

W stronę wartości

Uprzedzenia i stereotypy wciąż powstrzymują przedsiębiorców przed wykorzystaniem potencjału wszystkich pracowników. Jak zatem stworzyć harmonijne środowisko pracy sprzyjające różnorodności?

Czy właściwe jest, aby kompetentna, charyzmatyczna kobieta nie dostała awansu z powodu swojej płci, utalentowany i dobrze przygotowany do swojego fachu niepełnosprawny kandydat nie mógł znaleźć zatrudnienia, a sumienny pracownik 50+ był wypchnięty za margines rynku pracy?

Uprzedzenia i stereotypy wciąż powstrzymują przedsiębiorców przed wykorzystaniem zawodowego potencjału kobiet, osób w wieku przedemerytalnym, niepełnosprawnych czy przedstawicieli różnych grup etnicznych. To strata społeczna, ale też ekonomiczna.

Pracownicy z różnorodnym doświadczeniem życiowym i zawodowym, różnorodnymi umiejętnościami i poglądami wnoszą do przedsiębiorstw kreatywność i innowacyjność. Warto mieć tego świadomość i warto zarządzać różnorodnością, tworząc takie środowisko pracy, w którym każda zatrudniona osoba czuje się szanowana, doceniana i może w pełni realizować swój potencjał. To wpływa na zadolenie pracowników i ich motywację, a tym samym na efektywność firmy.

Wartości i szacunek

O wykorzystywaniu różnorodności w firmach i roli wartości w budowaniu efektywnych zespołów rozmawiano 6 października na drugim Kongresie Różnorodności „Diversity 2.0 – w stronę wartości”, zorganizowanym przez magazyn „CR Navigator” oraz firmę **Henkel Polska**.

Dorota Strosznajder, pełnomocnik ds. odpowiedzialności społecznej w **Henkel Polska**, podkreślała, że w zarządzaniu różnorodnością wartością nadrzędną jest szacunek dla tego, jacy jesteśmy – dla potrzeb,



► **RÓZNORODNOŚĆ VS PRZEBOJOWOŚĆ:** Jeszcze dekadę temu firmy zachęcały kandydatów „możliwością pracy w młodym, dynamicznym zespole”. Dziś wiedzą, że o wiele więcej korzyści mogą zapewnić im zespoły zróżnicowane pod względem wieku, płci, doświadczenia życiowego i zawodowego, a nawet temperamentu i wyznawanych systemów wartości. [FOT. FOTOLIA]

aspiracji, możliwości i ograniczeń wszystkich i każdego z osobna.

Również Paweł Niziński, prezes firmy doradczej BETTER, wydawca magazynu „CR Navigator”, mówił, że każde spotkanie z drugim człowiekiem jest spotkaniem z jego systemem wartości. Dlatego ważne jest, aby dostrzegać i rozumieć, że każdy człowiek jest indywidualną jednostką, posiadającą własną świadomość, określone cechy osobowości, predyspozycje, zdolności, wiedzę, doświadczenia i kompetencje, które wnoszą do organizacji. A do tego potrzebna jest

empatia, czyli umiejętność zrozumienia doświadczeń drugiej osoby, jej stanów emocjonalnych i adekwatnego reagowania na nie. Empatia pracowników, ale przede wszystkim ich szefów. To menedżerowie – przekonywał prof. Mike Thompson, międzynarodowy specjalista z dziedziny tworzenia społecznie odpowiedzialnych i innowacyjnych strategii biznesowych – muszą przełamywać stereotypy, tworzyć kulturę firmy szanującej różnorodność i przyjazne miejsca pracy. Organizacje potrzebują mądrego przywództwa, menedżerów, którzy mogą wpływać

na upowszechnianie właściwych postaw i zachowań.

Karta różnorodności

Zarządzanie różnorodnością powinno być przemyślaną strategią.

Firmy, które zarządzają różnorodnością w Polsce, umożliwią kobietom godzenie życia zawodowego z rodzinnym i wspierają rozwój ich karier. Wprowadzają elastyczny czas pracy, mentoring i networking kobiet, ułatwienia w godzeniu życia prywatnego i zawodowego, niwelują różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach.

Są otwarte na osoby niepełnosprawne i przystosowują dla nich miejsca pracy. Cenią pracowników 50+ jako stabilnych, lojalnych, oferując im np. rolę mentorów, przekazującą młodszemu kolegom swoją wiedzę i doświadczenie.

W Polsce coraz więcej przedsiębiorstw docenia znaczenie zarządzania różnorodnością. Rośnie liczba firm, które przystępują do „Karty Różnorodności”. Podpisało ją już 118 przedsiębiorstw i instytucji. Karta Różnorodności jest międzynarodową inicjatywą promowaną przez

Komisję Europejską. Może ją podpisać każda firma, urząd lub instytucja, która zgadza się z jej zapisami, tym samym zobowiązując się do wprowadzenia zakazu dyskryminacji w miejscu pracy i decydując się działać na rzecz tworzenia i promocji różnorodności oraz wyraża gotowość firmy do zaangażowania wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych w te działania. Coraz większe zainteresowanie firm tą inicjatywą to sygnał, że różnorodność i jej wpływ na kondycję przedsiębiorstw zyskują na znaczeniu. [PCZ]