

LGBTIQ
EMPLOYMENT
EQUALITY
INDEX

RAPORT PËR VITIN 2016

MAJ, 2016

Produkt i
the HeadHunter®

Përmbledhje	3
Kompanitë e vlerësuara në vitin 2016	5
Rreth Indeksit të Barazisë në Punësim të LGBTIQ	7
Metodologjia	9
Gjetjet dhe analizat kyç	11
Seksioni I: Informacion bazë për kompanitë	12
Seksioni II: Politika dhe Procedura	13
Seksioni III: Politikat e Marrjes në Punë dhe Mbajtjes së të Punësuarve	20
Seksioni IV: Përgjegjësia dhe Shërbimi Social i Korporatës	26
Seksioni V: Nisma dhe Veprime Specifike LGBTIQ	32
Rekomandime	34

PËRMBLEDHJE

The HeadHunter Group ka kënaqësinë të shpallë dhe publikojë rezultatet e Indeksit të parë vjetor për Barazinë në Punësim të personave LGBTIQ në Shqipëri.

Kur ndërmorëm një nismë të tillë për herë të parë, shumë njerëz dyshuan në efektivitetin e saj. Ata mendonin se sektori privat shqiptar as nuk do të merrte mundimin të merrte pjesë. Ata mendonin se publiku shqiptar nuk shqetësohej për një problem të tillë. Por, në sajë të bindjeve tona mbi të drejtën e punësimit për të gjithë qytetarët dhe bindjen e një numri aktorësh ndërkombëtarë të pranishëm në vend, ne ngulëm këmbë. Ne jemi të palëkundur në bindjen tonë se të gjithë qytetarët shqiptarë – pavarësisht nga statusi apo kategoria e tyre – kanë diçka për të kontribuar dhe ata kanë të drejtën për punësim.

Rezultatet ishin një surprizë edhe për vetë ne: në total, 71 kompani morën pjesë në procesin e parë vjetor dhe pak prej tyre treguan se kishin adoptuar politika konkrete për të mbrojtur të drejtat dhe respektuar dinjitetin e kërkuesve për punë dhe të punësuarve LGBTIQ. Ata që do të meritojnë çmim për këtë vit të parë, do të shpallen në ceremoninë e ndarjes së çmimeve më 17 Maj 2016.

Ata kanë ndërmarrë tashmë masa konkrete për të mbrojtur shqiptarët që bëjnë pjesë në komunitetin LGBTIQ. Ata përbëjnë një shembull të admirueshëm për t'u ndjekur nga punëdhënësit e tjerë në vend. Ata gjithashtu pranojnë faktin se, të mbrosh të drejtat e çdo grupi, kjo i sjell gjithë shoqërisë përfitime. Jemi të kënaqur që ata pranuan të marrin pjesë në Indeksin tonë dhe na nxit pozitivisht angazhimi i tyre.

Rezultate dhe rekomandime kyç

Ndërkohë që The HeadHunter Group shpreh kënaqësinë për përgjigjen entuziaste për pjesëmarrje në procesin e vlerësimit, rezultatet tregojnë që kompanitë në Shqipëri kanë bërë shumë pak në drejtim të politikave të burimeve njerëzore dhe praktikave për të mbrojtur dhe mbështetur të drejtat dhe dinjitetin e punëkërkuarve dhe të punësuarve që janë në minorancë. Për fat të keq, një gjetje e tillë pak a shumë nuk është një gjë e papritur. Ata që përfshijnë disa politika dhe praktika të tilla, nuk i përfshijnë në to edhe shqiptarët e grupit LGBTIQ.

Por një numër i konsiderueshëm i këtyre kompanive mbështetin organizata dhe bamirësi të bazuara mbi komunitetet dhe shprehin dëshirën e tyre për të bërë diçka më shumë lidhur me përfshirjen profesionale të minorancave. Shumica e bizneseve të marra në pyetje gjatë këtij procesi kanë përmendur dëshirën e tyre për të përmirësuar dhe rritur cilësisht rekrutimin e tyre dhe që menaxherët e burimeve të tyre njerëzore të jenë më të hapur, pranues dhe të sigurtë për kandidaturat dhe punonjësit LGBTIQ.

