Посольство
Великої Британії
в Україні

UNFPA

CSR UKRAINE
Create Sustainable Results

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

Електронну версію цих Керівних принципів та дослідження «Гендерна рівність та відповідь на домашнє насильство в приватному секторі в Україні: заклик до дій» можна завантажити тут:

англійською мовою:

українською мовою:

©UNFPA

©Центр «Розвиток КСВ»

Дослідницька робота та публікація цих Керівних принципів здійснені за фінансової підтримки уряду Великої Британії на замовлення UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення, у співпраці з Центром «Розвиток КСВ». Матеріали, висновки та рекомендації, викладені в даній публікації, відображають погляди авторок і не обов'язково є відображенням офіційної позиції уряду Великої Британії, UNFPA або Центру «Розвиток КСВ».

АВТОРКИ-УПОРЯДНИЦІ:

Алла Зінченко,
доцентка кафедри зв'язків із громадськістю Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Наталія Кошовська,
програмна аналітикиня UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення

Світлана Павлиш,
експертка з питань гендерної рівності та протидії домашньому насильству

Марина Саприкіна,
керівниця Центру «Розвиток КСВ»

ЕКСПЕРТНА ПІДТРИМКА:

Олена Кочемировська,
кандидатка психологічних наук, радниця з питань запобігання і протидії гендерно зумовленому насильству (ГЗН), національна координаторка сабкластеру з питань ГЗН UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення

РОБОЧА ГРУПА (липень – вересень 2019 року):

Юнона Лотоцька,
кандидатка психологічних наук

Ірина Брижак, METPO Кеш енд Кері Україна

Марина Захар'їна, Альона Матвійчук,
EY в Україні

Альона Рубанець, Анастасія Гончарова,
Watsons Україна

Лілія Савич, Леруа Мерлен

Наталія Борисенко, Райффайзен банк Аваль

Катерина Юрченко, Анастасія Заноза, Deloitte

Оксана Чувиріна, Beetroot

Марія Бреславська, SoftServe

Марія Панченко, Нова пошта

Людмила Довгоброд, StarLightMedia

Катерина Черепаха,
віце-президентка ГО «Ла Страда–Україна»

ЗМІСТ

ЗМІСТ 1

ПРО КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ 2

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ 4

ГЛОСАРІЙ 6

ПИТАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ КОМПАНІЙ 12

УКРАЇНСЬКЕ ЗАКОНОДАВСТВО ТА МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ 18

УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ 4В: ВИЗНАТИ — ВІДПОВІСТИ — ВСТАНОВИТИ ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА — ВИМІРЯТИ 24

ЕТАП 1. ВИЗНАТИ 26

ЕТАП 2: ВІДПОВІСТИ 30

ЕТАП 3: ВСТАНОВИТИ ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА 44

ЕТАП 4: ВИМІРЯТИ 50

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 54

ПРО КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення, та Центр «Розвиток КСВ» провели дослідження «Гендерна рівність та відповідь на домашнє насильство в приватному секторі в Україні: заклик до дій». З огляду на це, ми залучили управління розвитку персоналу українських і міжнародних компаній до розробки цих керівних принципів. Ми вдячні багатьом партнерам, які були залучені до дослідницької роботи, надали свою експерту підтримку та взяли участь у інтерв'ю та робочих групах під час розробки цієї публікації.

Донедавна питаннями гендерної рівності та запобігання домашньому насильству опікувалися лише держава і міжнародні та громадські об'єднання. Не вистачало участі одного з ключових стейкхолдерів – бізнесу. Вочевидь, залучення до вирішення цих питань бізнес спільноти та роботодавців продиктовано часом і викликами сьогодення, а також дозволить значно посилити та прискорити створення світу рівних можливостей.

Не секрет, що для багатьох представників та представниць бізнесу тема просування гендерної рівності зокрема в частині запобігання і протидії домашньому насильству є досить новою. Існує потреба у підвищенні обізнаності та покращення розуміння того, яким саме чином бізнес сектор може долучитися, і які перші кроки робити у цьому напрямі. Так само існує запит на запровадження відповідних політик як частини корпоративних практик. Відповідно до дослідження половина опитаних впевнені, що спеціальні політики компаній можуть зменшити негативний вплив домашнього насильства на професійне життя співробітників та співробітниць, і ще 53% відчувають особисту потребу в корпоративних політиках стосовно забезпечення балансу «робота-життя».

У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ 86% КЕРІВНИКІВ ТА КЕРІВНИЦЬ СЕРЕДНІХ ТА ВЕЛИКИХ КОМПАНІЙ ВВАЖАЮТЬ, ЩО РОБОТОДАВЦІ ЗОБОВ'ЯЗАНІ ПІДТРИМУВАТИ ПЕРСОНАЛ У ПИТАННЯХ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА РЕАГУВАННЯ НА ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО

Ця статистика надихнула нас на розробку цих керівних принципів задля просування корпоративної культури рівності та допомоги постраждалим від домашнього насильства. Її варто враховувати під час обговорення стану благополуччя і розвитку персоналу компанії із застосуванням моделі 4В, запропонованої у цій публікації.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

В Україні все ще актуальними залишаються проблеми недостатньої представленості жінок на посадах вищого рівня, розриву в оплаті праці, стереотипізації професій, перешкоди для поєднання кар'єрного зростання та сімейних обов'язків. Щорічно економічні втрати України від непрацездатності жінок внаслідок насильства становлять 2,4 млн. доларів США.

ЩОРІЧНО ЕКОНОМІЧНІ ВТРАТИ УКРАЇНИ ВІД НЕПРАЦЕЗДАТНОСТІ ЖІНОК ВНАСЛІДОК НАСИЛЬСТВА СТАНОВЛЯТЬ 2,4 МЛН. ДОЛАРІВ США

Бізнес відіграє ключову роль у подоланні вищезазначених проблем та досягненні Цілей сталого розвитку до 2030 року (ЦСР), зокрема, Цілі 5 «Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток» та Цілі 8 «Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх», що є зобов'язаннями України на міжнародній арені.

Переконані, що і великий міжнародний бізнес зі встановленими та прописаними правилами та процедурами, і національний бізнес, який лише починає торувати шлях утвердження рівних можливостей для жінок та чоловіків, зможуть отримати користь від цієї публікації, створивши кращі умови для своїх співробітників та співробітниць, а отже, сприяючи їхній ефективності.

Хайме Надаль,
Представник UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення в Україні

Марина Саприкіна,
Керівниця Центру «Розвиток КСВ»

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

#CEO *(англ. **Chief Executive Officer**)* – головний/а виконавчий/а директор/ка

#GR-менеджмент налагодження взаємовідносин з державними органами влади (урядом, регіональними та місцевими органами влади)

#GRI стандарти *(англ. **Global Reporting Initiative**)* – Стандарти GRI (Міжнародної ініціативи звітності)

#МФК Міжнародна фінансова корпорація

#PR *(англ. **Public Relations**)* – зв'язки з громадськістю

#STEM *(англ. **Science, Technology, Engineering and Mathematics**)* – наука, технології, інженерія та математика

#UNFPA *(англ. **United Nations Population Fund**)* – Фонд ООН у галузі народонаселення

#EDGE *(англ. **Economic Dividends for Gender Equality**)* – стандарт сертифікації бізнесу з гендерної рівності (EDGE – Економічні вигоди від гендерної рівності)

#ЄБРР Європейський банк реконструкції та розвитку

#ООН Організація Об'єднаних Націй

#КСВ корпоративна соціальна відповідальність

#МОП Міжнародна організація праці

#ОЕСР Організація економічного співробітництва та розвитку

ГЛОСАРІЙ

ВІДПУСТКА ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ

відпустка, що надається жінці (за бажанням) для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку після завершення відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами. Така відпустка може бути використана повністю або частинами також батьком дитини, бабою, дідом чи іншими родичами, які фактично доглядають за дитиною, або особою, яка усиновила чи взяла під опіку дитину, одним із прийомних батьків чи батьків-вихователів. За бажанням, така особа може працювати на умовах неповного робочого часу або вдома [1].

ГЕНДЕР

соціально закріплені ролі, поведінка, діяльність і характерні ознаки, які певне суспільство вважає притаманними жінкам та чоловікам [2].

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ

це рівний правовий статус жінок і чоловіків та рівні можливості для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства [3].

ГЕНДЕРНИЙ МЕЙНСТРІМІНГ

метод проєктного планування з урахуванням потреб жінок і чоловіків

ДИСКРИМІНАЦІЯ ЗА ОЗНАКОЮ СТАТІ (ГЕНДЕРНА ДИСКРИМІНАЦІЯ)

ситуація, за якої особа та/або група осіб за ознаками статі, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами або привілеями в будь-якій формі, встановленій Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» [4], крім випадків, коли такі обмеження або привілеї мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними [5].

ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД

процеси оцінки будь-якого запланованого заходу, програми, та стратегій з точки зору їх впливу на жінок та чоловіків

ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО

діяння (дії або бездіяльність) фізичного, сексуального, психологічного або економічного насильства, що вчиняються в сім'ї чи в межах місця проживання або між родичами, або між колишнім чи теперішнім подружжям, або між іншими особами, які спільно проживають (проживали) однією сім'єю, але не перебувають (не перебували) у родинних відносинах чи у шлюбі між собою, незалежно від того, чи проживає (проживала) особа, яка вчинила домашнє насильство, у тому самому місці, що й постраждала особа, а також погрози вчинення таких діянь [6].

ГЛОСАРІЙ >>

ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО ІСНУЄ **В ЧОТИРЬОХ ФОРМАХ** [7]:

#ФІЗИЧНЕ НАСИЛЬСТВО

форма домашнього насильства, що включає ляпаси, стусани, штовхання, щипання, шмагання, кусання, а також незаконне позбавлення волі, нанесення побоїв, мордування, заподіяння тілесних ушкоджень різного ступеня тяжкості, залишення в небезпеці, ненадання допомоги особі, яка перебуває в небезпечному для життя стані, заподіяння смерті, вчинення інших правопорушень насильницького характеру.

#ПСИХОЛОГІЧНЕ НАСИЛЬСТВО

форма домашнього насильства, що включає словесні образи, погрози, у тому числі щодо третіх осіб, приниження, переслідування, залякування, інші діяння, спрямовані на обмеження волевиявлення особи, контроль у репродуктивній сфері, якщо такі дії або бездіяльність викликали у постраждалої особи побоювання за свою безпеку чи безпеку третіх осіб, спричинили емоційну невпевненість, нездатність захистити себе або завдали шкоди психічному здоров'ю особи.

#СЕКСУАЛЬНЕ НАСИЛЬСТВО

форма домашнього насильства, що включає будь-які діяння сексуального характеру, вчинені стосовно повнолітньої особи без її згоди або стосовно дитини незалежно від її згоди, або в присутності дитини, примушування до акту сексуального характеру з третьою особою, а також інші правопорушення проти статевої свободи чи статевої недоторканості особи, у тому числі вчинені стосовно дитини або в її присутності.

#ЕКОНОМІЧНЕ НАСИЛЬСТВО

форма домашнього насильства, що включає умисне позбавлення житла, їжі, одягу, іншого майна, коштів чи документів або можливості користуватися ними, залишення без догляду чи піклування, перешкоджання в отриманні необхідних послуг з лікування чи реабілітації, заборону працювати, примушування до праці, заборону навчатися та інші правопорушення економічного характеру.

ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

система заходів, що здійснюються органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами та організаціями, а також громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах, та спрямовані на підвищення рівня обізнаності суспільства щодо форм, причин і наслідків домашнього насильства, формування нетерпимого ставлення до насильницької моделі поведінки у приватних стосунках, небайдужого ставлення до постраждалих осіб, насамперед до постраждалих дітей, викорінення дискримінаційних уявлень про соціальні ролі та обов'язки жінок і чоловіків, а також будь-яких звичаїв і традицій, що на них ґрунтуються [8].

НАСИЛЬСТВО СТОСОВНО ЖІНОК

порушення прав людини й форма дискримінації стосовно жінок, яка включає всі акти насильства стосовно жінок за гендерною ознакою, результатом яких є або може бути фізична, сексуальна, психологічна або економічна шкода чи страждання стосовно жінок, у тому числі погрози таких дій, примус або самовільне позбавлення волі, незалежно від того, чи відбувається це в публічному чи приватному житті (поняття «жінки» охоплює дівчат віком до 18 років) [11].

КРИВДНИК

особа, яка вчинила домашнє насильство у будь-якій формі [9].

НАСИЛЬСТВО ЗА ОЗНАКОЮ СТАТІ (ГЕНДЕРНЕ НАСИЛЬСТВО, ГЕНДЕРНО ЗУМОВЛЕНЕ НАСИЛЬСТВО)

діяння, спрямовані проти осіб через їхню стать, або поширені в суспільстві звичаї чи традиції (стереотипні уявлення про соціальні функції (становище, обов'язки тощо) жінок і чоловіків), або діяння, що стосуються переважно осіб певної статі чи зачіпають їх непропорційно, які завдають фізичної, сексуальної, психологічної або економічної шкоди чи страждань, включаючи погрози таких дій, у публічному або приватному житті [10].

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ГЛОСАРІЙ >>

НАСИЛЬСТВО СТОСОВНО ЖІНОК ЗА ГЕНДЕРНОЮ ОЗНАКОЮ

це насильство, яке спрямоване проти жінки через те, що вона є жінкою, або яке зачіпає жінок непропорційно [12].

ПОЗИТИВНІ ДІЇ

спеціальні тимчасові заходи, що мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, спрямовану на усунення юридичної чи фактичної нерівності в можливостях жінок і чоловіків щодо реалізації прав і свобод, встановлених Конституцією та законами України [15].

