-heat;
- підвищення ефективності піца-, гриль-зон і пекарень;
- оптимізація асортименту відповідно до форматів магазинів та купівельного попиту;
- підвищення стабільності якості, зниження списань і собівартості.

Головне завдання — перетворити нові можливості власного виробництва на зручний і доступний сервіс для наших покупців.





ЯК МИ БУДУЄМО ЕФЕКТИВНУ ОПЕРАЦІЙНУ МОДЕЛЬ

У III кварталі ми формували фундамент для наступного етапу розвитку мережі: вирівнювали операційні умови, оптимізували процеси, впроваджували технологічні рішення та створювали умови для масштабування.

Наш принцип:
продуктивність має зростати разом із якістю продажів та сервісу.

ОЛЕКСІЙ ЛОГАЧОВ-МИХАЙЛОВ
ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТУ ПРОДАЖІВ



Наша стратегічна мета — стати мережею №1 за продуктивністю праці у своєму форматі в Україні.

КЛЮЧОВІ РЕЗУЛЬТАТИ III КВАРТАЛУ

+25%

LFL ПРОДУКТИВНІСТЬ
ТОРГОВОЇ КОМАНДИ
ПОРІВНЯНО З ВЕРЕСЕНЕМ 2025

+18%

ЯКІСНЕ ЗРОСТАННЯ
ПРОДАЖІВ
ПОРІВНЯНО З ВЕРЕСЕНЕМ 2025

+30%

ПРОДУКТИВНІСТЬ
КАТЕГОРІЇ ЗАМОРОЗКИ

2 год

РЕАКЦІЯ НА КРИТИЧНІ
ЗАПИТИ КЛІЄНТІВ

120

ПОСАД ОПТИМІЗОВАНО
БЕЗ ЗВІЛЬНЕНЬ

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: НОВИЙ ПІДХІД ДО ПЛАНУВАННЯ

Ми змінили методологію перегляду штатної чисельності. Раніше кількість співробітників залежала переважно від товарообігу магазину.

Тепер торгові точки оцінюються комплексно:

- формат;
- площа;
- обладнання;
- матеріально-технічна база;
- логістичні особливості;
- операційне навантаження.

Це дозволило порівнювати магазини у зіставних умовах та масштабувати найефективніші практики.
Результат: 120 штатних одиниць оптимізовано без звільнення співробітників.



ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ



ГАРЯЧА ЛІНІЯ: ШВИДША РЕАКЦІЯ

У III кварталі ми переглянули підхід до опрацювання звернень покупців, зробивши акцент на швидкості реагування, чіткій взаємодії між підрозділами та оперативному вирішенні питань.

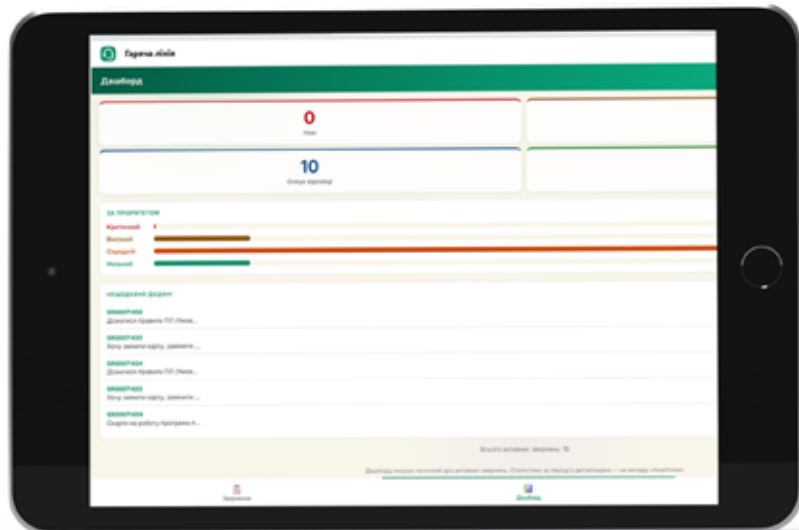
Завдяки спільній роботі Департаменту інформаційних технологій, Департаменту маркетингу та реклами й Департаменту з продажу вдалося вдосконалити внутрішні процеси та суттєво скоротити час реагування на звернення.

Головною зміною став новий підхід до пріоритезації запитів. Тепер важливі та критичні звернення опрацьовуються першочергово, що дозволяє швидше реагувати на ситуації, які потребують негайної уваги.