The HeadHunter Group mendon se ekziston një nevojë dhe kërkesë e jashtëzakonshme për trajnime lidhur me diversitetin e punësimit në kompanitë që operojnë në Shqipëri, po ashtu sikurse edhe për politika dhe praktika të standardizuara, të cilat mund t'i adoptojnë, apo i adoptojnë tashmë, kompanitë.

Pasi zhvilloi një proces gjithëpërfshirës në muajt shkurt dhe mars, The HeadHunter Group Ltd përgatiti tabulatet e rezultateve përkatëse për secilën nga 71 kompanitë që morën pjesë në të dhe pesë kompani arritën një vlerësim.

Interpretimi i vlerësimeve:

Secila pyetje merr një numër të caktuar pikësh dhe pikët mbledhen në një rezultat total. Vlerësimi ndahet në katër kategori: **ar**, **argjend**, **bronz** dhe të **pavlerësuar**. Ari është vlerësimi më i lartë, që u akordohet kompanive me një performancë më të mirë, mbrojtje dhe përfshirje më të lartë të LGBTIQ në mënyrë specifike në stafin e të punësuarve të tyre. Vetëm ato kompani që identifikojnë në mënyrë specifike persona LGBTIQ në politikat dhe praktikatat e tyre të burimeve njerëzore mund të arrijnë nivelin e artë.

- **Ar:** U referohet kompanive, të cilat përmendin në mënyrë të specifikuar mbrojtjen e të drejtave dhe dinjitetit të punëkërkuësve dhe të punësuarve LGBTIQ në politikat dhe praktikatat e tyre të burimeve njerëzore. Ato duhet të kenë një regjistrim, që mund ta dëshmojnë, të promovimit të barazisë dhe dinjitetit të punëkërkuësve dhe të punësuarve LGBTIQ nëpërmjet veprimeve të tyre dhe marrëdhënieve me të punësuarit. Këto kompani gjithashtu kanë përputhshmëri me ligjin shqiptar të mos-diskriminimit.
- **Argjend:** U referohet kompanive, që kanë politika dhe praktika të mbrojtjes së dinjitetit të punëkërkuësve dhe të punësuarve LGBTIQ, por nuk mund të dëshmojnë regjistrime të veprimeve në këtë drejtim. Politikat e tyre i përmendin në mënyrë specifike LGBTIQ. Këto kompani shfaqin përputhshmëri me ligjin shqiptar të mos-diskriminimit.

- **Bronz:** U referohet kompanive me politika të përgjithshme në mbrojtje të të drejtave dhe dinjitetit për punonjësit e tyre, por që nuk përmendin në to specifikisht punëkërkuessit dhe të punësuarit LGBTIQ. Këto kompani shfaqin përputhshmëri me ligjin shqiptar të mos-diskriminimit.
- **Të pavlerësuar:** Të gjitha kompanitë dhe punëdhënësit e tjerë do të konsiderohen si të pavlerësuar. Këtyre kompanive u mungojnë politika dhe praktika në mbrojtje të të drejtave dhe dinjitetit të punëkërkuessve apo të punësuarve LGBTIQ. Këto kompani nuk shfaqin përputhshmëri me ligjin shqiptar të mos-diskriminimit.

Ky vlerësim synon të japë inkurajim dhe të krijojë mundësinë që The Headhunter Group t'u ofrojë shërbimet e tij në fushat e asistencës teknike, këshillimit dhe trajnimit.