СЕКСУАЛЬНІ ДОМАГАННЯ

дії сексуального характеру, виражені словесно (погрози, залякування, непристойні зауваження) або фізично (доторкання, поплескування), що принижують чи ображають осіб, які перебувають у відносинах трудового, службового, матеріального чи іншого підпорядкування [16].

ОСОБА, ЯКА ПОСТРАЖДАЛА ВІД ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА (ПОСТРАЖДАЛА ОСОБА)

особа, яка зазнала домашнього насильства у будь-якій формі [13].
Діти, які стали свідками домашнього насильства у будь-якій формі, також визнаються постраждалими [14].

«СКЛЯНА СТЕЛЯ»

термін, що використовується для ілюстрації прихованого бар'єру на ринку праці, який обмежує просування жінок у трудовій сфері з причин, які не пов'язані з їхніми професійними якостями, та демонструє нерівний розподіл чоловіків і жінок на різних рівнях всередині однієї професії.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ПИТАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ: АКТУАЛЬНІСТЬ ДЛЯ КОМПАНІЙ

У сучасному світі людський капітал — це конкурентна перевага. Роботодавці постійно шукають найкращих, витрачають час і ресурси для розвитку та утримання їх. Проте людей легко можна втратити, наприклад, через наявність дискримінації або недотримання прав, передбачених законодавством.

Роботодавці є безумовними лідерами довіри для людей — 75% співробітників і співробітниць довіряють своїй компанії в питаннях покращенні рівня життя як у країні, так і на рівні громади [17]. Тому компанії мають у свою чергу гарантувати захист прав людини, в тому числі гендерну рівність, та запобігати домашньому насильству [18], сформувати відповідну корпоративну культуру підтримки та допомоги, баланс між роботою та особистим життям, наприклад, надаючи татам відпустки для догляду за дитиною.

75%
СПІВРОБІТНИКІВ І СПІВРОБІТНИЦЬ ДОВІРЯЮТЬ СВОЇЙ КОМПАНІЇ В ПИТАННЯХ ПОКРАЩЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ ЯК У КРАЇНІ, ТАК І В ГРОМАДІ

ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ:

257 РОКІВ [19]
– В ТАКИЙ ТЕРМІН МОЖНА ПОДОЛАТИ ГЕНДЕРНИЙ РОЗРИВ В ОПЛАТІ ПРАЦІ В СВІТІ (КОЛИ ЖІНКАМ ПЛАТЯТЬ МЕНШЕ)

У ЄВРОПІ ЖІНКИ СТАНОВЛЯТЬ ПОЛОВИНУ ПЕРСОНАЛУ КОМПАНІЙ, ХОЧА ЛИШЕ 17% ЖІНОК ПРАЦЮЮТЬ НА ВИЩИХ КЕРІВНИХ ПОСАДАХ [21]

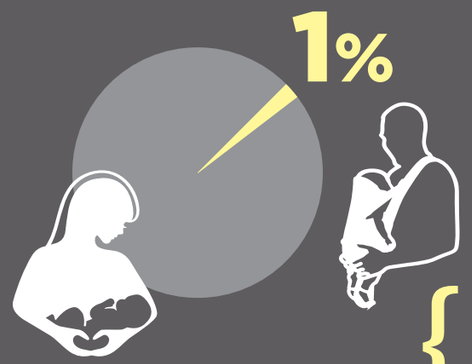
У СВІТОВОМУ РЕЙТИНГУ «ІНДЕКС ГЕНДЕРНОГО РОЗРИВУ» УКРАЇНА ПОСІЛА 59-ТЕ МІСЦЕ У 2019 РОЦІ. ЦЕ ОЦІНКА ДОСЯГНЕННЯ 153 КРАЇНАМИ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ [20]

В УКРАЇНІ РОЗРИВ В ОПЛАТІ ПРАЦІ МІЖ ЧОЛОВІКАМИ ТА ЖІНКАМИ 22,8%
(У ПЕРШОМУ КВАРТАЛІ 2019 Р.) [22]

СІМЕЙНІ ПОЛІТИКИ:

БІЛЬШІСТЬ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ НЕ МАЮТЬ ПОЛІТИК, СПРЯМОВАНИХ НА ПІДТРИМКУ СПІВРОБІТНИКІВ ТА СПІВРОБІТНИЦЬ ІЗ СІМЕЙНИМИ ОБОВ'ЯЗКАМИ

15 ГОДИН НА ТИЖДЕНЬ ВИТРАЧАЮТЬ ЧОЛОВІКИ В УКРАЇНІ НА РОБОТУ ПО ДОМОГОСПОДАРСТВУ ПОРІВНЯНО З 29 ГОДИНАМИ, ЯКІ ВИТРАЧАЮТЬ НА ЦЕ ЇХНІ ДРУЖИНИ [23]



ЛИШЕ 1% ЧОЛОВІКІВ БРАЛИ ВІДПУСТКУ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ В УКРАЇНІ, ХОЧА БЛИЗЬКО ПОЛОВИНИ ЧОЛОВІКІВ (46%) ЗНАЮТЬ ПРО ТАКУ ВІДПУСТКУ [24]

ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО:

КОЖНА П'ЯТА ЖІНКА В УКРАЇНІ [25] СТИКАЄТЬСЯ З ДОМАШНІМ НАСИЛЬСТВОМ

40% ЖІНОК, ЯКІ Є ПОСТРАЖДАЛИМИ, НЕ ЗВЕРТАЮТЬСЯ ПО ДОПОМОГУ ЧЕРЕЗ ДУМКУ, ЩО САМІ ВПОРАЮТЬСЯ З СИТУАЦІЄЮ, І ЇМ МАЛО ХТО МОЖЕ ДОПОМОГТИ [28]

600 ЖІНОК НА РІК В УКРАЇНІ ГИНЕ ВІД НАСИЛЬСТВА [29]

24% ОФІСНИХ СПІВРОБІТНИКІВ І СПІВРОБІТНИЦЬ Є ПОСТРАЖДАЛИМИ ВІД ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА, ЧЕРЕЗ ЦЕ 16% ІЗ НИХ НЕ ВИХОДЯТЬ НА РОБОТУ, А 10% ЇЇ ЗМІНЮЮТЬ [26]

ЩОРОКУ УКРАЇНСЬКА ПОЛІЦІЯ ФІКСУЄ ПОНАД 100 ТИС. ЗВЕРНЕНЬ, 80% ІЗ НИХ – ВІД ЖІНОК ТА ДІВЧАТ

ЧЕРЕЗ НАСЛІДКИ ТИМЧАСОВОЇ НЕПРАЦЕЗДАТНОСТІ ПОСТРАЖДАЛИХ ВІД ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА ОСІБ ЕКОНОМІКА ВТРАЧАЄ ДО 103,5 ТИС. РОБОЧИХ ДНІВ НА РІК [30]

20% ПОСТРАЖДАЛИХ ОБГОВОРЮЮТЬ СВОЮ ПРОБЛЕМУ НА РОБОТІ [27]

ЩОРОКУ НАСИЛЬСТВО КОШТУЄ УКРАЇНІ 208 МЛН ДОЛАРІВ США (БЮДЖЕТ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ) [31]

КЕРІВНИКИ/ЦІ ТА HR-И КОМПАНІЙ МАЮТЬ УСВІДОМИТИ ВАЖЛИВІСТЬ ТЕМ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ І ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА, РОЗРОБИТИ ВІДПОВІДНІ ПОЛІТИКИ І ЗАСТОСУВАТИ НОВІ ПРАКТИКИ, ЗОКРЕМА, ІНФОРМУВАТИ, ЩО КОМПАНІЯ СПОВІДУЄ НУЛЬОВУ ТОЛЕРАНТНІСТЬ ДО ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ ТА ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА; ЗІБРАТИ ТА ПОДІЛИТИСЯ КОНТАКТАМИ, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ ПОСТРАЖДАЛІЙ/ОМУ ЗАХИСТИТИ СЕБЕ ТА ВІДСТОЯТИ СВОЇ ПРАВА; ПРОВЕСТИ ВНУТРІШНІ НАВЧАННЯ ТА НАЙНЯТИ ПСИХОЛОГА/ИНЮ. ДЕТАЛЬНІШЕ ПРО ЦІ КРОКИ – В РОЗДІЛІ «УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ 4В».

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ СТВОРЮЄ БАГАТО МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ БІЗНЕСУ:

ПОЗИТИВНА РЕПУТАЦІЯ КОМПАНІЇ:
ПІДВИЩЕННЯ ДОВІРИ ДО КОМПАНІЇ, ЗАЛУЧЕННЯ ТАЛАНОВИТИХ СПІВРОБІТНИКІВ І СПІВРОБІТНИЦЬ, ПОКРАЩЕНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА

ПРИВАБЛИВИЙ БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ:
ЗАЛУЧЕННЯ ТАЛАНОВИТИХ СПІВРОБІТНИКІВ/ЦЬ, ЗМЕНШЕННЯ ПЛИННОСТІ КАДРІВ ТА ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ ЦИМ ВИТРАТ, ПІДТРИМКА У ПЕРСОНАЛУ ПРАГНЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ [32], ПОКРАЩЕННЯ ЗГУРТОВАНОСТІ КОЛЕКТИВУ

ПОКРАЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ:
ЗБІЛЬШЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ РОБОТИ ЧЕРЕЗ ВІДЧУТТЯ ЗАХИСТУ ТА ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ДО СТРЕСУ; КОЖЕН ВКЛАДЕНИЙ У ПСИХІЧНЕ ЗДОРОВ'Я СПІВРОБІТНИКА ЧИ СПІВРОБІТНИЦІ ДОЛАР ПРИНОСИТЬ ДО 9 ДОЛАРІВ ПРИБУТКУ [33], А **1 ДОЛАР** ІНВЕСТИЦІЙ У ЗАПОБІГАННЯ НАСИЛЬСТВУ СТВОРЮЄ ЕКОНОМІЮ **5–20 ДОЛАРІВ** У МАЙБУТНЬОМУ [34]

ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ З ПАРТНЕРАМИ ТА КЛІЄНТАМИ:
ЗАЛУЧЕННЯ І ЕФЕКТИВНА РОБОТА З ІНВЕСТОРАМИ (МФК, ЄБРР ТОЩО)

ВІДСУТНІСТЬ ШТРАФІВ ТА САНКЦІЙ:
У ФРАНЦІЇ КОМПАНІЇ, ЯКІ НЕ ДОТРИМУЮТЬ ПОЛОЖЕНЬ ЗАКОНУ 2014 Р. «ПРО РІВНІСТЬ ПРАВ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ», МОЖУТЬ БУТИ ВИКЛЮЧЕНІ З ПЕРЕЛІКУ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ДЛЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

УКРАЇНСЬКЕ ЗАКОНО-ДАВСТВО ТА МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ

ВІДПОВІДНО ДО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ РОБОТОДАВЕЦЬ ЗОБОВ'ЯЗАНИЙ:

- створювати умови праці, які дозволяли б жінкам і чоловікам здійснювати трудову діяльність на рівній основі;
- забезпечувати жінкам і чоловікам можливість суміщати трудову діяльність із сімейними обов'язками;
- здійснювати рівну оплату праці жінок і чоловіків при однаковій кваліфікації та однакових умовах праці;
- вживати заходів щодо створення безпечних для життя і здоров'я умов праці;
- вживати заходів щодо унеможливлення випадків сексуальних домагань та інших проявів насильства за ознакою статі та захисту від них [35];
- надати можливість працювати неповний робочий день для жінок, які мають дітей віком до 14 років або дитину з інвалідністю, для вагітних жінок, для догляду за хворим членом сім'ї відповідно до медичного висновку [36], а також у період перебування у відпустці для догляду за дитиною [37], зокрема чоловікам [38], і працювати вдома або неповний робочий день [39];
- під час укладання колективних договорів [40] додати пункти про рівні права та можливості жінок і чоловіків та призначити **уповноваженого/у з гендерних питань** — радника/цю керівника/ці підприємства або структурного підрозділу (на громадських засадах).

