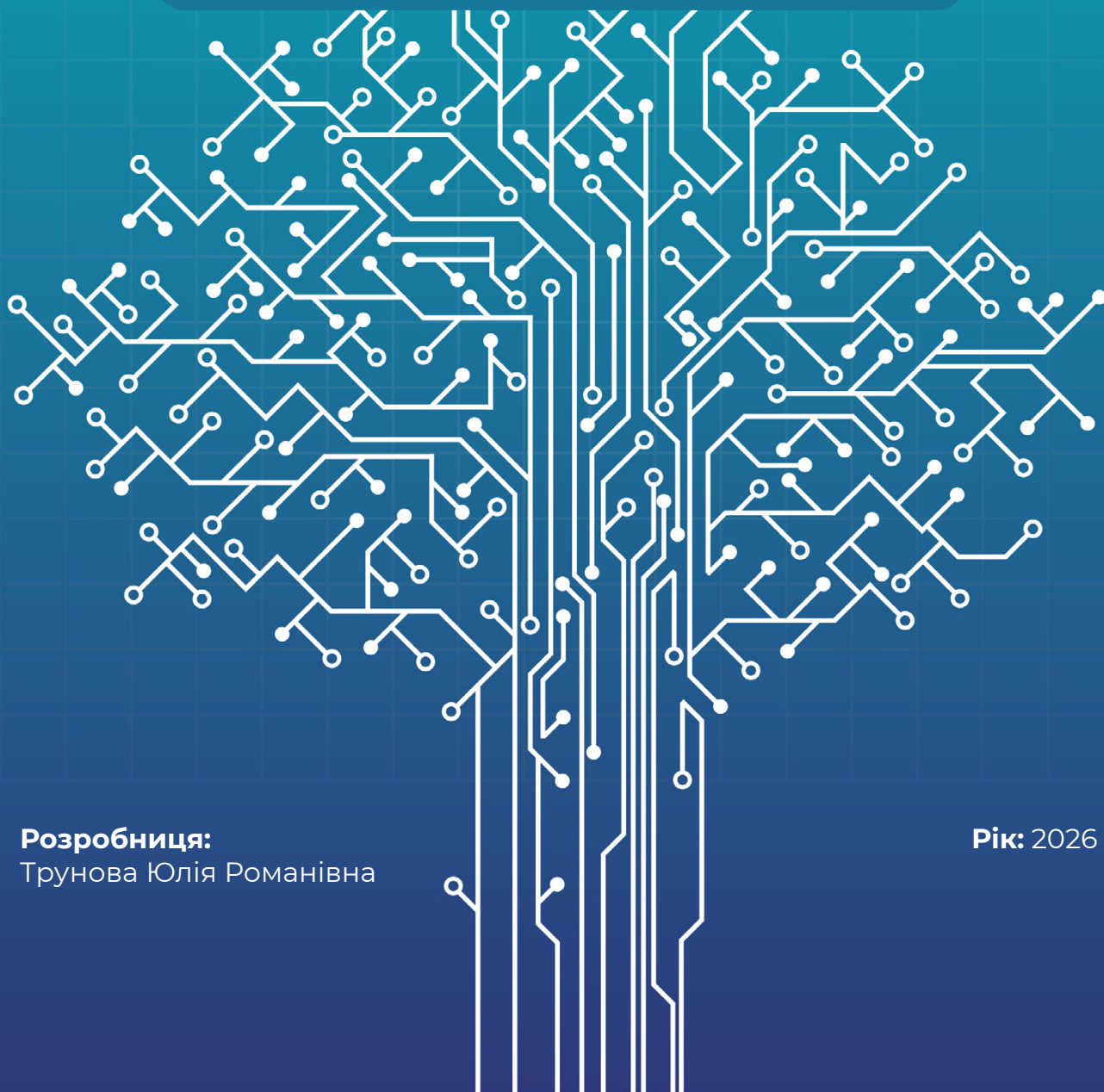


ДОРОЖНЯ КАРТА: ТРАНСФОРМАЦІЯ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ШЛЯХУ ДО ГЕНДЕРНОЇ ЧУТЛИВОСТІ

Практичний посібник для керівників/-ць,
бухгалтерів/-ок та менеджерів/-ок



Розробниця:
Трунова Юлія Романівна

Рік: 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Мета і призначення Дорожньої карти	3
Цільові групи	3
Очікувані результати	4
ЕТАП 1. ГЕНДЕРНИЙ АУДИТ ТА МОБІЛІЗАЦІЯ	5
КРОК 1. Створення робочої групи та призначення координатора/-ки	5
КРОК 2. Проведення комплексного внутрішнього аудиту	5
КРОК 3. Аналіз зовнішньої діяльності та комунікаційна ревізія	6
ЕТАП 2. УПРОВАДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТАНДАРТІВ У ВНУТРІШНЄ УПРАВЛІННЯ	7
КРОК 4. Адаптування й упровадження Гендерної політики громадської організації	7
КРОК 5. Імплементация гендерних норм у кадрову політику та посадові обов'язки	8
ЕТАП 3. ГЕНДЕРНЕ ПРОЄКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ	9
КРОК 6. Синхронізація Стратегії громадської організації з цінностями гендерної рівності	9
КРОК 7. Методологія роботи з бенефіціарами/-ками: дезагрегація даних та оцінювання потреб	9
ЕТАП 4. ГЕНДЕРНО ОРІЄНТОВАНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ТА ФІНАНСОВА СТАЛІСТЬ	11
КРОК 8. Упровадження методології гендерно орієнтованого бюджетування у фінансове планування проєктів	11
КРОК 9. Інституціоналізація гендерно орієнтованого бюджетування у внутрішніх фінансових процедурах та політиках	12
КРОК 10. Оцінювання гендерного впливу фінансової діяльності	13
ЕТАП 5. МОНІТОРИНГ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОСТІ ГЕНДЕРНИХ ЗМІН	14
КРОК 11. Створення й упровадження системи внутрішнього моніторингу гендерного прогресу	14
КРОК 12. Річне самооцінювання і підготування гендерного звіту громадської організації	14
КРОК 13. Забезпечення сталості: інтеграція в інституційну пам'ять та навчання нових співробітників/-ць	15

ВСТУП

Мета та призначення Дорожньої карти

Мета Дорожньої карти – забезпечити системну трансформацію громадської організації, перетворити її на інституційно сталу, гендерно чутливу та інклюзивну структуру. Цей посібник покликаний стати навігатором для лідерів громадського сектору, який допомагає інтегрувати принципи рівності в усі аспекти діяльності: від стратегічного планування й управління персоналом до фінансового моніторингу та комунікацій із бенефіціарами/-ками.