RRETH INDEKSIT TË BARAZISË NË PUNËSIM TË LGBTIQ

Indeksi i Barazisë në Punësim të LGBTIQ është i pari i këtij lloji në Shqipëri, si dhe në shtetet jo-anëtare të Bashkimit Evropian të Ballkanit. ***Indeksi i Barazisë në Punësim të LGBTIQ është një sistem vlerësimi, që bën të mundur të përcaktohet se sa dhe si respektojnë kompanitë të drejtat dhe dinjitetin e personave të komunitetit LGBTIQ në marrjen në punë, trainimin, zhvillimin dhe praktikatat e përgjithshme të punësimit të tyre.*** Veç kësaj, ai vlerëson edhe përputhjen e tyre me legjislacionin lokal në fushën e punësimit.

The Headhunter Group, kompania më e madhe e rekrutimit dhe e burimeve njerëzore në Shqipëri, si dhe një ndër më të mëdhatë në Ballkan në këtë fushë, ka vendosur të nisë këtë Indeks si pjesë e angazhimeve të tij në lidhje me Përgjegjësinë Sociale të Korporatave dhe Diversitetin në Punë. Grupi ka një angazhim të palëkundur që të shohë mundësitë e punësimit të shtrihen në të gjithë qytetarët. Grupi gjithashtu është i vendosur që të krijojë dhe të lançojë një Indeks të tillë, pasi e ka besueshmërinë tek sektori privat që të veprojë si një gjyqtar i politikave të burimeve njerëzore.

Çdo vit, me rastin e ditës ndërkombëtare të Homofobisë, Transfobisë dhe Bifobisë (17 maj), The Headhunter Group u jep çmime kompanive, të cilat kanë qenë shembull në mbrojtjen e të drejtave dhe kanë mbështetur dinjitetin e punëkërkuësve dhe të punësuarve LGBTIQ. Indeksi i Punësimit të LGBTIQ i The Headhunter Group analizon politikat dhe praktikatat e kompanive, që operojnë në Shqipëri, ndaj punëkërkuësve dhe të punësuarve LGBTIQ. Stafi i The Headhunter Group interviston drejtuesit dhe verifikon politikat dhe praktikatat, si të kompanive shqiptare, ashtu dhe të atyre të huaja, çdo vit.

Informacion lidhur me Indeksin mund të gjenden në adresën
<http://headhunter.al/lgbtiq-index>

Indeksi i Barazisë në Punësim të LGBTIQ është një shprehje e rëndësishme e përpjekjeve të The Headhunter Group në drejtim të përgjegjshmërisë sociale të korporatave. The Headhunter Group është aktiv në mbështetjen që u jep një numri çështjesh të lidhura me punësimin e të rinjve, grave dhe fëmijëve, si dhe minorancave. Në vitin 2015 ai themeloi Fondacionin RINI Albania për të ushtruar aktivitetet e tij të bamirësisë në favor të punësimit të të rinjve dhe diversitetin në punësim.

Indeksi i barazisë në Punësim të LGBTIQ është krijuar nga një ekip ekspertësh të grupit konsultues SFV (www.sfv-consulting.com). Veç kësaj, Grupi ka zhvilluar edhe një numër aktivitete për projektet dhe organizatat e fokusuara tek LGBTIQ, duke përfshirë një përmbledhje të donatorëve në mbarë botën, trainime të shumta të organizatave të fokusuara tek LGBTIQ dhe një nga të parët studime në botë lidhur me refugjatët LGBTIQ nga Siria.

METODOLOGJIA

The Headhunter Group ka hartuar një proces metodik dhe të verifikueshëm për vlerësimin e kompanive sipas Indeksit.

Vetë-përzgjedhja e kompanive

Pjesëmarrja në Indeksin e Barazisë në Punësim të LGBTIQ bëhet mbi baza krejtësisht vullnetare. The Headhunter Group u ofron pjesëmarrje kompanive dhe gjithashtu u përgjigjet kompanive, që shprehin dëshirën të marrin pjesë në Indeks. Duhet vënë në dukje se të gjitha deklaratimet në këtë Indeks duhet ta pranojnë se janë kryer mbi bazën e pjesëmarrjes vullnetare dhe nuk përfaqësojnë sektorin privat shqiptar në tërësinë e tij.