Якщо раніше термін опрацювання міг сягати чотирьох днів, то сьогодні для важливих і критичних звернень він становить до 2 годин, а для інших типових запитів — до 24 годин.

Це важливий крок до підвищення якості клієнтського сервісу. Адже для нас має значення не лише вирішити питання покупця, а й зробити цей процес максимально швидким, зрозумілим і зручним.

Продовжуємо вдосконалювати систему роботи зі зверненнями, щоб кожен сусід міг розраховувати на своєчасну увагу та підтримку Файно Маркет.



ФОКУС IV КВАРТАЛУ

У IV кварталі зосередимося на впровадженні та вдосконаленні операційних рішень, які допоможуть підвищити продуктивність праці, спростити щоденні процеси та покращити якість обслуговування покупців.

Ключові напрями роботи:

- **Модернізація торгового обладнання.** Впровадження нових рішень у магазинах для прискорення викладки товарів і скорочення часу на рутинні операції.
- **Каси самообслуговування.** Подальший розвиток КСО для підвищення швидкості обслуговування та ефективності касових зон.
- **Автоматизація та цифровізація.** Розвиток телеметрії, електронних цінників ESL і поступовий перехід до цифрових інструментів управління магазином.
- **Оптимізація товарних процесів.** Поширення SRP-упаковки на нові категорії та продовження модернізації обладнання для замороженої продукції.
- **Клієнтський сервіс.** Подальше вдосконалення роботи зі зверненнями покупців, скорочення часу реагування та підвищення якості обслуговування.
- **Ефективність команди.** Розвиток управлінських підходів, удосконалення робочих процесів і створення умов для підвищення продуктивності без додаткового навантаження на працівників.

Головне завдання — закріпити результати III кварталу та підготувати мережу до масштабування технологічних рішень у 2027 році.

БУЛО
РАНІШЕ
до 4 днів

СТАЛО ЗАРАЗ
до 2 годин
Важливі та критичні

ІНШІ ЗВЕРНЕННЯ
до 24 годин
Усі типові запити



СТРАТЕГІЧНА МЕТА

НАША МЕТА — СТВОРИТИ ОПЕРАЦІЙНУ МОДЕЛЬ,
ЯКА ДОЗВОЛИТЬ МЕРЕЖІ ЕФЕКТИВНО МАСШТАБУВАТИСЯ.



ВИРОЩУЄМО СВОЇХ ЗІРОК: КАР'ЄРНЕ ЗРОСТАННЯ

Ми переконані, що сильна команда — це команда, в якій люди мають можливість розвиватися та будувати кар'єру. Саме тому підтримуємо працівників, які прагнуть більшого, та створюємо можливості для професійного зростання всередині компанії.

КАР'ЄРНІ УСПІХИ

10 ПРАЦІВНИКІВ

виросли з продавців до адміністраторів залу магазину — 9 у Кіровоградському та 1 у Черкаському регіоні. Шестеро з них — наставники.

2 ПРОДАВЦІ

перейшли на посаду **старшого продавця**, один із них — наставник.

3 СТАРШІ ПРОДАВЦІ

стали **керуючими магазинами** — 1 у Кіровоградському та 2 у Черкаському регіоні.

5 МЕНЕДЖЕРІВ

виросли до **керівників напрямків**.

5 ПРАЦІВНИКІВ

перейшли на інші професійні позиції — у сфері **аналітики, харчової безпеки, контролю якості та логістики**.

4 КЕРУЮЧИХ

успішно пройшли відбір на **територіальних менеджерів**

Олександр Жорновий, Людмила Животовська, Дарина Слєбик і Тетяна Сопільняк

За кожним кар'єрним кроком — досвід, наполегливість і результати. Ми продовжуємо розвивати внутрішній кадровий резерв, адже найкраще потенціал наших файних людей розкривається через реальні можливості для зростання.

НАВЧАННЯ, ЯКЕ ДОПОМАГАЄ ЗРОСТАТИ

У III кварталі ми продовжили розвивати онлайн-навчання, щоб працівники магазинів могли швидше опановувати нові знання та застосовувати їх у щоденній роботі.

ОНЛАЙН-КУРС «ВІТРИНА СИРІВ»

Створили курс, який допомагає новачкам опанувати терміни придатності, сегментацію та стандарти викладки сирів.