Призначення Дорожньої карти

1. Формувати внутрішнє середовище, де гендерна рівність є не просто вимогою донора, а глибокою корпоративною цінністю, що визначає кожен крок організації.
2. Надати конкретні інструменти (класифікатори, анкети, матриці), які дозволяють бухгалтерському та програмному відділам працювати в єдиному методологічному полі.
3. Захищати організації від репутаційних та правових ризиків, пов'язаних із дискримінацією, сексизмом або неефективним використанням ресурсів через «гендерну сліпоту».
4. Демонструвати партнерам готовність управляти складними проєктами, що потребують високих стандартів інклюзивності та прозорості відповідно до міжнародних стандартів.

Цільові групи

Для досягнення реальних змін Дорожня карта передбачає залучення всіх рівнів управління та виконання:

- вище керівництво та правління відповідають за легалізацію змін, затвердження політик та демонстрацію лідерства у впровадженні рівних можливостей;
- фінансова служба та бухгалтерія стають ключовими агентами змін через упровадження гендерно орієнтованого бюджетування, аудит закупівель та аналіз «витрати – отримувачі»;
- менеджмент проєктів та грантрайтери забезпечують якість програмної діяльності, проводять гендерний аналіз на етапі розроблення ідей та вимірюють соціальний вплив на етапі звітування;
- HR-фахівці/-чині й адміністратори впроваджують інклюзивні стандарти рекрутингу, забезпечують баланс роботи та особистого життя для команди, створюють безпечний офісний простір;
- фахівці/-чині з комунікацій відповідають за трансляцію цінностей організації у публічне поле, використовують недискримінаційну мову та інклюзивний візуальний контент.

Очікувані результати

Упровадження Дорожньої карти забезпечує комплексний ефект, який можна розділити на три рівні:

1. Інституційний:

- повна синхронізація Стратегії організації з міжнародними стандартами гендерної рівності;
- наявність дієвої Гендерної політики та механізмів реагування на випадки дискримінації;
- створення робочої групи, яка здатна самостійно проводити гендерний аудит та моніторинг.