Proces vlerësimi në vend

Stafi i ekspertëve nga The Headhunter Group përdor një pyetësor të standardizuar për çdo kompani që duhet të vlerësohet dhe zhvillon intervista në vend me Departamentin e Burimeve Njerëzore, drejtorin ose një person tjetër të kualifikuar nga stafi. Stafi i The Headhunter Group verifikon çdo përgjigje gjithashtu në vend, duke verifikuar politika dhe procedura.

Nxjerrja e vlerësimit

Pas përfundimit të intervistës dhe kthimit në zyrat e The Headhunter Group, stafi hedh në tabulate rezultatet për çdo përgjigje dhe nxjerr një vlerësim bazuar në një shkallëzim të paracaktuar. Rezultatet për çdo kompani janë transparente, të verifikueshme dhe të kontrollueshme.

The Headhunter Group do të ndërmarrë një proces vlerësimi në muajt e parë të çdo viti. Parashikohet që gjithnjë e më shumë kompani do të bien dakord për të marrë pjesë. Kompanitë që tashmë janë vlerësuar do të kenë mundësinë të ri-vlerësohen në vitet e mëpasme dhe të marrin vlerësime më të larta.



GJETJET DHE ANALIZAT KYÇ

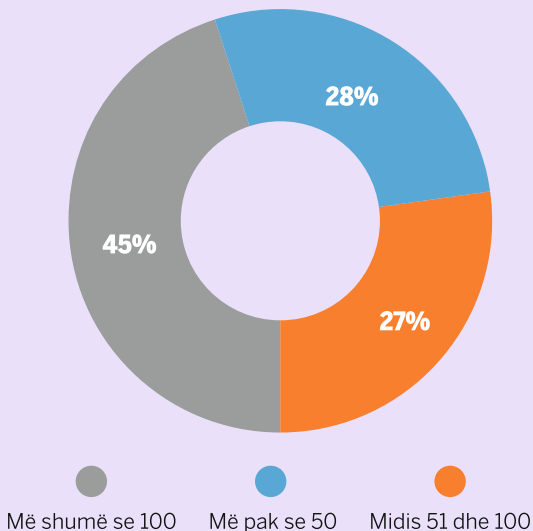
Ky seksion përmban disa gjetje kyç nga 71 vlerësime kompanish. Këtu ato janë paraqitur për të treguar tendencat e rëndësishme dhe për të marrë njohuri lidhur me sektorin privat në Shqipëri për trajtimin që ato u bëjnë të drejtave dhe dinjitetit të punëkërkesve dhe të punësuarve LGBTIQ.

SEKSIONI I

INFORMACION BAZË PËR KOMPANITË

Stafi i The Headhunter Group ka kryer vlerësime për 71 kompani në total.

Pyetja 1.4.: afërsisht sa të punësuar ka kompania në Shqipëri?



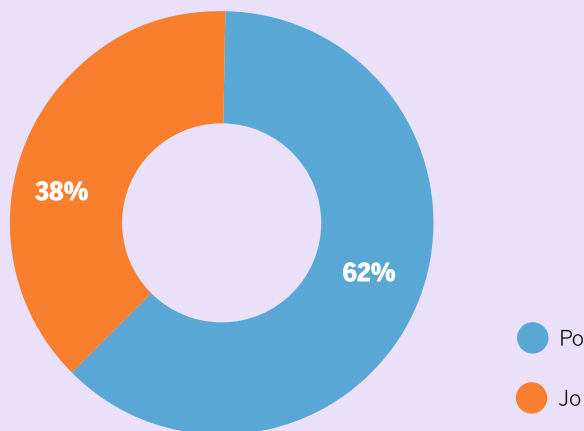
Grafiku 1: Numri i të punësuarve

Siç duket në **grafikun 1** më sipër, pjesa më e madhe e vlerësimit të këtij viti janë relativisht ndërmarrje të mëdha. 45% e këtyre kompanive kanë më shumë se 100 të punësuar dhe 27% kanë midis 51 dhe 100 të punësuar. Kompanitë që morën pjesë në vlerësim vijnë nga një gamë e gjerë industrish, por më së shumti nga bankat - 13%, tregtia me pakicë - 13% dhe restorante/hoteleria - 11%.

