

Wellbeing
Sandra Bundur

Sonja Jovanović



Katarina Cvetković

Uključivanje ranjivih grupa

Empower, NOT Suppress

Inkluzija se odnosi na to kako se različitost koristi da bi se stvorila pravedna, pravična, zdrava organizacija ili zajednica sa visokim učinkom, u kojoj se svi pojedinci poštuju, osećaju angažovano i motivisano, i ceni se njihov doprinos u pogledu ispunjavanju organizacionih i društvenih ciljeva.

Danas se mnogo govori o raznolikosti u ljudskim resursima. Raznolikost, prema Društvu za upravljanje ljudskim resursima, znači „kolektivnu različitost koja uključuje, na primer, individualne i organizacione karakteristike, vrednosti, uverenja, iskustva, poreklo, sklonosti i ponašanja.“

Dakle, ljudski potencijal u organizacijama - koji uključuje žene, različite rase, starije i mlađe zaposlene i ljude sa različitim nivoima obrazovanja ili veština - je dobar primer različitosti na poslu. To znači da radno okruženje treba da ima različite perspektive, misli i ideje - koje pomažu da se posao uspešno obavi, i da kvalitet i efikasnost rada budu na većem nivou.

Inkluzija znači da se različite grupe ljudi jednako poštuju i vrednuju, što im omogućava da ostvare svoj puni potencijal i istovremeno doprinose uspehu poslovanja, i društvenoj zajednici u celini.

Dakle, ako je različitost predstavljena kao različiti delovi slagalice, inkluzija predstavlja slagalicu kada su svi njeni delovi sastavljeni.

Ukratko, možete živeti i raditi u raznolikom okruženju, ali ne i inkluzivnom.

Diversifikovanost i inkluzivnost je važna za organizacije i šire društvene zajednice i sa aspekta razvoja ili poboljšanja njihovih proizvoda, usluga ili servisa.

Osim ako ne komunicirate sa stvarnim, potencijalnim korisnicima i date im priliku da komuniciraju sa vašim proizvodom, uslugom ili javnim servisom rizikujete da stvorite nešto što ljudi ne mogu ili neće da koriste. Ili rizikujete da kreirate nešto što je namenjeno izolovanom broju korisnika.

Daćemo primer jedne kompanije, koja se rukovodila principom inkluzivnosti i učinila svoj proizvod primerenim širokom spektru korisnika.

U pitanju je čuvena lutka Barbie, kompanije Mattel.



Wellbeing
Sandra Bundur



Sonja Jovanović



Katarina Cvetković

Nekada je Barbie lutka, koja je na tržištu više od 60 godina - izgledala ovako:

Plavuša, crnka ili brineta, vitkog stasa, dugih nogu i - naravno - bele puti...

Danas, 60 godina kasnije, imamo plus size Barbie, mid size Barbie, aged Barbie (ili Barbie baku), Barbie u kolicima...

Dakle,

1. Barbie danas broji više od 7 tonova kože,
2. Ima 4 body types-a
3. Barbie je veoma istorijski osveščena i postoji mnogo princeza i plemkinja koje su istorijske ličnosti
4. Imamo i Barbie drugaricu Ella, poznatija kao "Chemo ili Cancer Barbie"
5. Drag Queens Barbie, takođe, dolaze u punom sjaju!

Ono što je takodje važno je da Barbie danas ima više od 125 karijera, i to ne samo onim koji se smatraju tipično ženskim.

Na primer, Barbie može biti i astronaut ili predsednica SAD-a.

Ovim kompanija Mattel šalje snažnu poruku svim devojkicama sveta - da mogu da budu šta god poželev.