2. Програмно-фінансовий:

- перехід до гендерно орієнтованого бюджетування, що підвищує точність планування витрат на 20–30%;
- упровадження системи збору дезагрегованих даних, що дозволяє бачити реальні потреби жінок і чоловіків у громадах;
- можливість чітко довести донору соціальну рентабельність інвестицій через гендерну формулу.

3. Соціальний та репутаційний:

- зміцнення бренду громадської організації як експертної та прогресивної організації, що є привабливою для стратегічного партнерства;
- підвищення лояльності та продуктивності команди через створення умов робочого простору гідності;
- реальне посилення економічної та соціальної спроможності жінок у громадах, де працює організація.

ЕТАП 1.

ГЕНДЕРНИЙ АУДИТ ТА МОБІЛІЗАЦІЯ

КРОК 1.

Створення робочої групи та призначення координатора/-ки

Трансформація організації не можлива без визначення відповідальних осіб, які мають як експертні знання, так й адміністративні ресурси. Призначення координатора/-ки з гендерних питань та формування робочої групи дозволяє розподілити навантаження та забезпечити інклюзивний підхід до змін: від фінансового планування до комунікацій. Це крок, який переводить питання рівності з категорії «додаткових завдань» у площину офіційних посадових обов'язків. Насамперед організація має легалізувати процес. Це повинно бути не «хобі» однієї активістки – а робоче завдання.

Алгоритм дій для організації:

1. **Визначити склад групи:** залучити представників/-ць різних ланок (керівництво, бухгалтерія, програмний відділ, комунікаційний відділ тощо).
2. **Офіційно закріпити:** видати внутрішній наказ, який фіксує статус групи та виділяє робочі години на виконання Дорожньої карти.
3. **Перша установча сесія:** визначити пріоритети й дедлайни для кожного підрозділу.



Інструмент до кроку:

[Додаток №1 «Зразок наказу про створення робочої групи»](#)

КРОК 2.

Проведення комплексного внутрішнього аудиту

Внутрішній аудит – це не просто збір анкет, а стратегічне дослідження стану здоров'я організації. На цьому етапі ми працюємо з трьома вимірами даних: **суб'єктивним** (відчуття команди), **статистичним** (цифри від HR-фахівця/-чині та бухгалтера/-ки) та **фізичним** (інфраструктура офісу). Такий 3D-аналіз дозволяє побачити «невидимі» бар'єри, як-от гендерний розрив в оплаті праці або відсутність умов для працівниць/-ків із дітьми, які часто ігнорують за звичайного планування.

Компоненти дослідження (що саме аналізуємо):

1. **Організаційна культура:** оцінити рівень довіри, безпеки та підтримки через анонімне опитування команди.
2. **Кадровий капітал:** проаналізувати ієрархію (чи немає «скляної стелі» для фахівчинь) та баланс робочого / особистого часу.
3. **Архітектурна та гігієнічна інклюзія:** перевірити офісний простір на відповідність стандартам гідності та доступності для всіх категорій працівників/-ць та відвідувачів/-ок.

Результати аудиту не просто фіксують, а інтерпретують за спеціальною шкалою (індекс гендерної чутливості). Це дозволяє керівнику/-ці побачити червоні прапорці (наприклад, низький бал у блоці безпеки) та негайно внести до плану дій їхнє усунення.



Інструменти до кроку:

[Додаток №2 «Анкета оцінювання організаційної культури та методика інтерпретації результатів»](#)

[Додаток №3 «Комплексний гендерний профіль та кадровий аудит колективу»](#)

[Додаток №4 «Розширений чекліст гендерної безпеки та комфорту простору»](#)

КРОК 3.

Аналіз зовнішньої діяльності та комунікаційна ревізія

Зовнішні комунікації та програмна звітність – це публічне обличчя організації, завдяки якому вона транслює свої цінності донорам, партнерам та бенефіціарам. Часто громадські організації сповідують рівність усередині, але залишаються гендерно сліпими в публічному просторі: використовують стереотипні образи, ігнорують фемінітиви або не відображають впливу проєктів на різні групи жінок та чоловіків. Ревізія комунікацій дозволяє виявити ці розриви та забезпечити інклюзивність інформаційної політики. А це критично важливе, щоб отримати фінансування від міжнародних фондів.