SEKSIONI II: POLITIKA DHE PROCEDURA

Pyetjet në seksionin e dytë u kërkojnë kompanive të thonë diçka lidhur politikat që zbatojnë.

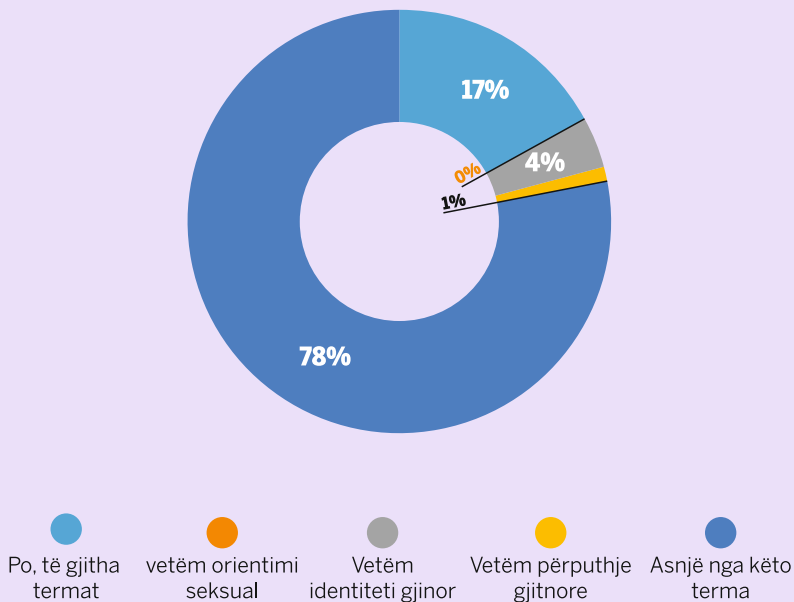
Pyetja 2.1: A ka kompania një politikë të mos-diskriminimit dhe të mundësive të barabarta që e zbaton me të gjithë punonjësit?



Grafiku 3: *Politika të mos-diskriminimit dhe Mundësive të Barabarta në punësim*

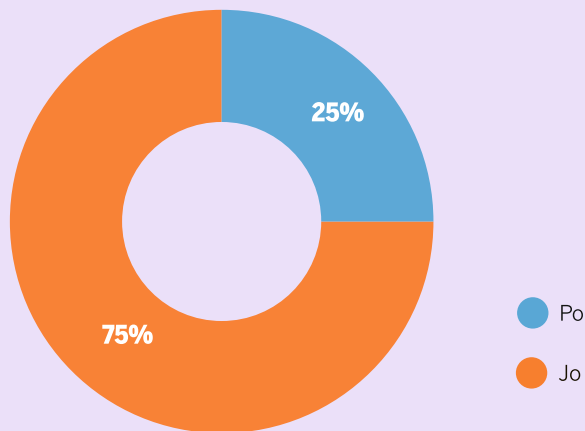
Vetëm 62 për qind e kompanive aktualisht kanë një politikë të mos-diskriminimit dhe të mundësive të barabarta për të gjithë të punësuarit. Duke qenë se kjo pyetje nuk ka të bëjë në mënyrë të veçantë me persona LGBTIQ, por me të gjithë, një gjë e tillë tregon se sa jashtëzakonisht shumë vend ka për të përmirësuar ngritjen e një kulture të mos-diskriminimit. Rezultati i kësaj pyetjeje gjithashtu tregon se pse shumë kompani, nga 71 që morën pjesë në vlerësim, nuk arritën të vlerësoheshin. Në **Grafikun 4** këtu më poshtë kompanive u është kërkuar nëse politika ka të bëjë në mënyrë specifike me LGBTIQ dhe statusin e tyre. Vetëm 22% e kompanive kanë politika, të cilat përfshijnë fjalë të lidhura me LGBTIQ dhe statusin e tyre, duke vënë sërish në dukje faktin se politikat e punësimit nuk i mbrojnë sa duhet punëkërkuarit dhe të punësuarit LGBTIQ.