Терміни придатності

Сегментація

Викладка сирів

ПЕКАРНЯ 9 КУРСІВ ІЗ ВИПІЧКИ

Спільно з головним технологом Дмитром Гнатенком розробили навчальні модулі з приготування багета Crusty, різних видів хліба та здобних булочок.

Багет Crusty

Різновиди хліба

Здобні булочки

Навчання допомагає швидше адаптувати нових працівників, систематизувати знання та підтримувати єдині стандарти роботи в магазинах мережі



НАСТАВНИЦТВО ТА РОЗВИТОК КОМАНДИ

Передача досвіду, розвиток управлінських навичок і підтримка працівників на кожному етапі професійного зростання — важливі складові корпоративної культури Файно Маркет.

58

Нових наставників відвідали свій перший тренінг «Мистецтво наставництва». Учасники розглянули особливості навчання дорослих людей та отримали особливу відзнаку.

★ **ЗОЛОТИЙ БЕЙДЖ НАСТАВНИКА**

35

Наставників узяли участь у тренінгу, на якому навчалися встановлювати довгострокові відносини з нашими сусідами.

ТРЕНІНГ «ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ»



РОЗВИТОК УПРАВЛІНЦІВ

13

Територіальних менеджерів взяли участь у стратегічній сесії «Роль та ключові дії».

Під час сесії сформували комплексну стратегію руху вперед: навчати, допомагати, вирощувати команду, розвивати управлінців і відповідати за успіх району.

32

Керуючих магазинів пройшли тренінг «Time-management», присвячений законам часу та плануванню.

ТРЕНІНГ «TIME-MANAGEMENT»

ЮВІЛЯРИ

5 РОКІВ У КОМПАНІЇ

Олена Молчанова

Оксана Марцін

Наталя Галяга

Ірина Бровченко

Світлана Колесник

Юлія Посмашна

Галина Батюк

керуючий магазином №142

керуючий магазином №281

керуючий магазином №198

керуючий магазином №138

керуючий магазином №265

керуючий магазином №196

територіальний менеджер

10 РОКІВ У КОМПАНІЇ

Тетяна Сіденко

Єлизавета Стадник

продавець продовольчих товарів,
магазин №103
укладальник-пакувальник,
магазин №170

Дякуємо за професійність, відданість своїй справі та роки роботи разом із Файно Маркет!



15 РОКІВ ФАЙНО МАРКЕТ

ЮВІЛЕЙ РАЗОМ ІЗ СУСІДАМИ

У III кварталі Файно Маркет відзначив своє 15-річчя. За цей час ми виростили від першого магазину до мережі з 225 торгових точок.

ГОЛОВНА ІДЕЯ — ЗРОБИТИ СУСІДІВ НЕ ПРОСТО ГЛЯДАЧАМИ, А УЧАСНИКАМИ НАШОГО ЮВІЛЕЮ.

ГРАТИ

FLAPPY FAYNO

До 15-річчя ми вперше створили власну digital-гру «Flappy Fayno». Від ідеї та ігрової механіки до дизайну й реалізації — усі етапи команда Департаменту маркетингу та реклами пройшла самостійно. За час кампанії покупці здійснили понад 1,1 млн ігрових спроб, провівши у грі щонайменше 4 610 годин, або понад 192 доби безперервної гри. Найдовша ігрова сесія одного користувача тривала майже 5 годин.

15 ДНІВ СЮРПРИЗІВ

Протягом 15 днів у застосунку «Файно» щодня відкривалася нова пропозиція — бонуси, акції або подарунки. Так ми перетворили ювілей на 15 днів приємних несподіванок для сусідів і створили додатковий привід щодня повертатися до застосунку.



РІК ПОКУПОК ДЛЯ СУСІДА

До ювілею ми провели розіграш «Рік покупок для сусіда», переможці якого протягом року отримуватимуть щомісячні нарахування для покупок у Файно Маркет.

Кількість учасників розіграшу виявилася на 50% вищою порівняно з попередніми розіграшами мережі.

ПЕРСОНАЛЬНА ПОДЯКА ПОКУПЦЯМ

Для найактивніших сусідів команда підготувала персональні подарункові набори.

Отримувачі самостійно почали ділитися розпаковками, фото та відео у TikTok, Instagram, Facebook і Threads. Сукупна аудиторія цих публікацій перевищила 250 тисяч користувачів.

15 РОКІВ — І РУХАЄМОСЯ ДАЛІ

Ювілей став нагодою випробувати нові формати взаємодії з покупцями: ігрові механіки, щоденні пропозиції в застосунку «Файно», довгострокові розіграші та персональну комунікацію.

