

## **Odůvodnění – obchodní výhody**

„Obchodní argument pro odlišnost“ polemizuje, zda má politika odlišnosti smysl pro obchod. Zvládnutí odlišnosti je stále více součástí strategické reakce obchodního sektoru na různorodější společnost, zákaznickou základnu, strukturu trhu a pracovní síly.

Evropská komise pomohla v posledních několika letech přesunout řízení odlišnosti pevněji do strategického obchodního programu a aktivit společností napříč EU.

### **2009 – zaměření na malé a střední podniky (SME)**

V Evropě existuje asi 23 milionů malých a středních podniků, představujících asi 75 milionů pracovních míst. Je proto důležité informovat tyto podniky o výhodách odlišnosti, zvyšovat jejich povědomí a zodpovídat jejich dotazy na toto téma. Evropská komise brzy uveřejní rádce pro střední a malé podniky s názvem „Odlišnost v práci“.

### **Studie 2008 „Pokračování v cestě odlišnosti – obchodní praxe, perspektivy a výhody“**

Studie:

- doplňuje obraz praxe a perspektivy řízení odlišnosti ve společnostech napříč EU;
- poskytuje podrobnější výklad výhod, které odlišnost přináší malým a středním podnikům — a také překážek, kterým podniky čelí;
- zkoumá propojení mezi odlišností, inovací a produktivitou;
- zkoumá úlohu odlišnosti v obchodních školách a na univerzitách;
- poskytuje nahlédnutí do dobrovolných iniciativ obchodního sektoru — a to především do Charty odlišnosti, která existuje ve Francii, Německu a Bruselu.

### **2007 – zaměření na školení řízení odlišnosti ve společnostech všech velikostí**

V období od podzimu 2007 do jara 2008 zorganizovala Evropská komise po celé Evropě celkem 28 seminářů, které mají společně pomoci dohnat nedostatečnou znalost záležitostí spojených s odlišností. Semináře se konaly ve více než tisícovce společností a zaměstnaneckých organizací ve všech členských zemích a v Turecku. Pro tyto školicí semináře byla ve všech jazycích připravena školicí příručka.

### **Studie 2005 „Obchodní argument pro odlišnost: Správná praxe na pracovišti“**

Studie jasně ukázala, že společnosti dělají trvalý pokrok v implementaci strategií odlišnosti a rovnosti na pracovišti. Společnosti, které se průzkumu zúčastnily, uvedly, že jejich motivem byly nejen etické a právní důvody, ale také jasné obchodní výhody.

400 z 800 společností, které se zúčastnily průzkumu uskutečněného k této studii, uvedlo, že již před tím uplatňovaly politiku nebo strategii odlišnosti. 83 % z nich odpovědělo, že jejich iniciativa ve věci odlišnosti měla pozitivní dopad na výsledky společnosti.