Компоненти ревізії (що саме перевіряємо):

- 1. Вербальний рівень:** проаналізувати наявність фемінітивів та відсутність сексизмів у текстовому контенті (сайт, соцмережі, пресрелізи).
- 2. Візуальний рівень:** оцінити баланс представлення жінок і чоловіків у різних ролях (лідерські та допоміжні) у фото- та відеоматеріалах.
- 3. Звітний рівень:** проаналізувати програмні звіти щодо дезагрегації даних та опису специфічних результатів для жінок та чоловіків.

Алгоритм дій для комунікаційника/-ці та грант-менеджера/-ки:

- **контент-аудит:** вибрати останні 10–15 публікацій у соціальних мережах та проаналізувати їх за допомогою спеціального чекліста;
- **аналіз медіатеки:** переглянути архів фотографій, що ілюструють проєкти;
- **ретроспективний огляд звітів:** оцінити три останні проєктні звіти на наявність гендерної статистики та якісних показників змін для різних груп.



Інструменти до кроку:

[Додаток №5 «Чекліст гендерної чутливості зовнішніх комунікацій»](#)

[Додаток №6 «Матриця поглибленого аналізу програмної звітності та проєктних результатів»](#)

ЕТАП 2.

УПРОВАДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТАНДАРТИВ У ВНУТРІШНЄ УПРАВЛІННЯ

КРОК 4.

Адаптація й упровадження Гендерної політики громадської організації

Гендерна політика – це рамковий документ, який визначає стандарти поведінки, ухвалення рішень та управління ресурсами всередині громадської організації. Якщо така політика офіційно не затверджена, будь-які ініціативи залишаються фрагментарними. Метою цього кроку є не просто підписати папери, а створити цілісну систему цінностей, яка захищає працівників/-ць від дискримінації та створює безпечне середовище для розвитку кожного/-ї. Це ключовий документ для проходження комплаєнсу (відповідності вимогам) міжнародних донорів.

Компоненти політики (що саме прописуємо):

1. **Декларація цінностей:** офіційне визнання рівності як пріоритету.
2. **Протидія дискримінації та сексуальним домаганням:** чіткий алгоритм дій та механізм подання скарг.
3. **Гендерно-чутливе управління:** правила формування команд та проведення нарад.
4. **Баланс професійного та особистого життя:** формалізація можливостей для гнучкого графіка та віддаленої роботи.

Алгоритм дій для керівника/-ці та координатора/-ки:

1. **Сесія спільного розроблення:** обговорити шаблон політики з робочою групою, щоб врахувати специфіку вашої громадської організації (наприклад, якщо ви багато працюєте «в полі» або з ВПО).
2. **Правова експертиза:** юрист/-ка перевіряє документ на відповідність Трудовому кодексу України та Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків».
3. **Затвердження та оприлюднення:** керівництво підписує політику, документ розміщують на сайті та в доступному місці офісу.



Інструмент до кроку:

Додаток №7 [«Гендерна політика громадської організації \(шаблон для адаптації\)»](#)

КРОК 5.**Імплементація гендерних норм у кадрову політику та посадові обов'язки**

Для того щоб політика запрацювала, її потрібно інтегрувати в щоденні обов'язки фахівців/-чинь. На цьому етапі гендерна чутливість стає професійною компетенцією. Кожен/-на працівник/-ця має розуміти свою роль у забезпеченні рівності: бухгалтер/-ка – через гендерно орієнтоване бюджетування, комунікаційник/-ця – через фемінітиви, менеджер/-ка – через планування заходів.

Що саме потрібно змінити:

1. **Описи вакансій:** обов'язково використовувати фемінітиви та зазначити, що кандидати/-ки матимуть рівні можливості.
2. **Посадові інструкції:** додати пункт про обов'язок дотримуватися Гендерної політики організації.
3. **Оцінювання персоналу:** внести показники гендерної чутливості до щорічного оцінювання роботи всіх співробітників/-ць.

**Інструмент до кроку:**

Додаток №8 «Чекліст та конструктор формулювань для ревізії HR-документації»

ЕТАП 3.

ГЕНДЕРНЕ ПРОЄКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

КРОК 6.

Синхронізація Стратегії громадської організації з цінностями гендерної рівності

Синхронізація Стратегії – це увідповіднення довгострокових цілей громадської організації до міжнародних стандартів гендерної рівності. Стратегія не декларація намірів, а дорожня карта змін. Інтеграція гендерного компонента в основний стратегічний документ гарантує, що гендерна рівність не зникне з порядку денного після завершення окремих проєктів. Метою цього кроку є «прошивання» гендерної чутливості крізь усі стратегічні цілі, щоб вона стала одним із пріоритетів розвитку на наступні три-п'ять років. Це робить організацію прогнозованою та надійною для міжнародних партнерів.

Що саме зробити:

- 1. Формулювання «наскрізної цілі»:** додати до місії або візії громадської організації згадки про недискримінацію та рівні можливості.
- 2. Гендерна дезагрегація цілей:** переглянути кожен стратегічну ціль крізь призму: «Як це вплине на жінок? Як це вплине на чоловіків?».
- 3. Упровадження ключових показників ефективності:** установити конкретні індикатори успіху як обов'язкові для звітування за 5-річний період.

Алгоритм дій для керівника/-ці та стратегічного/-ї планувальника/-ці:

- 1. Гендерне «декодування» цілей:** проаналізувати кожен стратегічну ціль за таким критерієм: «Хто виграє від цієї цілі? Чи не ігноруємо ми потреби жінок / чоловіків?».
- 2. Формування цільових показників:** перетворити загальні фрази на конкретні ключові показники ефективності.
- 3. Публічна верифікація:** презентувати оновлену (синхронізовану) Стратегію загальним зборам організації.



Інструмент до кроку:

[Додаток №9 «Шаблон гендерного компонента в Стратегії»](#)

КРОК 7.

Методологія роботи з бенефіціарами/-ками: дезагрегація даних та оцінювання потреб

Ефективність будь-якого проєкту залежить від того, наскільки точно ми розуміємо цільову аудиторію. Гендерна сліпота (ігнорування відмінностей між потребами жінок та чоловіків) призводить до неефективного використан-

ня ресурсів. Дезагрегація даних – це збирання й аналіз інформації окремо за статтю, віком, соціальним статусом (ВПО, інвалідність тощо). Це дозволяє організації побачити, хто реально отримує допомогу, а хто залишається невидимим – і відповідно коригувати свою діяльність.

Що саме впроваджуємо:

1. **Стандартизація збору даних:** упровадити єдині форми реєстрації для всіх проєктів громадської організації.
2. **Гендерний аналіз потреб:** обов'язково провести опитування перед початком кожного проєкту, щоб зрозуміти специфічні бар'єри (наприклад, чи потрібна дитяча кімната під час тренінгу для учасниць).
3. **Моніторинг задоволеності:** оцінити окремо, як надана послуга вплинула на якість життя жінок та чоловіків.

Алгоритм дій для менеджера/-ки та координатора/-ки проєктів:

1. **Ревізія анкет:** замінити всі графи «Стать» з текстового формату на обов'язкові поля для вибору (Ж/Ч/Інше) для легшої статистики.
2. **Упровадження збору даних, дезагрегованих за статтю та віком.**
3. **Аналіз «точок доступу»:** перевірити, чи не обмежує спосіб надання допомоги певні групи (наприклад, онлайн-курси для літніх жінок без навичок роботи з комп'ютерною технікою).



Інструменти до кроку:

[Додаток №10 «Уніфікований шаблон реєстраційної анкети з гендерним компонентом»](#)

[Додаток №11 «Інструкція зі швидкого оцінювання гендерних потреб»](#)

ЕТАП 4.**ГЕНДЕРНО ОРІЄНТОВАНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ
ТА ФІНАНСОВА СТАЛІСТЬ****КРОК 8.****Упровадження методології гендерно орієнтованого бюджетування у фінансове планування проєктів**

Гендерно орієнтоване бюджетування – це не створення окремого «бюджету для жінок», а стратегічний інструмент управління, який дозволяє перетворити декларації про рівність на конкретні фінансові показники. Для будь-якої громадської організації впровадження гендерно орієнтованого бюджетування – це крок до фінансової зрілості, професійної прозорості та найвищого рівня довіри з боку міжнародних донорів. Якщо організація планує заходи, але не закладає кошти на подолання бар'єрів (наприклад, на логістику, безпеку чи дитячий куточок), вона ризикує залишити значну частину громади поза межами проєкту, що автоматично знижує ефективність використання грантових коштів.