Отриманий досвід став основою для нових цифрових ініціатив і подальшого розвитку взаємодії з нашими сусідами.



13 СЕРПНЯ КОМАНДА ФАЙНО МАРКЕТ

ЗУСТРІЛАСЯ НА ХУТОРІ НАДІЯ З НАГОДИ 15-РІЧЧЯ

15 років Файно Маркет — це насамперед історія людей, які щодня працюють над розвитком компанії, дбають про покупців і разом долають нові виклики.

13 серпня на хуторі Надія відбулася святкова зустріч команди. Це була нагода поспілкуватися поза робочими процесами, згадати пройдений шлях, поділитися спогадами та провести час разом. Програма заходу об'єднала привітання колег, відзначення досягнень, спільні активності та музичний виступ DZIDZIO.

Дякуємо всім, хто був із нами від самого початку, і тим, хто долучився до команди нещодавно. Попереду — нові цілі, важливі рішення та спільні досягнення!



15 РОКІВ — ЦЕ ТИСЯЧІ ЛЮДЕЙ, СПІЛЬНІ
ДОСЯГНЕННЯ ТА ІСТОРІЯ, ЯКУ МИ
ПРОДОВЖУЄМО ТВОРИТИ РАЗОМ.





ТВОРИМО ПРОСТІР ДОБРИХ СПРАВ

ДЛЯ ФАЙНО МАРКЕТ СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ — ЦЕ НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА НАШОЇ РОБОТИ. МИ ПРОДОВЖУЄМО ПІДТРИМУВАТИ ВІЙСЬКОВИХ, ДОПОМАГАТИ ГРОМАДАМ ТА ОБ'ЄДНУВАТИ ЛЮДЕЙ НАВКОЛО ДОБРИХ СПРАВ.

ЗАГАЛЬНА СУМА БЛАГОДІЙНОЇ ДОПОМОГИ З ПОЧАТКУ 2022 РОКУ

43 300 000

ГРН

СОЦІАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ

160

РЕАЛІЗОВАНО З ПОЧАТКУ 2026 РОКУ

ЗАПИТІВ ВІЙСЬКОВИХ

47

ЗАКРИТО У 2026 РОЦІ

ФАЙНИЙ ДВІР — ДОБРІ СПРАВИ РАЗОМ ІЗ СУСІДАМИ

«Файний двір» — наш благодійний проєкт, який об'єднує сусідів навколо спільної мети — допомагати тим, хто цього потребує.

З початку існування проєкту завдяки спільним зусиллям вдалося реалізувати:

35 ініціатив
1 640 567 грн — загальна сума допомоги в межах проєкту.

Кожна ініціатива — це приклад того, як навіть невеликі внески разом перетворюються на великі добрі справи.

Протягом липня, серпня та вересня ми підтримували захисників і захисниць, ветеранів, дітей, допомагали тваринам, спортивним командам, соціальним і благодійним проєктам.

Частина допомоги була спрямована на закриття термінових потреб, а частина — на розвиток довготривалих партнерств. Адже для нас важливо не лише допомогти сьогодні, а й бути поруч із тими, хто потребує підтримки надалі.



ПАЗЛИ З ДОБРИМ ПРОДОВЖЕННЯМ

«ДВІР ДИТИНСТВА» ТА «КАНІКУЛИ У БАБУСІ»

Однією з особливих ініціатив III кварталу став запуск лімітованої серії пазлів Файно Маркет — «Двір дитинства» та «Канікули у бабусі».

В основу двох сюжетів лягли знайомі багатьом спогади: літо у дворі, велосипедні прогулянки, ігри з друзями, канікули в бабусі та прості моменти, які з роками стають особливо цінними.

Ми хотіли створити більше, ніж просто пазли, — можливість провести час із рідними, повернутися до теплих спогадів і разом створити нові. Та цей проект має і важливу соціальну мету — підтримку адаптивного спорту та розвиток ампфутболу.

Через пазли ми прагнемо привернути увагу до команди «Сталеві Орли», генеральним партнером якої є Файно Маркет.



ЧАС РАЗОМ ♦ ТЕПЛІ СПОГАДИ ♦ ДОБРА МЕТА ♦ ПІДТРИМКА СВОЇХ

ДОБРІ СПРАВИ III КВАРТАЛУ

У III кварталі ми детально розповідали про допомогу, партнерства та ініціативи на сайті Файно Маркет.