Pyetja 2.2.: A i përmban politika kundër diskriminimit dhe e mundësive të barabarta për punësim termat "orientim seksual", "identitet gjinor" dhe/ose "përshtatje me gjininë"?



Grafiku 4: Politika jo-diskriminuese që përmendin në mënyrë specifike LGBTQ

Pyetja 2.3.: A ka kompania një menaxher të Burimeve Njerëzore apo një drejtues kryesor ekzekutiv me një detyrë apo përgjegjësi të veçantë që përfshin mos-diskriminimin dhe mundësinë e barabartë në punësim?

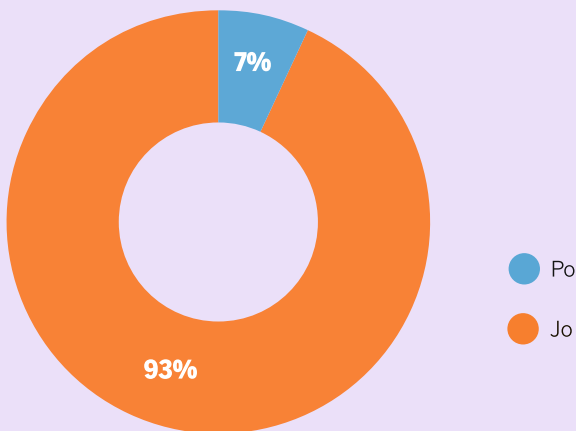


Grafiku 5: Mandat specifik për Mos-Diskriminimin dhe Mundësinë e Barabartë

Sikurse duket në **Grafikun 5** këtu më sipër, vetëm 25% e kompanive të vlerësuara kanë një menaxher të veçantë (zakonisht të Burimeve Njerëzore apo drejtor), që ka mandat specifik për të siguruar mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta për stafin. Kjo, sërish, ve në dukje faktin se – nuk janë të vetme kompanitë që nuk kanë politika në zbatim – edhe këtyre u mungojnë aftësi dhe mandate për Burimet Njerëzore që të zbatojnë politika të tilla. Për më tepër, pa patur një staf të mgarkuar posaçërisht me këtë çështje, kuptohet që shumë nga këto kompani nuk kanë një kampion për këto të drejta brenda strukturës së tyre menaxhuese.

Grafiku 6 e përforcon këtë pikë, duke treguar se vetëm 7% e kompanive kanë një anëtar të stafit të tyre me mandat specifik për të përfshirë në strukturën dhe politikat e burimeve njerëzore të kompanisë personat LGBTIQ.

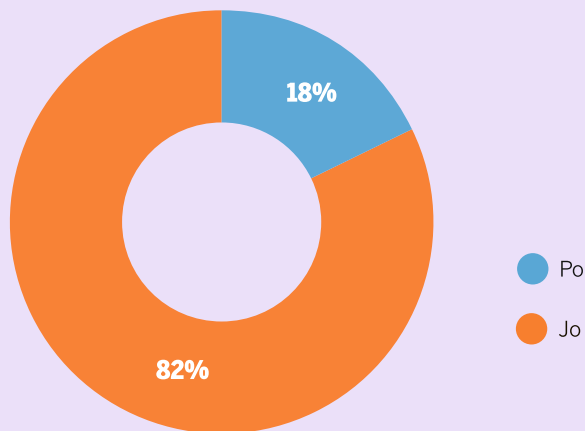
Pyetja 2.4.: A përfshin në mënyrë specifike detyra e këtij menaxheri të Burimeve Njerëzore apo drejtori diversitetin e LGBTIQ?



