

Coraz więcej firm na świecie zaczyna działać nie tylko dla zysku, ale podejmując aktywnie tematy ważne społecznie. Niektóre z nich angażują się w działania na rzecz poprawy klimatu, inne z kolei – wspierają walkę o równouprawnienie kobiet. Choć działania te wydają się czasem sprzeczne z ideą funkcjonowania po prostu dla zysku, pokazują jednak, że przedsiębiorstwa zaczynają działać jako tzw. *corporate citizen*.

Jednym z działań, które jest najbardziej widoczne, ale i które budzi nadal wiele kontrowersji jest wspieranie postulatów środowiska LGBT. Firmy, działające w krajach o dużej otwartości społecznej na te postulaty, nie tylko wdrażają działania równościowe wewnątrz przedsiębiorstw w ramach szerszej pojmowanej koncepcji zarządzania różnorodnością, ale dodatkowo wspierają ruchy LGBT pojawiając się na paradach równości i przebierając tęcze barwy w czasie tzw. miesiąca dumy (*pride month*).

O ile działania te wydawać się mogą racjonalne i słuszne w krajach, gdzie akceptacja dla osób LGBT jest wysoka a ich postulaty zostały wypełnione lub istnieje zgoda co do konieczności ich akceptacji, o tyle zastanawiające jest, czy tak samo działania te sprawdzą się w o niskiej otwartości, jak np. Polska. Może się przecież okazać, że w związku z sytuacją prawnopolityczną, wdrażanie w polskich filiach korporacji międzynarodowych działań na rzecz osób LGBT będzie miało odwrotny skutek. Może działania te odbierane będą jako coś nienaturalnego, niepotrzebnego i odstrasżającego od przedsiębiorstwa. Nie istnieją badania podejmujące to zagadnienie.

Aby sprawdzić, jak jest w rzeczywistości, niniejszy projekt zakłada realizację kilku etapów badań. W pierwszej kolejności przygotowany zostanie systematyczny przegląd literatury, którego celem będzie sprawdzenie, jakie dokładnie zagadnienia w kontekście osób LGBT w miejscu pracy były już badane na świecie i w Polsce.

Drugim działaniem będzie seria wywiadów pogłębionych z pracownikami LGBT. Ich celem będzie rozpoznanie wiedzy i świadomości podejmowanych przez firmy działań w interesującym nas kontekście – czy pracownicy wiedzą o tych działaniach i czy coś one w ich sytuacji w miejscu pracy zmieniają.

Kolejnym etapem będzie porównawcze studium przypadku, obejmujące firmy deklarujące się jako przyjazne dla osób LGBT (zidentyfikowane na podstawie indeksu IWEP, który pozwolić ma na dokładne poznanie działań, jakie inicjuje i wdraża przedsiębiorstwo). Ta część badania pozwoli rozpoznać przyczyny wdrażania polityk i praktyki inkluzywności, opisać rodzaje podejmowanych działań oraz efekty tych działań, postrzegane przez kadrę kierowniczą, pracowników i pracowniczki.

Ostatnim etapem jest badanie ilościowe, zrealizowane na próbie 300 średnich i dużych przedsiębiorstw działających w Polsce. Badanie pozwoli zweryfikować hipotezę o zależności między poziomem inkluzywności wobec osób LGBT a wynikami działań przedsiębiorstwa.

Efektem końcowym wszystkich działań będzie artykuł złożony do publikacji w międzynarodowym czasopiśmie naukowym oraz praca doktorska.