ЛИПЕНЬ

- «ФАЙНА ПЕРЕМОГА. МЕДИЧНИЙ ТИЛ» — ЗВІТ ПРО ДОПОМОГУ
- ДАЙДЖЕСТ ДОБРИХ СПРАВ
- «ОБЕРІГ ЖИТТЯ»: ДОПОМОГА ДІТЯМ
- НОВЕ ЖИТТЯ ГЛЯДАЦЬКИХ МІСЦЬ НА ХУТОРІ НАДІЯ
- ЗБІР НА СПАНБОНД ДЛЯ МАСКУВАЛЬНИХ СІТОК

СЕРПЕНЬ

- «ПРИГОСТИ КАВОЮ ГЕРОЯ»
- WAYPOINT 2026
- «ДЖЕРЕЛО ДЛЯ ХВОСТИКІВ»
- ДОПОМОГА ВІЙСЬКОВИМ НЕОБХІДНИМИ МОНІТОРАМИ
- МАСКУВАННЯ ДЛЯ ВІЙСЬКОВИХ — РЕЗУЛЬТАТИ ЗБОРУ

ВЕРЕСЕНЬ

- ВИСТАВА «МАМИ» ДЛЯ РОДИН ЗАХИСНИКІВ І ЗАХИСНИЦЬ
- ЗВ'ЯЗОК І ЖИВЛЕННЯ ДЛЯ ВІЙСЬКОВИХ
- РЕЗУЛЬТАТИ «ПРИГОСТИ КАВОЮ ГЕРОЯ»
- ПІДТРИМКА ТУРНІРІВ ЮНИХ ФУТБОЛІСТІВ
- СПІЛЬНОТА ВЕТЕРАНСЬКИХ БІЗНЕСІВ «ФАЙНО ЗНАТИ СВОЇХ»
- ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ПОЛЬОВОЇ КУХНІ
- ЛІМІТОВАНІ ПАЗЛИ «ДВІР ДИТИНСТВА» ТА «КАНІКУЛИ У БАБУСІ»



ЧИТАЙТЕ БІЛЬШЕ ПРО НАШІ
ДОБРІ СПРАВИ НА САЙТІ
FAYNO.MARKET



WAYPOINT 2026

РАЗОМ ЗАРАДИ ВАЖЛИВОЇ МЕТИ



22 серпня у Кропивницькому відбувся благодійний забіг WAYPOINT 2026, який об'єднав учасників навколо підтримки наших захисників і захисниць.

Файно Маркет став генеральним партнером події. До забігу долучилася і наша команда: файні люди разом з іншими учасниками долали дистанції 5 та 10 кілометрів.