РОБОТОДАВЦЯМ ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ [41]:

В ОГОЛОШЕННЯХ ПРО ВАКАНСІЇ ПРОПОНУВАТИ РОБОТУ ЛИШЕ ЖІНКАМ АБО ЛИШЕ ЧОЛОВІКАМ

ВИСУВАТИ В ОГОЛОШЕННЯХ РІЗНІ ВИМОГИ ЩОДО ВІКУ КАНДИДАТІВ І КАНДИДАТОК

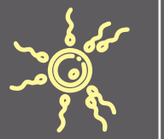
ВИМАГАТИ ВІД ОСІБ, ЯКІ ВЛАШТОВУЮТЬСЯ НА РОБОТУ, ВІДОМОСТІ ПРО ЇХНЄ ОСОБИСТЕ ЖИТТЯ, ЗОКРЕМА ПЛАНИ ЩОДО НАРОДЖЕННЯ ДІТЕЙ

РОБОТОДАВЦІ МОЖУТЬ ЗДІЙСНЮВАТИ ПОЗИТИВНІ ДІЇ, СПРЯМОВАНІ НА ДОСЯГНЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРЕДСТАВНИЦТВА ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ У РІЗНИХ СФЕРАХ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, А ТАКОЖ СЕРЕД РІЗНИХ КАТЕГОРІЙ ПРАЦІВНИКІВ [42]. ТОМУ НЕ ВВАЖАЮТЬСЯ ДИСКРИМІНАЦІЄЮ ЗА ОЗНАКОЮ СТАТІ ТАКІ ДІЇ:

СПЕЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ЖІНОК ПІД ЧАС ВАГІТНОСТІ, ПОЛОГІВ ТА ГРУДНОГО ВИГОДОВУВАННЯ ДИТИНИ, НАПРИКЛАД, ДОДАТКОВІ ПЕРЕРВИ ДЛЯ ГОДУВАННЯ ДИТИНИ, ЯКІЙ НЕ ВИПОВНИЛОСЬ 1,5 РОКИ, А ТАКОЖ ПРИ ПРИЙНЯТТІ НА РОБОТУ ВАГІТНИХ ЖІНОК І ЖІНОК, ЯКІ МАЮТЬ ДІТЕЙ ВІКОМ ДО 3 РОКІВ

РІЗНИЦЯ В ПЕНСІЙНОМУ ВІЦІ ДЛЯ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ, ПЕРЕДБАЧЕНА ЗАКОНОМ

ОСОБЛИВІ ВИМОГИ ЩОДО ОХОРОНИ ПРАЦІ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ, ПОВ'ЯЗАНІ З ОХОРОНОЮ ЇХНЬОГО РЕПРОДУКТИВНОГО ЗДОРОВ'Я [43]



ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ ПЕРЕДБАЧЕНО МОЖЛИВІСТЬ БАТЬКА ВЗЯТИ:

ВІДПУСТКУ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ ДО ДОСЯГНЕННЯ НЕЮ 3 РОКІВ ПІСЛЯ ТОГО, ЯК У МАТЕРІ ЗАКІНЧУЄТЬСЯ ВІДПУСТКА У ЗВ'ЯЗКУ З ВАГІТНІСТЮ ТА ПОЛОГАМИ (56 ДНІВ ПІСЛЯ ПОЛОГІВ) [44]. ПІД ЧАС ТАКОЇ ВІДПУСТКИ ЗБЕРІГАЄТЬСЯ РОБОЧЕ МІСЦЕ, СТРОК ВІДПУСТКИ ЗАРАХОВУЄТЬСЯ ДО ТРУДОВОГО СТАЖУ, ПРОТЕ ЦЯ ВІДПУСТКА НЕ ОПЛАЧУЄТЬСЯ

ЛІКАРНЯНИЙ У ВИПАДКУ ХВОРОБИ ДИТИНИ [45]

14-ДЕННУ ВІДПУСТКУ БЕЗПОСЕРЕДНЬО ПІСЛЯ НАРОДЖЕННЯ ДИТИНИ [46], ВІДПУСТКА НЕ ОПЛАЧУЄТЬСЯ

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ ООН У СФЕРІ БІЗНЕСУ ТА ПРАВ ЛЮДИНИ [47] **ВКЛЮЧАЮТЬ ПИТАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ В КОНЦЕПЦІЮ ПРАВ ЛЮДИНИ, ТОМУ КОМПАНІЇ МАЮТЬ ЗАПРОВАДЖУВАТИ ПРИНЦИП НАЛЕЖНОЇ УВАГИ/СУМЛІННОСТІ (АНГЛ. DUE DILIGENCE, ДЬЮ ДІЛІДЖЕНС) ЩОДО ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В КОМПАНІЇ ТА СЕРЕД ПАРТНЕРІВ.**

ІНВЕСТОРИ ТАКОЖ ПОСИЛЮЮТЬ СВОЇ ДОКУМЕНТИ І ПОЛІТИКИ, НАПРИКЛАД, МФК ВКЛЮЧИЛА ДО СВОЇХ СТАНДАРТІВ СПЕЦІАЛЬНІ ПИТАННЯ ДЛЯ КОМПАНІЙ ЩОДО ПОДОЛАННЯ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА.

КОНВЕНЦІЯ МОП З ПРОТИДІЇ НАСИЛЬСТВУ ТА ДОМАГАННЯМ ПЕРЕГЛЯДАЄ СПІВПРАЦЮ МІЖ КОМПАНІЯМИ ТА УРЯДОМ І ВСТАНОВЛЮЄ ПЕРШІ ЗАГАЛЬНІ СТАНДАРТИ ЩОДО ПОДОЛАННЯ НАСИЛЬСТВА ТА ЦЬКУВАННЯ, ВИМАГАЄ ВІД РОБОТОДАВЦІВ ОХОПЛЮВАТИ ЯК ПСИХОЛОГІЧНУ, ТАК І ФІЗИЧНУ БЕЗПЕКУ ПЕРСОНАЛУ, ЦЕ СТОСУЄТЬСЯ СПІВРОБІТНИКІВ І СПІВРОБІТНИЦЬ У ВСІХ СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ І ЗАСТОСОВУЄТЬСЯ ТАМ, ДЕ ЛЮДИ ОПИНЯЮТЬСЯ ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ СВОЄЇ РОБОТИ, ВКЛЮЧАЮЧИ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТОМ.

ДЕЯКІ КРАЇНИ ВЖЕ ПРИЙНЯЛИ СВОЇ ОБОВ'ЯЗКОВІ НОРМИ ДЛЯ КОМПАНІЙ:

НОВА ЗЕЛАНДІЯ
ПРАВО НА ОПЛАЧУВАНУ ВІДПУСТКУ ДЛЯ ПОСТРАЖДАЛИХ ВІД ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА

КАНАДА, НІДЕРЛАНДИ
ЮРИДИЧНИЙ ОБОВ'ЯЗОК КОМПАНІЙ ЗАПОБІГАТИ НАСИЛЬСТВУ ТА СЕКСУАЛЬНИМ ДОМАГАННЯМ

ІНДІЯ
ЮРИДИЧНИЙ ОБОВ'ЯЗОК КОМПАНІЙ СТВОРИТИ НА РОБОЧОМУ МІСЦІ КОМІТЕТИ ЗІ СКАРГ НА СЕКСУАЛЬНЕ ДОМАГАННЯ ЗА УЧАСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ/ЦЬ РОБОТОДАВЦІВ ТА ПРАЦІВНИКІВ/ЦЬ

ФРАНЦІЯ
ВЕДЕННЯ ПЕРЕМОВИН НА РОБОЧОМУ МІСЦІ ЩОДО ПИТАНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ЗА УЧАСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ/ЦЬ РОБОТОДАВЦІВ ТА ПРАЦІВНИКІВ/ЦЬ

У БАГАТЬОХ КРАЇНАХ ЗАКОНОДАВСТВО ПЕРЕДБАЧАЄ МОЖЛИВІСТЬ БАТЬКА ПЕРЕБУВАТИ У ВІДПУСТЦІ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ:

ШВЕЦІЯ
З 480 ДНІВ ВІДПУСТКИ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ 60 ОБОВ'ЯЗКОВО ПОВИНЕН УЗЯТИ БАТЬКО, ІНАКШЕ ЦІ ДНІ ПРОСТО НЕ ЗАРАХУЮТЬ, А РОДИНА ОТРИМАЄ МЕНШІ ВИПЛАТИ. РЕШТУ ЧАСУ ВІДПУСТКИ БАТЬКИ МОЖУТЬ ПОДІЛИТИ МІЖ СОБОЮ НА ВЛАСНИЙ РОЗСУД

НОРВЕГІЯ
БАТЬКИ МОЖУТЬ ПРОВЕСТИ У ТАКІЙ ВІДПУСТЦІ ПО 98 ДНІВ. КРІМ ТОГО, У БАТЬКІВ Є 126 ДНІВ ОПЛАЧУВАНОЇ ВІДПУСТКИ, ЯКУ ВОНИ МОЖУТЬ ПОДІЛИТИ МІЖ СОБОЮ

ВЕЛИКА БРИТАНІЯ
МАТИ ПОВИННА ЗАЛИШАТИСЯ З ДИТИНОЮ ЛИШЕ В ПЕРШІ 14 ДНІВ ПІСЛЯ ПОЛОГІВ, А ПОТІМ БАТЬКИ МОЖУТЬ ЗМІНЮВАТИ ОДНЕ ОДНОГО АБО ПІКЛУВАТИСЬ ПРО ДИТИНУ РАЗОМ УПРОДОВЖ 334 ДНІВ

ПОЛЬЩА
ПЕРШІ 98 ДНІВ ВІДПУСТКИ – ДЛЯ ЖІНОК, ПІСЛЯ ЦЬОГО МОЖНА ПОМІНЯТИСЬ З ТАТОМ. ПРИ ЦЬОМУ ДВА ТИЖНІ ВІДПУСТКИ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ ПРИЗНАЧЕНІ ЛИШЕ ДЛЯ ЧОЛОВІКІВ

ПОРТУГАЛІЯ
ТАТА ЗОБОВ'ЯЗАЛИ ПЕРЕБУВАТИ В ОПЛАЧУВАНІЙ ВІДПУСТЦІ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ ЩОНАЙМЕНШЕ 5 ДНІВ, ІНАКШЕ ДОВЕДЕТЬСЯ ЗАПЛАТИТИ ШТРАФ

ІСПАНІЯ
ЯКЩО ЖІНКА ПРОВЕЛА З ДИТИНОЮ ОБОВ'ЯЗКОВІ 6 ТИЖНІВ І ВИХОДИТЬ НА РОБОТУ, ЧОЛОВІК МОЖЕ ЇЇ ЗАМІНИТИ, ПРОВІВШИ У ВІДПУСТЦІ ДО 10 ТИЖНІВ

ІСЛАНДІЯ
ТАТУСІ МОЖУТЬ ОТРИМАТИ 3 МІСЯЦІ ВІДПУСТКИ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДИТИНОЮ НАРІВНІ З ЖІНКОЮ

ЯПОНІЯ
ЧОЛОВІКИ МОЖУТЬ ПЕРЕБУВАТИ В ТАКІЙ ВІДПУСТЦІ ЦІЛИЙ РІК [48]

У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ РОЗРОБЛЕНО ДИРЕКТИВУ ПРО БАЛАНС МІЖ РОБОТОЮ І ОСОБИСТИМ ЖИТТЯМ (2019): З 4 МІСЯЦІВ ВІДПУСТКИ У ЗВ'ЯЗКУ З ВАГІТНІСТЮ ТА ПОЛОГАМИ КОЖЕН ІЗ БАТЬКІВ МАЄ ВЗЯТИ ПО 2 МІСЯЦІ. ТАКОЖ УСІ БАТЬКИ З ДІТЬМИ ДО 8 РОКІВ ТА ОПІКУНИ МАЮТЬ ПРАВО НА СКОРОЧЕНИЙ РОБОЧИЙ ДЕНЬ, СКОРОЧЕНІ РОБОЧІ ГОДИНИ Й ГНУЧКИЙ ГРАФІК РОБОТИ [49]

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ 4В:

В УКРАЇНІ ПРОПОНУЄТЬСЯ ЗАСТОСОВУВАТИ МОДЕЛЬ 4В, ЯКА СКЛАДАЄТЬСЯ З 4 ЕТАПІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ПІДХОДІВ ТА ЗАХОДІВ ІЗ ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ:

ВИЗНАТИ
ВІДПОВІСТИ
ВСТАНОВИТИ ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА
ВИМІРЯТИ.

У ТАБЛИЦІ НАВЕДЕНА ЛИШЕ ОСНОВНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО МОДЕЛЬ, ДЕТАЛЬНІШЕ ПРО ЕТАПИ ТА ПРИКЛАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ МОЖНА ДІЗНАТИСЬ У НАСТУПНИХ ПІДРОЗДІЛАХ.

	1. ВИЗНАТИ	2. ВІДПОВІСТИ	3. ВСТАНОВИТИ ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА	4. ВИМІРЯТИ
МЕТА	Запобігти гендерній нерівності та домашньому насильству через визначення потенційних ризиків у компанії	Запровадити політики та процедури, які захищають співробітників та співробітниць	Започаткувати партнерство з іншими організаціями щодо просування гендерної рівності та запобігання домашньому насильству, брати участь у міжнародних ініціативах і залучати своїх партнерів та постачальників	Звітування компанії та демонстрація впливу управлінських рішень (напр., збільшення прозорості, краще сприйняття бренду, покращення добробуту персоналу та життя громад)
КРОКИ І ЗАПИТАННЯ	• Що таке гендерна рівність для компанії? • Що таке домашнє насильство для компанії? • Як дізнатись про ситуацію в компанії щодо гендерної рівності та домашнього насильства? • Що компанія має зробити, щоб визнати важливість цих питань?	• Який поточний стан справ у компанії? Що продемонструвало проведене дослідження? • Яких політик та процедур бракує в компанії, щоб захистити своїх співробітників та співробітниць? • Як зробити, щоб ці політики та процедури були сприйняті персоналом, і він їх дотримувався?	• Які партнерства є в компанії для допомоги співробітникам і співробітницям? • Чи поширює компанія дії своїх політик та програм на постачальників та інших партнерів? • У яких інформаційних кампаніях та альянсах компанія бере участь? • Як ми можемо покращувати ситуацію в громадах?	• Як компанія вимірює ефективність реалізації політик? • Чи достатньо показників у компанії? Чи відображають показники вплив від діяльності компанії? • Чи достатньо стейкхолдерам компанії таких показників?
ДІЇ	1. Створення робочої групи 2. Збір даних та проведення дослідження для розуміння ситуації в компанії 3. Перегляд стратегічних документів компанії на предмет включення питань гендерної рівності та запобігання домашньому насильству	1. Розробка плану наступних дій: політики, програми або стратегії 2. Проведення тренінгів, майстер-класів з гендерної рівності та запобігання домашньому насильству 3. Інтеграція гендерних підходів в операційні процеси 4. Призначення уповноваженого або уповноваженої з гендерних питань (gender focal point) 5. Фокус уваги на продукти компанії, комунікаційні та маркетингові кампанії 6. Впровадження системи роботи з ідеями та скаргами щодо питань гендерної рівності 7. Інформування про впроваджені підходи та політики	1. Налагодження партнерства з відповідними організаціями 2. Робота з партнерами та постачальниками 3. Підтримка міжнародних кампаній щодо просування гендерної рівності та запобігання домашньому насильству	1. Проведення збору даних у відповідний (визначений) проміжок часу 2. Звітування за визначеними показниками у відповідний (визначений) проміжок часу 3. Комунікація результатів всередині компанії та назовні
ВІДПОВІДАЛЬНІ	Керівництво, Комітет КСВ, департамент персоналу, PR-департамент, КСВ відділ, відділ комплаєнс	Керівництво, департамент персоналу, PR-департамент, КСВ відділ, керівники/ці інших департаментів	Керівництво, департамент персоналу, PR-департамент, департамент з маркетингу, керівники/керівниці регіональних представництв, департамент по роботі із постачальниками, КСВ відділ, відділ комплаєнс, GR-відділ	Керівництво, Комітет КСВ, департамент персоналу, PR-департамент, GR-відділ, КСВ відділ, відділ комплаєнс
РЕЗУЛЬТАТ	Створено передумови для запобігання гендерній нерівності та домашньому насильству через визначення потенційних ризиків	Запровадження політик та процедур, якими активно користуються співробітники і співробітниці, та які їх захищають	Компанія започатковує партнерства з іншими організаціями, бере участь у міжнародних ініціативах і залучає своїх партнерів та постачальників до питань просування гендерної рівності та запобігання домашньому насильству	Компанія звітує за визначеними показниками і демонструє вплив своїх рішень на персонал та громади