Що саме змінюємо в підходах до бюджетування:

- 1. Аналіз «витрати – отримувачі»:** детально перевірити, яка частка коштів проєкту реально спрямована на задоволення специфічних потреб жінок, а яка – чоловіків. Це дозволяє уникнути ситуації, коли ресурси формально доступні всім, але через приховані бар'єри ними фактично користується лише одна група.
- 2. Виявлення та ліквідація гендерних розривів у витратах:** проаналізувати, чи не ігнорує бюджет потреби найбільш вразливих підгруп (наприклад, матерів-ВПО з маленькими дітьми, літніх чоловіків із порушеннями мобільності тощо). Ми шукаємо «фінансові пустки» там, де допомога потрібна, але на неї не виділено ресурсів.
- 3. Коригування й адаптація бюджетних статей:** переходимо від аналізу до дій, вносимо зміни до кошторисів на етапі планування, щоб забезпечити реальний, а не декларований рівний доступ до послуг організації. Це передбачає перерозподіл коштів на користь інклюзивних та безпечових заходів.

Алгоритм дій для фінансового відділу, бухгалтерів/-ок та грантрайтерів/-ок:

- 1. Гендерний скринінг бюджету:** системно переглянути кожен бюджетну програму через критичне запитання: «Чи є в цій статті витрати, які реально допомагають подолати наявну нерівність?». Кожна стаття має бути обґрунтована з позиції доступності для різних статей та вікових груп.
- 2. Інтеграція та легалізація інклюзивних витрат:** закласти кошти на супутні послуги, які часто вважають другорядними, але які насправді є ключовими для участі людей (дитячі кімнати, переклад на жестову мову, спеціальні умови транспортування, психологічний супровід тощо).

3. **Використання експертних формулювань для аудиту:** правильно найменувати витрати в актах та рахунках (згідно з Класифікатором). Це захищає організацію під час перевірок, доводячи, що витрати були не «додатковими», а технологічно потрібними для виконання завдань проекту.
4. **Моніторинг та оцінювання ефективності:** порівняти планові гендерні індикатори з фактичними витратами наприкінці проекту (гендерна формула). Використати готові мовні конструкції у фінальних звітах для донорів, щоб наочно продемонструвати зв'язок між інвестиціями в рівність та кількісними результатами проекту.



Інструменти до кроку:

[Додаток №12 «Класифікатор гендерно чутливих витрат для громадської організації»](#)

[Додаток №13 «Методика застосування гендерної формули у фінальній звітності перед донором»](#)

КРОК 9.

Інституціоналізація гендерно орієнтованого бюджетування у внутрішніх фінансових процедурах та політиках

Цей крок переводить гендерну чутливість із площини окремих грантів у площину **сталого управління всією організацією**. Навіть якщо громадська організація не має активного проекту, її внутрішні фінансові операції повинні відповідати принципам рівності.

Ключові напрямки змін:

1. **Ревізія Положення про закупівлі:** упровадити механізм етичних закупівель. Громадська організація віддає перевагу постачальникам, які мають інклюзивні офіси, офіційно працевлаштовують жінок, або її очолюють представники/-ці вразливих груп (якщо дотримано ринкової ціни та якості).
2. **Гендерно чутлива система оплати праці та бонусів:** регулярно проводити аудит, щоб запобігти гендерному розриву в оплаті праці. Це передбачає перегляд політик нарахування премій з огляду на специфіку дистанційної роботи або гнучкого графіка для працівників/-ць із дітьми.
3. **Бюджетування робочого простору гідності:** закладати кошти на регулярні витрати для підтримання безпечного та комфортного офісу (гігієнічні засоби, освітлення підходу до будівлі, ергономіка робочих місць).

Алгоритм дій для фінансового керівництва:

1. Оновити внутрішні регламенти (Положення про оплату праці, Положення про закупівлі).
2. Упровадити практики «бюджету для людей» (візуалізований звіт про те, як витрати громадської організації працюють на громаду).



Інструменти до кроку:

[Додаток №14 «Чекліст гендерного скринінгу внутрішніх політик»](#)

КРОК 10.**Оцінювання гендерного впливу фінансової діяльності**

Цей крок є завершальним у циклі гендерно орієнтованого бюджетування. Він дозволяє організації не просто звітувати за витрачені кошти, а й аналізувати зумовлені ними **соціальні зміни**.