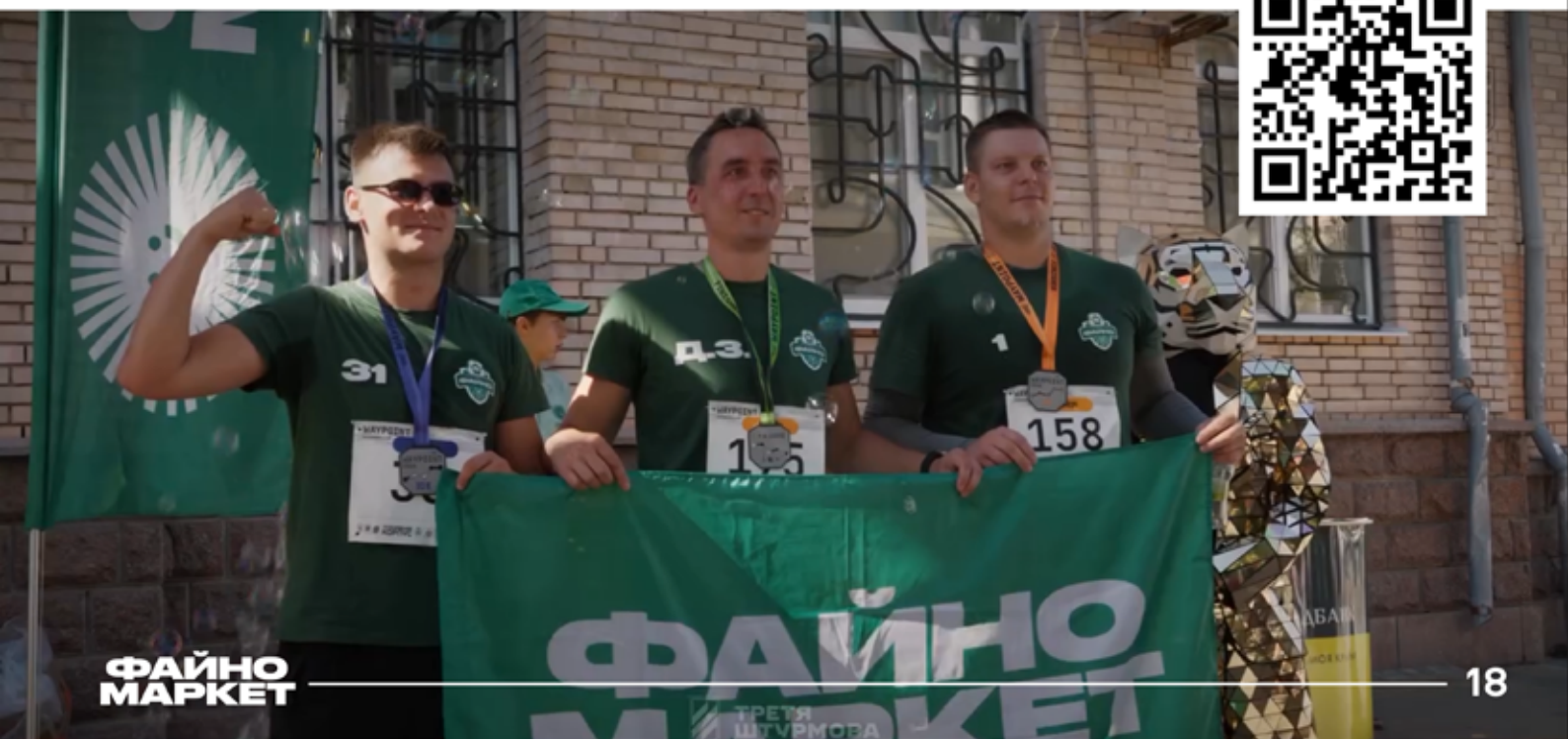
ДОПОМОГА З КОНКРЕТНОЮ МЕТОЮ

У межах WAYPOINT благодійний фонд «Drone Support» проводив збір для Навчального центру Третього армійського корпусу, що діє на базі Батальйону безпілотних систем Третьої окремої штурмової бригади. Його метою було зібрати 600 000 грн на FPV-дрони, системи керування та ретрансляції зв'язку, пульти, генератори, монітори й інше обладнання для підготовки військових.

ФАЙНО МАРКЕТ ДОЛУЧИВСЯ ВНЕСКОМ 302 850 ГРН

Це понад половина всієї заявленої суми збору та еквівалент вартості 15 Starlink. WAYPOINT 2026 об'єднав людей, які в різний спосіб долучилися до спільної мети. Учасники долали дистанції, вболівальники підтримували на маршруті, небайдужі робили внески. І все це заради одного — підтримки наших захисників і захисниць.

Для нас участь у таких подіях — це більше, ніж партнерство. Це можливість разом із командою та сусідами бути частиною важливих ініціатив і робити свій внесок у спільну справу.



ФАЙНО МАРКЕТ

ЗГАДУЄМО НАШИХ ПРАЦІВНИКІВ

ВІЙНА — ЦЕ ІМЕНА

За кожним іменем — життя, історія, мрії та плани, які обірвала війна.

Це наші колеги, файні люди, з якими ми працювали поруч,
ділили щоденні турботи та спільні досягнення.
Вони назавжди залишаться частиною
нашої команди та історії Файно Маркет.

ЗУЄВ

СЕРГІЙ СЕРГІЙОВИЧ

ХИЖНЯК

МАКСИМ ЮРІЙОВИЧ

КОТЛЯРЕНКО

ДМИТРО ЛЕОНІДОВИЧ

МЕЛЬНИК

ДЕНИС РУСЛАНОВИЧ

ТАРАН

АРТЕМ ІГОРОВИЧ

ШАТОХІН

МИХАЙЛО ОЛЕКСАНДРОВИЧ



ТРИ МІСЯЦІ РОБОТИ.
БАГАТО ФАЙНИХ СПРАВ.
І ЩЕ БІЛЬШЕ ПОПЕРЕДУ!

Тут ми протягом року ділимося нашими досягненнями та новинами:

