

### **Olikhetshantering som motor i tillväxt**

Det finns olika metoder att betrakta och främja tillväxten i ett företag. Olikhetshantering som en tillväxtfaktor är en känd metod i många innovativa företag. Dessa företag har lärt sig att dels nyttja de olikheter som finns i företaget och dels rekrytera medvetet olikheter för framtiden.

Människors olikheter och deras kunskaper utgörs av upplevda erfarenheter, ett tanke- och synsätt, ett perspektiv och föreställningar och visioner. Olikheter kan vara olika yrken, bakgrund, ett avvikande tanke sätt, erfarenheter, kön, ålder, etnicitet, funktionshinder mm.

En "rebellisk oliktankande hjärna", som stör den invanda ordningen och ifrågasätter det som är självklart för andra, kan i en öppen grupp vidga perspektiven och bidra med stora utvecklingsmöjligheter.

För att människors olikheter ska kunna nyttjas som en positiv kraft måste olikheterna vara icke representerade i resten av gruppen, värdefulla, sällsynta och svåra att imitera.

Olikheterna blir värdefulla för gruppen när de kan formuleras verbalt eller i skrift. Ett nytt dokumenterat perspektiv kan i sin tur bli en aktiv kunskap både hos individen själv och i organisationens kunskapsarv. Olikheterna kan då bidra till en kontinuerlig utvecklingslinje i organisationen.

Om erfarenheter och kunskaper i olikheterna är tysta, förtryckta, oförklarbara och inte kan uttryckas kan olikheterna i sig inte användas som motor i utvecklingen. Dessa typer av tysta kunskaper "know-how" är däremot mycket användbara i organisationens tjänster och kundkontakter.

En blandad grupp med en mängd olikheter har större kreativ förmåga än en homogen grupp. Förutsättningen är att alla i gruppen respekterar varandras olikheter samt ser varandras olikheter som tillgång och inte hinder.

Problemlösningsförmågan eller förmågan att komma på nya idéer, möjligheten att kunna betrakta problemen utifrån olika perspektiv är större i grupper med många olikheter.

Problemen kan ses utifrån olika erfarenheter och synsätt och lösningarna kan därmed bli anpassade till just det aktuella problemet och det blir inte en schablonmässig lösning.

Idérikedom brukar ofta vara en bristvara i organisationers utvecklingsarbete.

En viktig kritik mot att öka olikhet/mångfalden i organisationer är att det inte är säkert att alla olikheter låter sig klassificeras i enkla grupper som ålder, kön, etnicitet, funktionshinder mm.

Många kritiker hävdar att t.ex. kvinnor inte alltid har så mycket olikheter i tänkande och erfarenhet i jämförelse med män. Att t.ex. män inom barnomsorgen inte nödvändigtvis uppfattas så annorlunda och med så olika erfarenheter av alla flickor och pojkar i gruppen. Könsperspektivet som en olikhet och därmed som en kunskaps källa skulle därmed förlora sin vikt i rekrytering av män till barnomsorgen.

Därmed har man sagt att könsperspektivet inte är relevant för flickors och pojkars behov av identifiering.

Det är inte heller säkert att en annorlunda etnicitet, som inte är genuin utan snarare är assimilerad för länge sedan, innebär olikheter i tänkande, synsätt och erfarenhet.

En annan vanlig kritik är att det inte är alla typer av organisationsformer som har nytta av olikheter. Att tycka annorlunda och ha olika åsikter skulle vara ineffektivt och tidskrävande i monotona och rutinmässiga arbeten.

Likhet skulle därmed vara nödvändig för att snabbt komma överens och prestera ett resultat utan alltför mycket diskussioner och energiförbrukning. Olikheter skulle vara ett ineffektivt servicesystem. Det skulle ses som problem för gruppen och som brist på kompetens i en organisation som inte har ett kreativt och skapande arbete.

Olikhetshanteringen kan vara till nytta både på produktion eller kundservice nivå.

Där behovet av kreativitet är stort för organisationens produkter till kunder. Behovet av att kunna läsa av och förstå kunderna är avgörande för produktstormningen.

Kundkontakten är den nivå där man idag mest nyttjar olikheterna för att spegla kunderna samt för att ge en trovärdig bild av sig själv.