Аналізуємо:

1. **Ефективність інвестицій у рівність:** чи справді витрати на дитячу кімнату (з Додатка №12) дозволили збільшити участь жінок на запланований відсоток?
2. **Виявлення непередбачуваних наслідків:** чи не поглибили певні витрати наявну нерівність (наприклад, чи не привело фінансування лише онлайн-курсів до того, що ними не змогли скористатися жінки в сільській місцевості, які не мають доступу до інтернету).
3. **Формування рекомендацій для наступного циклу:** на основі фінансових звітів Робоча група готує пропозиції до бюджету на наступний рік.

**Інструмент до кроку:**

Додаток №15 «Матриця оцінювання гендерного впливу»

ЕТАП 5.

МОНІТОРИНГ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОСТІ ГЕНДЕРНИХ ЗМІН

КРОК 11.

Створення й упровадження системи внутрішнього моніторингу гендерного прогресу

Метою цього кроку є створити систему саморегулювання організації. Трансформація – це не статичний стан, а процес. Моніторинг дозволяє вчасно виявляти відхилення від курсу, оцінювати реальний вплив упроваджених політик та демонструвати партнерам, що гендерна чутливість стала невіддільною частиною інституційної пам'яті громадської організації.

Організація має перейти від разових перевірянь до регулярного відстеження показників. Це дозволяє керівництву бачити реальну динаміку змін у культурі, фінансах та програмах.

Ключові напрямки моніторингу:

1. **Дотримання внутрішніх стандартів:** чи використано фемінітиви, чи дотримано правил недискримінації під час рекрутингу, чи спрацював «гендерний фільтр» у закупівлях.
2. **Задоволеність команди:** регулярно збирати фідбек щодо психологічного клімату та балансу між роботою та особистим життям.
3. **Ефективність інструментів:** перевірити, наскільки актуальні додатки (чеклісти, класифікатори), розроблені на попередніх етапах.

Алгоритм дій для робочої групи:

1. Встановити ключові індикатори ефективності для кожного розділу Дорожньої карти.
2. Визначити періодичність збору даних (наприклад, щоквартально).
3. Сформувати лаконічні дашборди прогресу для загальних зборів організації на основі Додатку №16.



Інструмент до кроку:

Додаток №16: [«План-графік регулярного гендерного моніторингу \(шаблон\)»](#)

КРОК 12.

Річне самооцінювання та підготування гендерного звіту громадської організації

Раз на рік організація має підбивати підсумки своєї трансформації. Це не лише внутрішній документ, а й потужний інструмент комунікації з донорами та громадою.

Що має містити річне оцінювання:

- 1. Порівняльний аналіз:** зіставити дані початкового аудиту із поточними показниками.
- 2. Аналіз успіхів та викликів:** чесно визначити, які інструменти спрацювали найкраще, а де виник спротив або труднощі.
- 3. Публічна декларація:** висвітлити досягнення в річному звіті громадської організації, що підвищує її прозорість та репутацію.

Алгоритм дій для керівництва:

1. Організувати фасилітовану сесію для команди за результатами року.
2. Інтегрувати гендерні показники в загальний річний звіт організації.
3. Оприлюднити основні досягнення на сайті та в соцмережах.

**Інструмент до кроку:**

[Додаток №17 «Форма річної декларації гендерного прогресу громадської організації»](#)

КРОК 13.**Забезпечення сталості: інтеграція в інституційну пам'ять та навчання нових співробітників/-ць**

Сталість означає, що принципи рівності працюють навіть тоді, коли змінюється керівництво організації або до неї приходять нові фахівці/-чині.

Механізми забезпечення сталості:

- 1. Коробка новачка:** кожен новий співробітник/-ця, працевлаштуючись, обов'язково ознайомлюється з Гендерною політикою та Дорожньою картою.
- 2. Регулярне оновлення знань:** проводити короткі сесії для команди раз на пів року.
- 3. Мережування й обмін досвідом:** громадська організація бере участь у партнерських мережах і транслює свій досвід трансформації іншим.

**Інструмент до кроку:**

[Додаток №18 «Програма індукції \(введення в курс\) з гендерної чутливості для нових працівників/-ць»](#)

Документ розроблений у межах проєкту «Імпульс», який реалізується Фондом Східна Європа та Міжнародним фондом «Відродження» за підтримки Норвегії та Швеції. Думки, викладені у цьому документі, не обов'язково відображають позицію Фонду Східна Європа, Міжнародного фонду «Відродження» та Урядів Норвегії та Швеції.