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 1
ВИЗНАТИ

МЕТА

ЗАПОБІГТИ ГЕНДЕРНІЙ НЕРІВНОСТІ ТА ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ ЧЕРЕЗ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ РИЗИКІВ ДЛЯ КОМПАНІЇ

ЗАПИТАННЯ, НА ЯКІ ВАРТО ВІДПОВІСТИ НА ЦЬОМУ ЕТАПІ:

- ЩО ТАКЕ ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ДЛЯ КОМПАНІЇ?
- ЩО ТАКЕ ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО ДЛЯ КОМПАНІЇ?
- ЯК ДІЗНАТИСЬ ПРО СИТУАЦІЮ В КОМПАНІЇ ЩОДО ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА?
- ЩО КОМПАНІЯ МАЄ ЗРОБИТИ, ЩОБ ВИЗНАТИ ВАЖЛИВІСТЬ ЦИХ ПИТАНЬ?

ДІЇ КОМПАНІЇ:

1. СТВОРЕННЯ РОБОЧОЇ ГРУПИ
2. ЗБІР ДАНИХ ТА ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ РОЗУМІННЯ СИТУАЦІЇ В КОМПАНІЇ
3. ПЕРЕГЛЯД СТРАТЕГІЧНИХ ДОКУМЕНТІВ КОМПАНІЇ НА ПРЕДМЕТ ВКЛЮЧЕННЯ ПИТАНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 1. ВИЗНАТИ >> ДІЇ КОМПАНІЇ

1 СТВОРЕННЯ РОБОЧОЇ ГРУПИ

До **робочої групи** варто запросити відповідних внутрішніх стейкхолдерів, у тому числі керівництво, департамент персоналу, службу безпеки, відділ комплаєнс, юридичний відділ, відділ внутрішніх комунікацій, PR-департамент, представників/ць профспілок, трудового колективу. **Робоча група має визнати актуальність питань гендерної рівності та запобігання домашньому насильству** для компанії, наступні дії, ступінь залучення кожного департаменту і очікуваний результат, потенційні вразливі групи та канали комунікації з ними.

2 ЗБІР ДАНИХ ТА ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ РОЗУМІННЯ СИТУАЦІЇ В КОМПАНІЇ

На цьому етапі важливо зрозуміти поточну ситуацію, вплив гендерної нерівності та домашнього насильства на корпоративну культуру та компанію в цілому. Для збору інформації варто запросити зовнішніх експертів/ок.

Збір даних може стосуватись таких питань:

- кількість жінок та чоловіків, з якими підписані трудові договори та контракти;
- кількість найнятих жінок та чоловіків, зокрема, зайнятих у «нестереотипних» жіночих або чоловічих професіях (наприклад, жінок на посаді системного адміністратора, чоловіків-прибиральників, чоловіків-секретарів, офіс-менеджерів);
- кількість жінок та чоловіків на керівних посадах середнього та вищого рівнів;
- кількість жінок та чоловіків, які отримали підвищення минулого року, бонуси або підвищення зарплатні; які включені до кадрового резерву;
- дохід / оплата праці жінки і чоловіка за роботу на однакових посадах;
- кількість тренінгів та інших навчальних заходів, а також кількість співробітників і співробітниць (із розбивкою за статтю, посадою), які пройшли таке навчання, є учасниками та учасницями менторських програм;
- пропорція жінок і чоловіків у керівництві компанії, відсутність/наявність дискримінації на основі статі, в тому числі питання сімейних обов'язків: кількість відпусток для догляду за дитиною, яку брали чоловіки та жінки (з розбивкою за статтю), дозволи працювати віддалено тощо.

АГЕНЦІЯ З ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ НА РОБОЧОМУ МІСЦІ (АВСТРАЛІЯ) [50] МАЄ НАСТУПНІ ПИТАННЯ ДЛЯ ОЦІНКИ ЩОДО ДОТРИМАННЯ КОМПАНІЯМИ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ:

- **Чи принципи просування гендерної рівності узгоджені зі стратегічними пріоритетами компанії?**
- **Чи звітує компанія з цих питань?**
- **Чи запобігає компанія гендерній дискримінації, сексуальним домаганням та булінгу на робочому місці?**
- **Чи підтримує компанія працівників та працівниць, які постраждали від домашнього насильства?**
- **Чи застосовує компанія гендерні підходи до всіх політик і стратегій?**
- **Чи застосовує компанія гендерні підходи до всіх операційних процесів?**
- **Чи застосовує компанія гендерні підходи до поглинань, об'єднань та реструктуризації?**
- **Чи просуває компанія гендерні підходи в суспільстві та громаді?**

3 ПЕРЕГЛЯД СТРАТЕГІЧНИХ ДОКУМЕНТІВ КОМПАНІЇ НА ПРЕДМЕТ ВКЛЮЧЕННЯ ПИТАНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

Одним із важливих наслідків впровадження гендерних підходів у роботу компанії може стати зростання її рейтингу та більша довіра інвесторів. Наприклад, з 2018 р. МФК підтримує сертифікацію з гендерної рівності в компаніях своїх партнерів [51], оскільки ці питання вже увійшли до стратегічних факторів успішності бізнесу.

Компанії варто переглянути свої основні документи, в тому числі стратегії та політики, і включити до них гендерні підходи та питання запобігання домашньому насильству, серед яких:

- стратегія розвитку компанії (розробка гендерної стратегії, залучення співробітників і співробітниць до її розробки, моніторингу і комунікацій);
- кодекс етики компанії;
- HR-політика (політики недискримінації та рівних прав на робочому місці, в процесі найму персоналу, в професійному розвитку та підвищенні, компенсаціях та бонусах, наданні відпусток для догляду за дитиною, підтримці в поєднанні роботи та сімейних обов'язків, питаннях здоров'я та безпеки на робочому місці);
- політика з КСВ;
- комунікаційна політика;
- політика з охорони та безпечних умов праці;
- маркетингова політика;
- закупівельна політика (тренінги для постачальників, квоти на закупівлю продукції/послуг у компаній, власниками яких є жінки або які виробляються постраждалими від домашнього насильства);
- політика роботи зі стейкхолдерами;
- політика роботи з місцевими громадами (оцінка впливу продуктів на чоловіків та жінок, підтримка жінок та дівчат у громадах);
- політика з прав людини;
- політика з оцінки ризиків;
- інші політики.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 2
ВІДПОВІСТИ

МЕТА

ЗАПРОВАДИТИ ПОЛІТИКИ ТА ПРОЦЕДУРИ, ЯКІ ЗАХИЩАЮТЬ СПІВРОБІТНИКІВ ТА СПІВРОБІТНИЦЬ

ЗАПИТАННЯ, НА ЯКІ ВАРТО ВІДПОВІСТИ НА ЦЬОМУ ЕТАПІ:

- ЯКИЙ ПОТОЧНИЙ СТАН СПРАВ У КОМПАНІЇ? ЩО ПРОДЕМОНСТРУВАЛО ПРОВЕДЕНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ?
- ЯКИХ ПОЛІТИК ТА ПРОЦЕДУР БРАКУЄ В КОМПАНІЇ, ЩОБ ЗАХИСТИТИ СВОЇХ СПІВРОБІТНИКІВ ТА СПІВРОБІТНИЦЬ?
- ЩО ЗРОБИТИ, ЩОБ ЦІ ПОЛІТИКИ ТА ПРОЦЕДУРИ БУЛИ СПРИЙНЯТІ ПЕРСОНАЛОМ, І ВІН ЇХ ДОТРИМУВАВСЯ?

ДІЇ КОМПАНІЇ:

1. РОЗРОБКА ПЛАНУ НАСТУПНИХ ДІЙ: ПОЛІТИКИ, ПРОГРАМИ АБО СТРАТЕГІЇ
2. ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГІВ, МАЙСТЕР-КЛАСІВ З ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ, СЕРТИФІКАЦІЯ
3. ІНТЕГРАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ ПІДХОДІВ В ОПЕРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ
4. ПРИЗНАЧЕННЯ УПОВНОВАЖЕНОГО АБО УПОВНОВАЖЕНОЇ З ГЕНДЕРНИХ ПИТАНЬ (GENDER FOCAL POINT)
5. ФОКУС УВАГИ НА ПРОДУКТИ КОМПАНІЇ, КОМУНІКАЦІЙНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ КАМПАНІЇ
6. ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РОБОТИ З ІДЕЯМИ ТА СКАРГАМИ ЩОДО ПИТАНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ
7. ІНФОРМУВАННЯ ПРО ВПРОВАДЖЕНІ ПІДХОДИ ТА ПОЛІТИКИ

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 2. ВІДПОВІСТИ >> ДІЇ КОМПАНІЇ

1 РОЗРОБКА ПЛАНУ НАСТУПНИХ ДІЙ: ПОЛІТИКИ, ПРОГРАМИ АБО СТРАТЕГІЇ

Після проведення дослідження варто зробити аналіз та розробити наступні дії у вигляді політик, програм або стратегій. Міжнародні експерти/ки рекомендують розробити **гендерну стратегію** [52], яка:

- окреслює бачення компанії з гендерної рівності, її важливість для компанії, а також те, які зобов'язання вона на себе бере;
- демонструє зв'язок з бізнес-стратегією;
- включає вимірювані цілі та напрями роботи компанії для досягнення цих цілей; збір даних; оцінку ризиків досягнення цілей та шляхи їхнього подолання (цілі вартує обговорити зі стейкхолдерами);
- пов'язана з усіма функціями та рівнями організації.

ОРГАНІЗАЦІЯ CABI.ORG РОЗРОБИЛА ГЕНДЕРНІ ІНДИКАТОРИ, ЯКІ ОБ'ЄДНАЛА В СІМ ОСНОВНИХ ГРУП [53], ЩО МОЖУТЬ ДОПОМОГТИ ПРИ РОЗРОБЦІ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ

- **політики:** запровадження політики протидії дискримінації та сексуальним домаганням; оновлення положення про правління компанії з урахуванням необхідності просування політики гендерної рівності та поваги до інших ознак (вік, інвалідність, соціальне походження тощо);
- **збір даних:** кількість персоналу, зокрема керівництва всіх рівнів, із розбивкою за статтю, за роботою повний та неповний робочий день;
- **рівність в оплаті праці:** аналіз заробітків за статтю та рівнем оплати; визначення розривів у зарплаті та стратегій для їхього подолання; аналіз зарплат на початку кар'єри з розбивкою за статтю;
- **вимірювання ефективності практик гнучкості:** доступність гнучкого робочого графіку для персоналу; кількість персоналу, який використовує гнучкий робочий час, який бере відпустку для догляду за дитиною, повертається на роботу після відпустки для догляду за дитиною, який залишає організацію після 12–24 місяців;
- **політика набору персоналу та кар'єрного просування:** забезпеченість серед членів прийомної комісії представництва обох статей (за можливості); найм жінок та чоловіків; кількість зовнішніх та внутрішніх кандидатів і кандидаток, які пройшли у другий тур на керівні посади;
- **оцінка та розвиток:** формальний процес оцінювання роботи та перевірки ефективності роботи; участь персоналу у програмах лідерства / розвитку, у програмах наставництва та спонсорства з розбивкою за статтю; показники, які включаються в щорічні цілі;
- **механізми комунікації та інформації:** щорічна звітність щодо виконання показників із гендерної рівності; зобов'язання вищого керівництва щодо просування гендерної рівності як частина бізнес-стратегії; анонімне опитування персоналу про ставлення до гендерної рівності, змін та досягнень; зворотний зв'язок персоналу для оцінки ефективності та впливу гендерних підходів.

Для запобігання домашньому насильству компаніям варто розробити окрему політику або об'єднати її з гендерною стратегією, в якій зазначити:

- що являє собою домашнє насильство, які його форми і прояви;
- чому ця тема важлива для компанії, як домашнє насильство впливає на показники компанії;
- чітку позицію щодо неприпустимості домашнього насильства, підтримки постраждалих від нього і, за потреби, вжиття заходів стосовно кривдників;
- про наслідки для тих співробітників та співробітниць, які неправомірно поводяться на робочому місці і поза ним, зокрема дисциплінарну відповідальність, кримінальну відповідальність за вчинення домашнього насильства;
- про прагнення створити на робочому місці безпечну культуру, що ґрунтується на взаємній підтримці, надавши можливість постраждалим відкрито говорити про складні проблеми, не боючись стигми або цькування, а іншим колегам — їм допомагати;
- рекомендації щодо подальших дій для співробітників та співробітниць, які постраждали, або є кривдниками, і це усвідомлюють;
- відповідальних у компанії за реалізацію цієї політики, які стануть першим контактом для співробітників та співробітниць, яким потрібна допомога;
- перелік партнерських організацій, до яких можна звернутися з фінансових питань, питань охорони здоров'я та житла, а також по правову допомогу для забезпечення виконання заборонних і обмежувальних приписів чи обмежувальних заходів [54].

ПРИКЛАДИ ЗАХОДІВ, ЯКІ МОЖЕ ВЖИВАТИ КОМПАНІЯ ДЛЯ ЗАХИСТУ ТА ПІДТРИМКИ СВОГО ПЕРСОНАЛУ:

- надання оплачуваних та неоплачуваних відпусток (відгулів і академічних відпусток для фізичного та психологічного відновлення);
- встановлення гнучкого графіку роботи (для можливості звернутись по допомогу / за консультацією, до суду тощо);
- запровадження політики безпеки на робочому місці;
- супровід людей від/до зупинки громадського транспорту, а в разі необхідності — до зали суду;
- моніторинг телефонних дзвінків (за наявності інформованої згоди постраждалої/го);
- видалення прізвищ користувачів та користувачок, які є реальними або потенційними постраждалими, зокрема від переслідувань, з автоматизованого телефонного довідника;
- реєстрація електронних листів з погрозами (за наявності інформованої згоди постраждалої/го);
- реінтеграція колег, які певний час перебували у відпустці у зв'язку з вагітністю та пологами, відпустці для догляду за дитиною, постраждали від домашнього насильства, емоційно вигоріли тощо;
- можливість збереження важливих документів, певної суми грошей, телефона та особистих речей першої необхідності у сейфі компанії (для підтримки плану особистої безпеки постраждалої особи);
- робота з психологом або психологинею, найнятим (-ою) компанією для свого персоналу (бажано, щоб такі зустрічі відбувались поза межами офісу). Психологічне консультування може бути включене до пакету медичного забезпечення.

КОМПАНІЯ «СТАРЛАЙТ УКРАЇНА» ПРИЙНЯЛА «10 ЗАВДАНЬ», ВИКОНАННЯ ЯКИХ ЗАПЛАНОВАНО ДО ЛИПНЯ 2020 Р.:

1. Запровадити політику недискримінації та рівних можливостей, про яку буде повідомляти персоналу, потенційним співробітникам і співробітницям у робочих заявах при прийомі на роботу.
2. Додатково підтримувати одного з батьків, який або яка вирішила (-в) піти у відпустку для догляду за дитиною, але прагне поєднувати виховання немовлят із роботою: допомогти в обладнанні робочого місця вдома, запропонувати гнучкий графік та додаткові пільги.
3. Розробити та запровадити ряд заходів та політик зі зменшення трансляції гендерних стереотипів у рекламі та контенті на каналах групи.
4. Наймати більше жінок на позиції та до професійних сфер, які традиційно піддавались стереотипізації на користь чоловіків.
5. Запровадити гендерно збалансований рекрутинг і співбесіди без запитань про особисті плани, сімейний стан, обов'язки у шлюбі, плани щодо вагітності та догляду за дитиною тощо.
6. Використовувати гендерно нейтральну мову та зображення в посадових інструкціях.
7. Сприяти підвищенню обізнаності персоналу, зокрема керівництва, щодо недискримінації та рівних можливостей. Щорічно проводити тренінги з нульової толерантності до всіх форм насильства.
8. При закупівлях фіксувати компанії, власницями або керівницями яких є жінки, та встановити цілі із закупівель на суму і/або відсоток партнерства з фірмами, які належать жінкам.
9. Підтримувати публічні кампанії з адвокації та форуми щодо поваги до прав жінок, місцеві або глобальні організації або інші ініціативи щодо гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок.
10. Зібрати та проаналізувати дані із зазначенням випадків дискримінації та здійснених корегувальних дій; щорічно публікувати звіт про досягнення.

КОМПАНІЯ «СТЕЙТ ФАРМ ІНШУРЕНС» [STATE FARM INSURANCE] ДОПОМАГАЄ ПОСТРАЖДАЛИМ ВІД ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА

шляхом створення планів безпеки, надання спеціальних паркувальних місць, надання відпусток і забезпечення гнучкого графіку для можливості відвідувати судові засідання, підшукати нове житло або отримати медичну допомогу, а також запису повідомлень з погрозами.

КОМПАНІЯ «ВОДАФОН» [VODAFONE] ЗАПРОВАДИЛА ПОЛІТИКУ ДЕСЯТИДЕННОЇ ОПЛАЧУВАНОЇ «БЕЗПЕЧНОЇ ВІДПУСТКИ» ДЛЯ ПОСТРАЖДАЛИХ.

Розроблено декілька мобільних додатків, серед них «TecSoS», для доступу до поліції у випадку домашнього насильства (з 2009 р. допоміг 100 тис. постраждалим у 5 країнах), додаток-довідник для пошуку найближчих спеціалізованих служб для постраждалих — пошук здійснюється за регіоном, поштовим індексом або поточним місцем (у Великій Британії понад 10 тис. завантажень, зараз запроваджується в інших країнах). Також компанія підтримала роботу гарячих ліній із протидії гендерному насильству в Південній Африці та Кенії. У 2019 р. компанія профінансувала дослідження, яке виявило, що кожна третя працююча особа (37%) постраждала від домашнього насильства, що суттєво вплинуло на її кар'єру.

У Vodafone запроваджена програма «ReConnect» [58] для допомоги 1000 особам повернутись у професію після перерви у кар'єрі, введено 16-тижневу відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами. У планах компанії — забезпечити представництво 40% жінок на керівних посадах, а до 2025 р. стати найкращим у світі роботодавцем для жінок і додатково підключити до мобільного зв'язку 50 млн жінок, щоб допомогти подолати мобільний гендерний розрив (жінки в країнах із низьким і середнім рівнем доходу мають на 10% менше шансів користуватися мобільним телефоном, ніж чоловіки).

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 2. ВІДПОВІСТИ >> ДІЇ КОМПАНІЇ

2 ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГІВ, МАЙСТЕР-КЛАСІВ З ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ, СЕРТИФІКАЦІЯ

Слід розробити тренінги з питань гендерної рівності та запобігання домашньому насильству для персоналу компанії, включаючи керівництво, а за можливості — для партнерів та постачальників. Також можна включати окремі модулі в існуючі навчальні програми, зокрема оздоровчі, де учасниці та учасники зможуть дізнатись не лише про свій організм і догляд за собою, але й про свої права, правила особистих кордонів, вплив насильства на свій фізичний і психологічний стан.

НАЦІОНАЛЬНА СЛУЖБА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я [NHS], ОДИН З НАЙБІЛЬШИХ РОБОТОДАВЦІВ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ,

підвищила рівень обізнаності свого персоналу з питань домашнього насильства шляхом навчання приблизно 1,3 млн осіб. Організація розробила нову внутрішню політику, в межах якої персонал може користуватися гнучким графіком роботи, медичними послугами, оплачуваними/неоплачуваними відпустками. На веб-сайті компанії опубліковано роз'яснення щодо підтримки постраждалих від домашнього насильства.

ФУНДАЦІЯ «КЕРІНГ» [KERING FOUNDATION] (KERING ВОЛОДІЄ ТАКИМИ МАРКАМИ ЯК GUCCI, SAINT LAURENT, BOTTEGA VENETA, ALEXANDER MCQUEEN, BRIONI ТА ІН.).

Мета роботи – допомога організаціям, які надають комплексні послуги жінкам та працюють із молодими чоловіками і хлопцями з протидії насильства стосовно жінок. Фундація стала одним з ініціаторів першої європейської мережі компаній для боротьби з домашнім насильством – «Кожна третя жінка». Організація розробила програму трьохгодинного навчання для підвищення обізнаності персоналу щодо домашнього насильства та підтримки, яку постраждалі можуть отримати в компанії (вже проведено у філіалах в Італії, Великій Британії, США та Китаї).

ГРУПА «СУТЕКС» [SUTEKS] У «ПОЛОЖЕННІ ПРО ПЕРСОНАЛ» ПІДКРЕСЛЮЄ СВОЮ ЗАЦІКАВЛЕНІСТЬ У ДОСЯГНЕННІ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА В ЕФЕКТИВНІЙ ПРОТИДІЇ ВСІМ ВИДАМ НАСИЛЬСТВА, В ТОМУ ЧИСЛІ ДОМАШНЬОМУ.

При прийомі на роботу кожну особу знайомлять з цим документом і просять розписатися в згоді з його текстом. Щорічно проводяться навчання з протидії переслідуванням (обговорення можливих методів боротьби з усіма видами гендерно зумовленого та домашнього насильства).

Для постраждалих від домашнього насильства існує процедура конфіденційних звернень до HR-департаменту. На наступних етапах справу розглядає внутрішня комісія з етики. Компанія надає можливість отримати безкоштовні юридичні консультації, пройти сеанси спілкування з психологом/инею, пропонує пряму фінансову допомогу (наприклад, відшкодовує транспортні витрати на переїзд у нове житло). Також компанія бере на себе половину витрат персоналу, спрямованих на розв'язання всіх його психологічних проблем.

У планах групи — внесення змін до процедури набору персоналу, а саме включення ще одного тесту, завдяки якому можна буде аналізувати потенційну схильність кандидата/ки на посаду до вчинення насильства [60].

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 2. ВІДПОВІСТИ >> ДІЇ КОМПАНІЇ

3 ІНТЕГРАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ ПІДХОДІВ В ОПЕРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Таку інтеграцію гендерних підходів часто називають **гендерним мейнстримінгом**. Це метод проєктного планування з урахуванням потреб жінок і чоловіків, в рамках якого відбуваються процеси оцінки будь-якого запланованого заходу, програми, та стратегій з точки зору їх впливу на жінок та чоловіків. Питання для керівництва та HR-ів:

- Чи відповідають цілі запропонованих заходів інтересам чоловіків і жінок?
- Чи забезпечено баланс інтересів серед представників/ць цільових груп під час створення робочих груп (за винятком «позитивних або спеціальних заходів для певної статі» як корекційні заходи для досягнення гендерної рівності, наприклад, просування декретної відпустки серед татусів)?
- Чи розроблені показники ефективності запропонованих заходів включають гендерний аспект і розділені за ознакою статі?
- Чи бюджетування враховує інтереси представників цільових груп?

4 ПРИЗНАЧЕННЯ УПОВНОВАЖЕНОГО АБО УПОВНОВАЖЕНОЇ З ГЕНДЕРНИХ ПИТАНЬ (GENDER FOCAL POINT)

Менеджери та менеджерки повинні розуміти, як вони розглядатимуть випадки гендерної нерівності та проявів домашнього насильства, тому в компанії мають бути розроблені рекомендації щодо (1) **особливостей розмови з тими, хто звернувся**, (2) **національного законодавства і процедур подання скарг.**

Для ефективного виконання поставлених цілей варто призначити відповідальну за гендерні питання особу — **уповноваженого або уповноважену з гендерних питань,** які пройшли відповідне навчання.

Також компанії варто запровадити **звіти з виконання гендерної стратегії.** В Україні вже є компанії, які звітують за стандартами GRI, що включає показники з гендерної рівності, проте поки цього недостатньо для розуміння ситуації в компанії.

Щоб продемонструвати вищий рівень своїх зобов'язань, компанія може пройти сертифікацію з гендерної рівності — стандарт EDGE, який вже пройшли, зокрема, SAP, L'Oréal, OECD, ЄБРР, МФК, IKEA [59]. В Україні у 2019 р. також розроблена методика самооцінки для STEM-компаній, тож будь-яка компанія може подати заявку в STEM-коаліцію і пройти самооцінювання в рамках проєкту «Найкраща компанія для жінок».

ФУНДАЦІЯ «КЕРІНГ» [KERING FOUNDATION]

(KERING ВОЛОДІЄ ТАКИМИ МАРКАМИ ЯК GUCCI, SAINT LAURENT, BOTTEGA VENETA, ALEXANDER MCQUEEN, BRIONI ТА ІН.).

Враховуючи велику зацікавленість персоналу було розроблено одноденний курс із підготовки «внутрішніх адвокатів/ес» з таких питань: як підтримати постраждалих осіб із числа персоналу компанії та скерувати їх до спеціалізованих установ. Адреси електронної пошти та номери телефонів таких «адвокатів/ес» було поширено в Інтранеті. В компанії проводиться моніторинг їхньої роботи: співробітники/ці заповнюють вихідну анкету на тренінгу, а через 6 місяців – ще одну анкету для визначення того, наскільки ефективно «адвокати/еси» виконують свою роботу в компанії та поза нею. Тренінги було адаптовано для виконавчого комітету Фундації, Фундація здійснює співпрацю з керівництвом усіх брендів та їхніми HR-департаментами для проведення подальших тренінгів і пошуку «внутрішніх адвокатів/ес» у всіх брендах.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 2. ВІДПОВІСТИ >> ДІЇ КОМПАНІЇ

5 ФОКУС УВАГИ НА ПРОДУКТИ КОМПАНІЇ, КОМУНІКАЦІЙНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ КАМПАНІЇ

Дизайн продукту, рекламна кампанія чи маркетинговий хід можуть вплинути на суспільне сприйняття гендерної нерівності та домашнього насильства – сприяти засудженню або ж, навпаки, усталеному їх сприйняттю. Тому, щоб уникнути шкідливого впливу на суспільство та запобігти вкоріненню стереотипів, потрібно почати уважніше ставитись до змісту реклами. Якщо рекламний продукт компанії буде визнано дискримінаційним або сексистським, його можуть заборонити або накласти на компанію штраф. Наприклад, у 2007 р. реклама компанії Dolce & Gabbana, в якій жінку в корсеті притискає за зап'ястки до землі напівоголений чоловік, а водночас двоє інших споглядають за цим із відстороненим виглядом, була знята з ротації в Італії, незважаючи на те, що дизайнери переконували, що їхні фотографії стилізовані під витвори мистецтва наполеонівської епохи, зокрема французьких художників Ежена Делакруа і Давида. Чергова скандальна реклама бренда змусила скасувати показ колекції в Китаї у 2018 р. Багатьом іншим торговельним маркам теж закидали звинувачення у використанні сексуалізованих зображень чи сексуального або іншого виду насильства над жінками для реклами своїх товарів і послуг (напр., Puma).

У світі вже існує практика стандартів недискримінаційної реклами [61], в Україні такий стандарт теж прийнято у 2011 р. [62] Він стосується всіх видів реклами та містить основні критерії для визначення того, чи є вона дискримінаційною, передусім за ознакою статі. Оцінка відбувається, зокрема за змістом реклами та рівнем сприйняття продукту споживачем, тож у випадку визнання її дискримінаційною вона повинна бути виправлена або її поширення має бути припинено. Стежить за дотриманням цих вимог Індустріальний гендерний комітет з реклами.

Також **чинне законодавство прямо забороняє дискримінацію** [63] **і передбачає штрафи за замовлення та дискримінаційний зміст реклами**. Вже є судові рішення, коли за позовом Держпродспоживслужби були оштрафовані компанії за рекламування продукції своїх магазинів під сексистськими гаслами, на кшалт «Взяла в кредит, а не те, що ти подумав», «Подаруєш яблуко – попариш моркву» (реклама торгівельної мережі).

В Україні Мінсоцполітики є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків. З метою ефективного реагування на скарги та звернення громадян за фактами дискримінації за ознакою статі при Мінсоцполітики діє Експертна рада з питань запобігання та протидії дискримінації за ознакою статі, до складу якої входять: представники/ці Мінсоцполітики, Мін'юсту, МЗС, Мінінформполітики, Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини з питань дотримання прав рівних прав і свобод, експерти/ки з гендерних питань міжнародних та громадських організацій. До завдань Експертної Ради входять розгляд звернень щодо дискримінації за ознакою статі, у рекламних оголошеннях, та усунення виявлених у них порушень, в тому числі через суд.

Тому при розробці продукції та послуг у рекламних та маркетингових кампаніях слід дотримуватись гендерних підходів, не використовувати сексистські висловлювання і зображення, або ж навіть включати основні постулати про гендерну рівність та запобігання домашньому насильству.

«КАРЛІНГ БЛЕК ЛЕЙБЛ» [CARLING BLACK LABEL], БРЕНД ПИВА,

у 2018 р. у Південній Африці провів кампанію «Немає виправдання» (#NoExcuse) для підвищення рівня обізнаності серед споживачів, переважно чоловіків, про те, що кожного дня три жінки гинуть від рук інтимного партнера, із закликом, що не потрібно чинити домашнє насильство.

Паралельно була «розкручена» ідея позитивної маскулінності. Кампанія збільшила позитивне сприйняття бренду на **86%** і охопила **45 млн** людей завдяки соціальним медіа.

КОМПАНІЯ «ВЕРАЙЗОН ВАЙРЛЕС» [VERIZON WIRELESS] ІЗ НАДАННЯ ПОСЛУГ БЕЗДРОТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ У США НА 50% СКЛАДАЄТЬСЯ З ЖІНОК.

Компанія запровадила декілька навчальних курсів. Для постраждалих створено можливість швидкого набору номерів екстреної допомоги в мобільних телефонах. Компанія приймає у населення старі, непотрібні або поламані мобільні телефони. У ті з них, що працюють, вставляють картку з трьома тисячами безкоштовних хвилин і передають у користування постраждалим від домашнього насильства через спеціалізовані установи. Неробочі апарати йдуть на переробку, а кошти, отримані від неї, компанія надає постраждалим у вигляді грантів [64]. Постраждалі особи, які працюють у компанії, мають змогу отримати гнучкий графік роботи, убезпечене робоче місце, охорону для супроводу до своїх автомобілів.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 2. ВІДПОВІСТИ >> ДІЇ КОМПАНІЇ

6 ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РОБОТИ З ІДЕЯМИ ТА СКАРГАМИ ЩОДО ПИТАНЬ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ

У компанії повинна існувати **ефективна система роботи зі скаргами** (гаряча лінія, анонімна електронна пошта), відповідно до якої розроблені процедури розслідування, політики конфіденційності та захисту заявника чи заявниці, заборони помсти, юридична допомога постраждалим. Партнерами державних компаній у цих заходах можуть стати профспілки.

У БАГАТЬОХ ЗАКОРДОННИХ КОМПАНІЯХ ІСНУЄ ПРОГРАМА ДОПОМОГИ СПІВРОБІТНИКАМ І СПІВРОБІТНИЦЯМ, ЯКА ВКЛЮЧАЄ ЦІЛОДОБОВУ ГАРЯЧУ ЛІНІЮ, ПІСЛЯ ЗВЕРНЕННЯ НА ЯКУ ОСОБІ ПРОПОНУЄТЬСЯ ОДНА ЗУСТРІЧ ІЗ ПСИХОЛОГОМ АБО ПСИХОЛОГИНЕЮ, ЯКИЙ/ЯКА СПЕЦІАЛІЗУЄТЬСЯ НА ЙОГО (ЇЇ) ЗАПИТІ (АЛКОГОЛЬ, НАРКОТИКИ, СЕКСУАЛЬНІ ДОМАГАННЯ, ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО, НЕДОСТАТНЯ ВПЕВНЕНІСТЬ, СТРАХ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ ТОЩО). ВАРТІСТЬ ЗУСТРІЧЕЙ ОПЛАЧУЄ КОМПАНІЯ, АЛЕ ЩОРОКУ АНАЛІЗУЄ КІЛЬКІСТЬ ТАКИХ ДЗВІНКІВ, ВІДСОТОК ПРОФЕСІЙНИХ ТА ПРИВАТНИХ ЗАПИТІВ.

7 ІНФОРМУВАННЯ ПРО ВПРОВАДЖЕНІ ПІДХОДИ ТА ПОЛІТИКИ

Для **передачі інформації про гендерну стратегію та політику із запобігання насильству** можна використовувати такі інструменти:

- внутрішні навчальні курси та тренінги, зокрема тренінги для випробувального періоду та управлінських курсів; після закінчення тренінгів варто провести оцінювання ефективності програми (з використанням методу «робота з ситуаціями»);
- електронні повідомлення — нагадування про доступні політики, пам'ятки тощо;
- пакет для новачка, що містить відповідну інформацію (також надати посилання на детальнішу інформацію на внутрішніх ресурсах);
- брошури, плакати, відеоматеріали, інформаційні бюлетені з адресами кризових центрів та інших установ, що надають допомогу, а також інформацією про відповідальність за вчинення неправомірних дій, розміщеними на дошках оголошень, у корпоративній їдальні, біля кава-машин, у жіночих туалетах, в Інтранеті тощо;
- інформаційний бюлетень компанії, де має бути відповідний розділ;
- спілкування з постачальниками та партнерами, наприклад, у рамках щорічних заходів для партнерів або постійне інформування про те, що робить компанія для просування гендерної рівності та запобігання дискримінації та домашньому насильству;
- поширювати інформацію про зовнішні навчальні онлайн-курси з відповідної тематики.

КОМПАНІЯ «АРЧЕР ДЕНІЕЛС МІДЛЕНД» [ARCHER DANIELS MIDLAND] (США) ПРОВОДИТЬ НАВЧАННЯ СВОГО ПЕРСОНАЛУ ЩОДО ЗАПОБІГАННЯ НАСИЛЬСТВУ СТОСОВНО ЖІНОК, МАЄ ПРОГРАМУ ДОПОМОГИ ПЕРСОНАЛУ (EAP), В РАМКАХ ЯКОЇ ВИПУСТИЛА БРОШУРУ ПРО ОСІБ, ЯКІ МОЖУТЬ СТАТИ ПОСТРАЖДАЛИМИ, ТА ПРО ОЗНАКИ НАСИЛЬСТВА СТОСОВНО ЖІНОК.

КОМПАНІЯ «СІГНА» [CIGNA] СТВОРИЛА РОБОЧУ ГРУПУ З ПРОТИДІЇ НАСИЛЬСТВУ СТОСОВНО ЖІНОК, НАВЧИЛА 40 ТИСЯЧ ОСІБ СВОГО ПЕРСОНАЛУ БАЗОВИХ ПРИНЦИПІВ ЗАПОБІГАННЯ НАСИЛЬСТВУ, А ТАКОЖ ПІДВИЩИЛА РІВЕНЬ ЗНАНЬ ВЛАСНОГО КЕРІВНИЦТВА ТА КЕРІВНИЦТВА ІНШИХ КОМПАНІЙ З ЦЬОГО ПИТАННЯ.

Компанія регулярно поширює відповідну інформацію всередині компанії та ззовні (брошури, плакати, семінари, дні знань), співпрацює з лікарями і просить їх надавати інформацію про домашнє насильство та включити цей аспект до своїх звичайних сеансів психотерапії. Компанія припинила трудові договори, укладені з правопорушниками, і повідомила про цих осіб поліцію.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 3
ВСТАНОВИТИ
ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА

МЕТА

ЗАПОЧАТКУВАТИ ПАРТНЕРСТВО З ІНШИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ, БРАТИ УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНИХ ІНІЦІАТИВАХ І ЗАЛУЧАТИ СВОЇХ ПАРТНЕРІВ ТА ПОСТАЧАЛЬНИКІВ

ЗАПИТАННЯ, ЯКІ ВАРТО ПОСТАВИТИ В КОМПАНІЇ:

- ЯКІ ПАРТНЕРСТВА Є В КОМПАНІЇ ДЛЯ ДОПОМОГИ СПІВРОБІТНИКАМ І СПІВРОБІТНИЦЯМ?
- ЧИ ПОШИРЮЄ КОМПАНІЯ ДІЇ СВОЇХ ПОЛІТИК ТА ПРОГРАМ НА ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ТА ІНШИХ ПАРТНЕРІВ?
- У ЯКИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КАМПАНІЯХ ТА АЛЬЯНСАХ КОМПАНІЯ БЕРЕ УЧАСТЬ?
- ЯК КОМПАНІЯ МОЖЕ ПОКРАЩУВАТИ СИТУАЦІЮ В ГРОМАДАХ?

ДІЇ КОМПАНІЇ:

1. ПІДТРИМКА МІЖНАРОДНИХ ІНІЦІАТИВ І КАМПАНІЙ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ
2. НАЛАГОДЖЕННЯ ПАРТНЕРСТВА З ВІДПОВІДНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ІНІЦІАТИВАМИ
3. РОБОТА З ПАРТНЕРАМИ І ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 3. ВСТАНОВИТИ ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА
>> ДІЇ КОМПАНІЇ

1 ПІДТРИМКА МІЖНАРОДНИХ ІНІЦІАТИВ І КАМПАНІЙ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

Участь у міжнародних та українських інформаційних кампаніях та відзначання певних дат є важливим кроком для донесення своїх принципів і цінностей, а також підтримки позитивного іміджу компанії. Компанія може приєднатись до існуючих кампаній або започаткувати власну.

МЕДІЙНА КОМПАНІЯ «ХЮРРІЕТ» [«HÜRRIYET»] (ТУРЕЧЧИНА) ЗАПОЧАТКУВАЛА КАМПАНІЮ «ЗУПИНИ ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО».

Для підвищення рівня обізнаності компанія впровадила тренінги в «освітніх автобусах» (серед учасників та учасниць були представники/ці громади, поліцейські, державні службовці/иці, імами, вчителі/льки та урядовці/иці). Було підготовлено статті, організувано міжнародні конференції; з 2007 року запроваджено першу і єдину в Туреччині цілодобову гарячу лінію для постраждалих.

ВАЖЛИВІ ДАТИ:

11.02

МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ ЖІНОК І ДІВЧАТ У НАУЦІ

Мета – зробити роль жінок у науці та дослідженнях відомою та покращити підтримку жінок у цих професіях. У цей день бізнес може організувати екскурсії, розказавши про відомих жінок своєї компанії або тих жінок, які зробили значний внесок у розвиток сфери, ознайомивши з виробничим процесом, та надихнути дівчат обрати STEM-напрям навчання та подальшої роботи.

8.03

МІЖНАРОДНИЙ ЖІНОЧИЙ ДЕНЬ, МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ БОРОТЬБИ ЗА ПРАВА ЖІНОК

В цей день у 1857 р. у Нью-Йорку почався страйк американських текстильниць за рівну з чоловіками оплату праці, покращення умов праці, 10-годинний робочий день («марш порожніх каструль»). Тому в цей день варто привернути увагу до питань гендерної рівності, реалізації гендерної стратегії, зробити нове зобов'язання для досягнення гендерної рівності та запобігання домашньому насильству.

ОСТАННЯ СЕРЕДА КВІТНЯ

«ДЖИНСОВИЙ ДЕНЬ» (DENIM DAY) [65]

Ініціатива спрямована проти сексуального насильства і зґвалтувань. У цей день прийнято вдягати джинси на підтримку постраждалих, а також як символ протесту проти хибних поглядів на сексуальні домагання, напади і зґвалтування. Вперше виник у 1999 р. у США на знак підтримки протестів жінок італійського парламенту проти рішення Верховного суду Італії у справі про зґвалтування (судді виправдали кривдника, оскільки вважали, що жертва, будучи вбраною у вузькі джинси, що обтягували, могла сама допомогти ґвалтівникові їх зняти, чим і дала згоду на статевий акт).

15.05

МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ СІМ'Ї

Запровадження свята було викликано стурбованістю світової спільноти сучасним становищем родини та її значенням у процесі виховання покоління, що підростає. В Україні святкують 8 липня (День родини) [66]. У цей день компанія може ознайомити свій персонал із гендерними аспектами домашньої роботи, підготувавши коротку довідку про розподіл хатніх обов'язків та вартість хатньої роботи, подумати над її перерозподілом між подружжям, продемонструвати тематичні відеоролики про відповідальне батьківство тощо.

ТРЕТЯ НЕДІЛЯ ЧЕРВНЯ

ДЕНЬ БАТЬКА

В країнах, де декларується повага до сімейних цінностей, вшановують в цей день чоловіка-батька. В Україні запроваджено з травня 2019 р. [67]. У рамках проєкту «Щастя у 4 руки» створено серію просвітницьких відео, зокрема про планування сім'ї та партнерські пологи, відпустку для тат для догляду за дитиною. Усі відео:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLV4zy1apmIUZAZopjdYWKFMBEK-xCyAK6.

25.11–10.12

МІЖНАРОДНА ЩОРІЧНА КАМПАНІЯ «16 ДНІВ АКТИВНОЇ ПРОТИДІЇ ГЕНДЕРНО ЗУМОВЛЕНОМУ НАСИЛЬСТВУ»

Мета — привернути увагу громадськості до проблем насильства стосовно жінок, домашнього насильства, торгівлі людьми та забезпечення рівних прав жінок і чоловіків. Кожен день кампанії присвячений певній даті, зокрема 25 листопада — Міжнародний день боротьби за ліквідацію насильства щодо жінок, 3 грудня — Міжнародний день людей з інвалідністю, 5 грудня — Міжнародний день волонтера, 10 грудня — Міжнародний день прав людини. До кампанії може долучитись кожна окрема людина, компанія, організація.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 3. ВСТАНОВИТИ ЕФЕКТИВНІ ПАРТНЕРСТВА
>> ДІЇ КОМПАНІЇ

2 НАЛАГОДЖЕННЯ ПАРТНЕРСТВА З ВІДПОВІДНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ІНІЦІАТИВАМИ

В Україні тривалий час працюють міжнародні організації, з якими спільно можна проводити дослідження та реалізовувати проєкти. Серед них:

UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення — провідна агенція ООН у сфері просування гендерної рівності, захисту репродуктивних прав і здоров'я та розбудови потенціалу молоді, перш за все жінок та дівчат. Одним із важливих напрямів діяльності агенції є розбудова ефективної системи реагування на домашнє та гендерно зумовлене насильство. Спільно з партнерами UNFPA працює у 150 країнах та територіях світу. Представництво в Україні працює з 1997 р. Детальніше — https://ukraine.unfpa.org.

МОП, Міжнародна організація праці — спеціалізована організація в структурі ООН, створена для подолання соціальної несправедливості шляхом покращення умов праці. Сьогодні реалізує понад 1000 програм більш ніж у 80 країнах світу, в тому числі в Україні. Розробляє міжнародні трудові стандарти з урахуванням гендерної складової (у формі конвенцій та рекомендацій).
Детальніше — https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm.

UN Women, ООН-Жінки — структура ООН з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок.
Детальніше – https://www.unwomen.org/en.

Міжнародна амністія (Amnesty International) — одна з найбільших міжнародних правозахисних організацій, яка діє з 1961 р.
Детальніше — https://www.amnesty.org.ua/.

КОМПАНІЯ «ЛОРЕАЛЬ» [L'OREAL] РЕАЛІЗУЄ ПРОЄКТ «КРАСА ДЛЯ ВСІХ» (BEAUTY FOR A BETTER LIFE)

В Україні проєкт втілюється з 2017 року. Мета проєкту – за допомогою спеціального курсу навчити жінок, які постраждали від гендерно зумовленого насильства і перебувають у непростій життєвій ситуації, основам перукарської майстерності та допомогти їм побудувати свій шлях до кращого життя. Завдяки тристоронній співпраці з Фондом ООН у галузі народонаселення та місцевою владою учасниці також можуть отримати безкоштовні соціальні, юридичні та психологічні послуги для виходу з насильницьких відносин та сприяння фінансовій незалежності.

Міжнародний жіночий правозахисний центр «Ла Страда — Україна» з 1997 р. працює у сфері запобігання торгівлі людьми, ліквідації всіх форм дискримінації та домашнього насильства, сприяння гендерній рівності, захисту прав дітей.
Детальніше — https://la-strada.org.ua.

Проєкт «Щастя у 4 руки», який реалізує UNFPA спільно з Міністерством соціальної політики України в рамках глобальної ініціативи MenCare від Promundo задля популяризації партнерських відносин у родині, рівномірного розподілу домашніх обов'язків та відповідального батьківства. Детальніше — http://zags.org.ua/pro-proekt/.

Інформаційна кампанія «Розірви коло» — реалізує UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення спільно з Міністерством соціальної політики України для утвердження нульової толерантності до гендерно зумовленого насильства. Детальніше — https://rozirvykolo.org/.

Рух «HeForShe» («Він за неї») було започатковано ООН-Жінки у 2014 р. Мета — залучити хлопців та чоловіків у всьому світі для подолання негативних наслідків гендерної нерівності. На сайті розміщено інструкцію для досягнення цілей, яку можуть використовувати компанії і пересічні громадяни.
Детальніше — https://www.heforshe.org.

3 РОБОТА З ПАРТНЕРАМИ І ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Компанія може залучити підрядників та постачальників, ознайомивши їх з відповідними політиками і процедурами компанії, запросити їх на свої тренінги, продумати політику закупівель, яка зможе дуже швидко мотивувати партнерів та постачальників прийняти відповідні політики щодо гендерної рівності та запобігання домашньому насильству. Додатково можна запитувати інформацію та гендерну статистику у своїх постачальників, заохочувати їх до розробок внутрішніх політик.

Окремо компанія може розглянути можливість щодо створення корпоративного фонду, кошти якого будуть спрямовані на допомогу постраждалим в екстрених випадках або підтримку спеціалізованих служб для постраждалих у своєму регіоні присутності – притулку, мобільної бригади, денного центру, консультативного пункту, колл-центру тощо.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 4
ВИМІРЯТИ

МЕТА

ЗВІТУВАННЯ КОМПАНІЇ ТА ДЕМОНСТРАЦІЯ ВПЛИВУ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРИЙНЯТИХ РІШЕНЬ (НАПРИКЛАД, ЗБІЛЬШЕННЯ ПРОЗОРОСТІ, КРАЩЕ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДА, ПОКРАЩЕННЯ ДОБРОБУТУ ПЕРСОНАЛУ ТА ЖИТТЯ ГРОМАД).

ЗАПИТАННЯ, ЯКІ ВАРТО ПОСТАВИТИ:

- ЯК КОМПАНІЯ ВИМІРЮЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СВОЇХ ПОЛІТИК ТА ПРОГРАМ?
- ЧИ ДОСТАТНЬО ПОКАЗНИКІВ У КОМПАНІЇ? ЧИ ВІДОБРАЖАЮТЬ ПОКАЗНИКИ ВПЛИВ ВІД ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ?
- ЧИ ДОСТАТНЬО СТЕЙКХОЛДЕРАМ КОМПАНІЇ ТАКИХ ПОКАЗНИКІВ?

ДІЇ КОМПАНІЇ:

1. ЗБІР ДАНИХ У ВІДПОВІДНИЙ (ВИЗНАЧЕНИЙ) ПРОМІЖОК ЧАСУ
2. ЗВІТУВАННЯ ЗА ВИЗНАЧЕНИМИ ПОКАЗНИКАМИ У ВІДПОВІДНИЙ (ВИЗНАЧЕНИЙ) ПРОМІЖОК ЧАСУ
3. ПОШИРЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВСЕРЕДИНІ ТА НАЗОВНІ

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ЕТАП 4. ВИМІРЯТИ >> **ДІЇ КОМПАНІЇ**

1 ЗБІР ДАНИХ У ВІДПОВІДНИЙ (ВИЗНАЧЕНИЙ) ПРОМІЖОК ЧАСУ

Компанії варто оцінити, як співробітники та співробітниці компанії сприйняли політики та процедури через проведення окремого дослідження або включення відповідних питань до щорічних досліджень залученості персоналу. На допомогу можна запросити дослідників/ць.

2 ЗВІТУВАННЯ ЗА ВИЗНАЧЕНИМИ ПОКАЗНИКАМИ У ВІДПОВІДНИЙ (ВИЗНАЧЕНИЙ) ПРОМІЖОК ЧАСУ

Компанії варто підготувати звіт або включити результати реалізованих програм до щорічного звіту організації. В звіті варто описати всі дії, які здійснила компанія для досягнення гендерної рівності на робочому місці та запобігання домашньому насильству, поділитися статистичними даними щодо показників забезпечення гендерної рівності, успішності в сфері запобігання домашньому насильству, кількості татусів у відпустках для догляду за дитиною тощо. Для деяких даних компанії варто звернутись до інших стейкхолдерів. Наприклад, для компаній вразливих секторів можуть бути потрібні також дані поліції, щоб розуміти ситуацію в громаді. Авторки радять компанії регулярно (наприклад, щорічно) оновлювати статистичні дані компанії, щоб моніторити динаміку процесів, які відбуваються в компанії.

3 ПОШИРЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ВСЕРЕДИНІ ТА НАЗОВНІ

Компанії варто оприлюднити звіт, в першу чергу, чесно поділитись з персоналом зібраними результатами, прогресом та планами, описати, що не вдалося і що потрібно ще зробити. Варто Робочій групі (стор. 28) запросити співробітників та співробітниць до обміну думками щодо отриманих результаів та розробити дорожню карту для покращення. Додатково, варто поширити звіт серед стейкхолдерів і запитати, чи достатньо їм наведених даних.

КОМПАНІЯ EY [КОЛИШНЯ ERNST & YOUNG] НА ГЛОБАЛЬНОМУ ТА МІСЦЕВОМУ РІВНЯХ ПОСТІЙНО ЗБИРАЄ СТАТИСТИКУ З РОЗБИВКОЮ ЗА СТАТТЮ.

Так, наприклад, у 2019 р. у компанії працювало **60%** жінок, із них на вищих керівних посадах — **35%**, на середньому управлінському рівні — **50%,** на рівні спеціалістів — **63%.** Дані щодо гендерного балансу працівників в Україні публікуються у звітах компанії про діяльність у галузі сталого розвитку [55]. Також компанія регулярно готує інформацію про гендерну рівність [56]. У 2016 р. компанія EY в Україні приєдналася до Індексу корпоративної рівності [57] й відтоді є його постійним учасником — це дає компанії змогу продемонструвати відданість принципам недискримінації та поділитися досвідом.

У компанії розроблено відповідний інструментарій:

- тренінги з толерантного ставлення до гендерних відмінностей та перетворення їх на перевагу;
- інтернет-ресурс GlobeSmart® з діловою і культурною інформацією про понад 70 країн;
- глобальні онлайн-спільноти, зокрема жіночі, людей з інвалідністю, людей, які здійснюють догляд за малими дітьми;
- програми лідерства для жінок, де вони отримують наставництво та допомогу в досягненні кар'єрних цілей;
- окремі навчальні заходи для матерів, запрошуються психологи й інші фахівці.

ПРИКЛАДИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ВИМІРЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГЕНДЕРНОЇ СТРАТЕГІЇ (КЕРІВНИЦТВО З РОЗРОБКИ ГЕНДЕРНОЇ СТРАТЕГІЇ, АГЕНЦІЯ З ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ НА РОБОЧОМУ МІСЦІ, АВСТРАЛІЯ) [69]:

- підзвітність керівництву: досягнення гендерних цілей, бізнес-показників та окремих ключових показників ефективності;
- стратегічний напрям: обізнаність персоналу, менеджменту щодо гендерної стратегії та важливості її для бізнесу, зменшення випадків прояву гендерних стереотипів у роботі, час для досягнення цілей та показників гендерної стратегії;
- політика та процеси: покращення процесів з погляду гендерної рівності / включення (наприклад, розподіл ключових робіт/завдань проєкту за статтю), звільнення (за статтю);
- гендерний склад: гендерний склад правління, виконавчої влади, вищого керівництва, менеджменту, загальна кількість робочої сили (за секторами, філіалами та місцезнаходженням), склад робочої сили за професійною категорією та рівнем роботи;
- залучення: стать, вік, інвалідність, приналежність до певного соціального прошарку та ін. критерії для оцінки рівня охоплення співробітників і співробітниць, клієнтів і клієнток, постачальників і постачальниць (опитування);
- рівність в оплаті праці: рівність в оплаті праці за роботу, що має однакове або порівнюване значення, гендерні розриви в оплаті праці для базової зарплати та загальної винагороди;
- гнучкість: використання варіантів гнучкого робочого дня (за статтю), відсоток відпусток для догляду за дитиною, яку беруть чоловіки, коефіцієнт повернення з батьківських відпусток (1-й і 2-й роки повернення на роботу);
- гендерна культура: кількість скарг на випадки дискримінації за ознакою статі, цькування та результати їхього розгляду;
- ланцюг постачання: стать власників компаній-постачальників.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1 Закон України «Про відпустки» від 15.11.1996 р. № 504/96-ВР, стаття 18 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504/96-вр.

2 Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок та домашньому насильству та боротьбу з цими явищами, пункт «c» статті 3 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://rm.coe.int/1680093d9e.

3 Закон Україні «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. № 2866-IV, стаття 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15.

4 Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» від 06.09.2012 р. № 5207-VI, стаття 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17.

5 Закон Україні «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. № 2866-IV, стаття 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15.

6 Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07.12.2017 р. № 2229-VIII, підпункт 3 пункту 1 статті 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19.

7 Там само. Підпункти 4, 14, 15, 17 пункту 1 статті 1.

8 Там само. Підпункт 5 пункту 1 статті 1.

9 Там само. Підпункт 6 пункту 1 статті 1.

10 Закон Україні «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. № 2866-IV, стаття 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15.

11 Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок та домашньому насильству та боротьбу з цими явищами, пункт «a» статті 3 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://rm.coe.int/1680093d9e.

12 Там само. Пункт «d» статті 3.

13 Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07.12.2017 р. № 2229-VIII, підпункт 8 пункту 1 статті 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19.

14 Там само. Підпункт 2 пункту 1 статті 1.

15 Закон Україні «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. № 2866-IV, стаття 1 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15.

16 Там само.

17 Edelman Trust Barometer (2019) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.edelman.com/trust-barometer.

18 Керівні принципи ООН у сфері бізнесу та прав людини: імплементація в Україні (2019) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100010832-kerivni-printsipi-oon-u-sferi-biznesu-ta-prav-lyudini-implementatsiya-v-ukrayini.

19 The Global Gender Gap Report. P. 9 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf

20 Там само. P. 6.

21 Women in Management, 2019 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.catalyst.org/research/women-in-management/.

22 Середньомісячна заробітна плата за статтю та регіонами за квартал у 2019 р. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/gender/gender_dok/2019/pracia/ryn_pr_2019.htm

23 Дослідження «Сучасне розуміння маскулінності: ставлення чоловіків до гендерних стереотипів і насильства щодо жінок» (проведено за UNFPA, підтримки Фонду ООН у галузі народонаселення, 2018) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Сучасне%20розуміння%20маскулінності_Звіт%20дослідження.pdf

24 Там само.

25 Дослідження поширеності насильства щодо дівчат та жінок (UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення, 2014) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://www.un.org.ua/images/documents/4497/GBV%20prevalence%20survey%20%20UA.pdf.

26 Дослідження «Гендерна рівність та відповідь на домашнє насильство в приватному секторі в Україні: заклик до дії» (UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення спільно з Центром «Розвиток КСВ» і Ukrainian Marketing Group, 2019) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ukraine.unfpa.org/uk/BADV2019

27 Там само.

28 Дослідження поширеності насильства щодо дівчат та жінок (UNFPA, Фонд ООН у галузі народонаселення, 2014) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ukraine.unfpa.org/uk/publications/поширеність-насильства-щодо-дівчат-та-жінок.

29 Про що мовчать жінки [Електронний ресурс] // Новое время. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: https://magazine.nv.ua/ukr/journal/2783-journal-no-41/o-chem-molchat-zhenshinu.html.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ >>

30 Економічні наслідки насильства щодо жінок в Україні (2017, Дослідження UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ukraine.unfpa.org/uk/publications/економічні-наслідки-насильства-щодо-жінок-в-україні-0

31 Там само.

32 Domestic Violence Against White-Collar Working Women In Turkey (2014) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/303113573_Domestic_Violence_Against_White-Collar_Working_Women_in_Turkey.

33 Creating a mentally healthy workplace. Return on investment analysis. PricewaterhouseCoopers [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.headsup.org.au/docs/default-source/default-document-library/research-by-pricewaterhouse-coopers.pdf?sfvrsn=3149534d_2.

34 Економічні наслідки насильства щодо жінок в Україні (2017, UNFPA, Дослідження Фонду ООН у галузі народонаселення). С. 7 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://ukraine.unfpa.org/uk/publications/економічні-наслідки-насильства-щодо-жінок-в-україні-0.

35 Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. № 2866-IV [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15.

36 Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII, статті 51, 56 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08.

37 Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 23.09.1999 р. №1105-XIV [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14.

38 Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII, стаття 179 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08; Закон України «Про відпустки» від 15.11.1996 р. № 504/96-ВР, стаття 18 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80.

39 Закон України «Про відпустки» від 15.11.1996 р. № 504/96-ВР, стаття 18 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80.

40 Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. №2866-IV, стаття 8 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15, Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII, стаття 13 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08.

41 Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 р. № 2866-IV, стаття 17 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15.

42 Там само. Стаття 18.

43 Там само. Стаття 6.

44 Закон України «Про відпустки» від 15.11.1996 р. № 504/96-ВР, частина 3 статті 18 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-вр.

45 Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 13.11.2001 р. № 455 «Про затвердження Інструкції про порядок видачі документів, які засвідчують тимчасову непрацездатність громадян» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/go/z1005-01.

46 Закон України «Про відпустки» від 15.11.1996 р. № 504/96-ВР, частина 2 статті 25 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-вр.

47 United Nations Human Rights Office of the High Commissioner (2011). Guiding Principles on Business and Human Rights, Implementing the United Nations «Protect, Respect and Remedy» Framework, New York and Geneva [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.ohchr.org/documents/publications/GuidingprinciplesBusinesshr_eN.pdf.

48 Кобиляцька В. Декрет для чоловіків як тренд [Електронний ресурс] / Вікторія Кобиляцька // Повага. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: https://povaha.org.ua/dekret-dlya-cholovikiv-yak-trend/.

49 Саприкіна М. Баланс між сім'єю і роботою в ЄС: до чого готуватися українським компаніям [Електронний ресурс] / Марина Саприкіна // Центр «Розвиток КСВ». — 2019. — Режим доступу до ресурсу: http://csr-ua.info/csr-ukraine/article/марина-саприкіна-для-платформи-прohr-6a/

50 Gender Equalty Strategy Guide [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.wgea.gov.au/sites/default/files/documents/2019_WGEA_GE_Strategy_Guide.pdf.

51 IFC to Offer EDGE Gender Equality Certification as an Impactful Instrument to Close the Workplace Gender Gap [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://edge-cert.org/ifc-becomes-edge-certification-accredited-licensing-partner/.

52 Gender equality strategy guide [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.wgea.gov.au/sites/default/files/documents/2019_WGEA_GE_Strategy_Guide.pdf.

53 CABI Workplace Gender Strategy [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.cabi.org/Uploads/CABI/about-us/4.8.5-other-business-policies-and-strategies/cabi-workplace-gender-strategy-2014.pdf.

54 Domestic Violence against White-Collar Working Women in Turkey (2014) [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/303113573_Domestic_Violence_Against_White-Collar_Working_Women_in_Turkey.

55 Звіт про діяльність компанії «EY» в Україні у галузі сталого розвитку за 2015–2016 роки [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.ey.com/ua/uk/about-us/corporate-responsibility.

56 Women. Fast forward [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.ey.com/en_au/women-fast-forward.

57 Український індекс корпоративної рівності [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://cei.org.ua/.

58 Learn about Vodafone's ReConnect Programme [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.wherewomenwork.com/Career/735/Vodafone-ReConnect-Event.

59 EDGE Certified Organizations [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://edge-cert.org/certifications/certified-organizations/.

60 A Guidebook to the Development and Implementation of Company Policies Regarding Domestic Violence against Women [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://cgft.sabanciuniv.edu/sites/cgft.sabanciuniv.edu/files/badv_rehber_eng.pdf.

61 Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі: українська практика та міжнародний досвід: монографія [Електронний ресурс] / [І. Лилик, Л. Магдюк, М. Лилик та ін.] ; за заг. ред. І. В. Лилик. — К. : ТОВ «Видавничий Будинок «Аванпост-прим», 2011 — Режим доступу до ресурсу: http://vrk.org.ua/docs/98489d68257c1ec66b6eeea763225079.pdf.

ЯК ВЕЛИКИЙ, СЕРЕДНІЙ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС ВИГРАЄ ВІД ПОЛІТИКИ РІВНОСТІ ТА ЗАПОБІГАННЯ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ. КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ >>

62 Стандарт організацій України. Недискримінаційна реклама за ознакою статі. СОУ 21708654 -002-2011 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: http://uam.in.ua/upload/medialibrary/5dc/5dc788367bdff143a6a104fe8e7719b0.pdf.

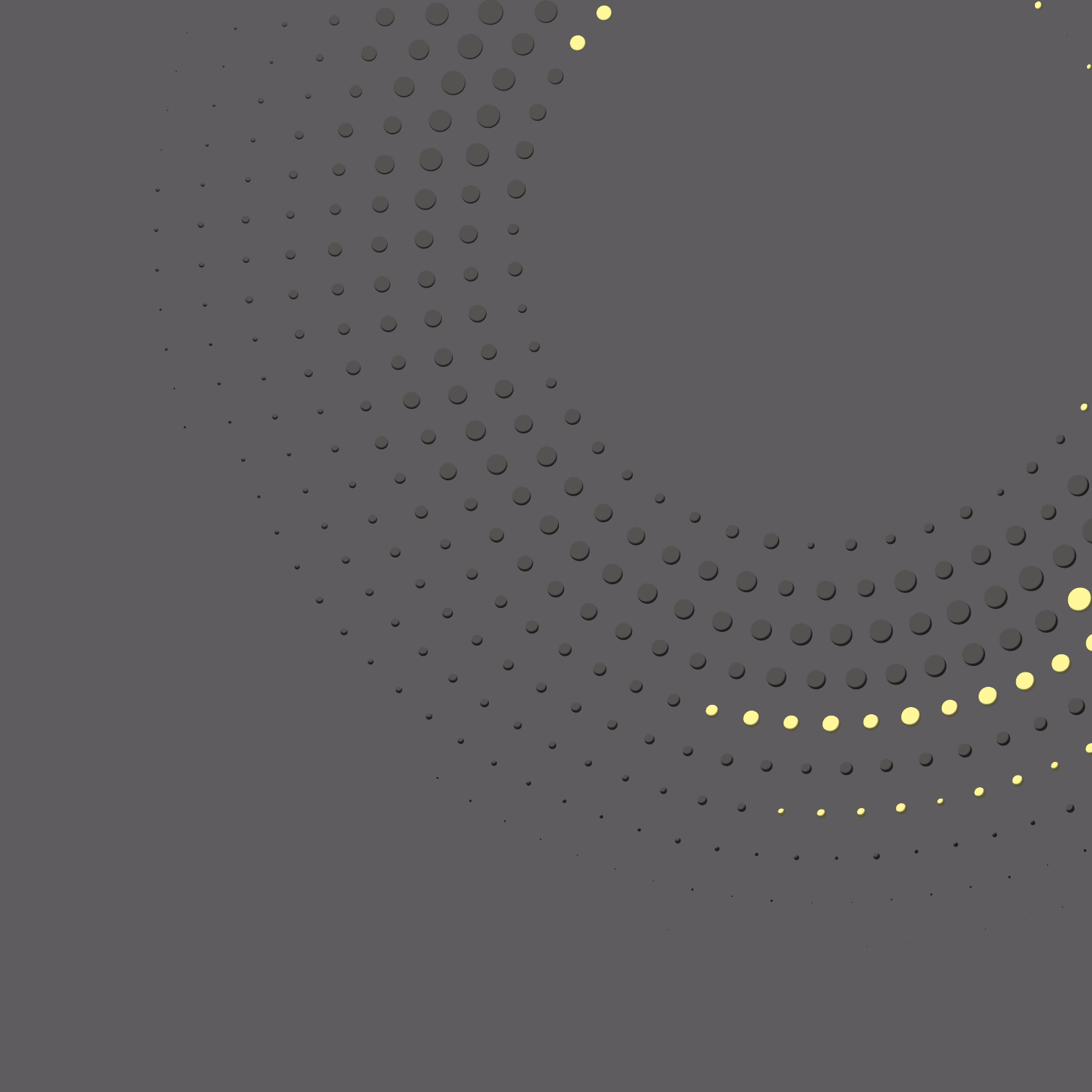
63 Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80; Постанова Кабінету Міністрів України від 26.05.2004 р. № 693 «Про затвердження порядку накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу», пункт 15 [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/693-2004-%D0%BF.

64 Donate Cell Phones to a Good Cause with the Help of the HopeLine App [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.verizonwireless.com/wcms/myverizon/verizonuarticles/recent-news/donate-cell-phones-to-a-good-cause-with-the-help-of-the-hopeline.html.

65 She was wearing tight jeans [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.denimdayinfo.org/.

66 Указ Президента України від 30.12.2011 р. № 1209/2011 «Про відзначення в Україні деяких пам'ятних дат і професійних свят» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1209/2011.

67 Указ Президента України від 18.05.2019 р. № 274/2019 «Про День батька» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.president.gov.ua/documents/2742019-27017.

68 CABI Workplace Gender Strategy [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://www.cabi.org/Uploads/CABI/about-us/4.8.5-other-business-policies-and-strategies/cabi-workplace-gender-strategy-2014.pdf.

69 Там само.