Grafiku 6: Përmendja e LGBTIQ në mandat

Grafiku 7 më poshtë përshkruan përmasat në të cilat kompanitë trajnojnë menaxherët e burimeve të tyre njerëzore apo drejtues të tjerë mbi mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta. Ashtu sikurse pritej, vetëm 18% raportuan se e bëjnë një gjë të tillë. The Headhunter Group mendon se kjo statistikë është shqetësuese pasi 62% e kompanive raportojnë se kanë politika të tilla (Grafiku 3 më sipër), por vetëm 18% aktualisht trajnojnë drejtuesit e tyre për të zbatuar politika të tilla. Kjo çon në besimin se këto politika në kompani, pa trajnuar drejtuesit, mund të konsiderohen si të pazbatuara ose, në rastin më të mirë, të zbatuara dobët.

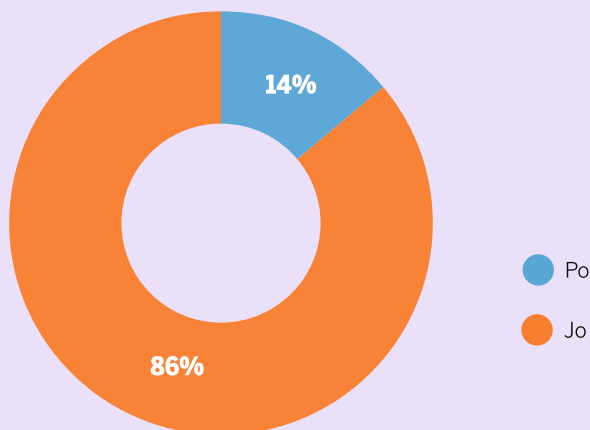
Pyetja 2.6.: A i trajnon kompania menaxherët e tjerë, mbikqyrësit dhe drejtuesit e grupeve për mos-diskriminimin dhe mundësinë e barabartë në punësim?



Grafiku 7: Trajnimi për Burimet Njerëzore dhe Menaxhimin

Në **Grafikun 8** më poshtë, Indeksi u ka kërkuar kompanive t'i thonë në se trajnojnë të gjithë punonjësit e tyre për mos-diskriminimin apo mundësitë e barabarta. Kjo është e rëndësishme dhe lidhet me kulturën e punës dhe ambjentin në kompani. Vetëm 14% e kompanive e zbatojnë një trajnim të tillë.

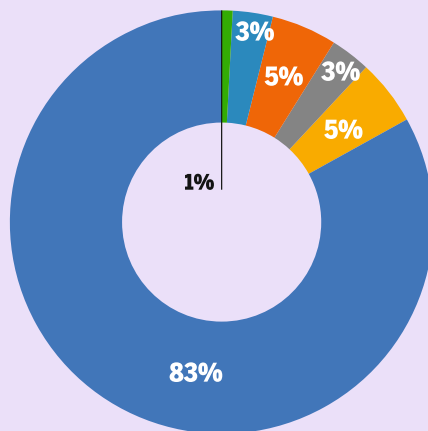
Pyetja 2.7.: A trajnon kompania të gjithë punonjësit mbi mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta në vendin e punës?



Grafiku 8: Trajnimi i gjithë Punonjësve

Për ato kompani, që nuk kanë një politikë të mos-diskriminimit dhe mundësive të barabarta, Indeksi pyet edhe lidhur me mundësinë e njohjes dhe shpërndarjes së politikës tek punëkërkuuesit dhe punonjësit e saj. Në **Grafikun 9** më poshtë, kompanitë i bëjnë gjerësisht të njohura politikatat, por duhet të bëjnë më shumë përpjekje për të rritur njohjen e tyre nga stafi.

Pyetja 2.8.: Nëse kompania ka një politikë të mos-diskriminimit dhe të mundësive të barabarta në punësim, si behet ajo e njohur për të punësuarit dhe kandidatët?



Grafiku 9: Metodatat e Publikimit të Politikave

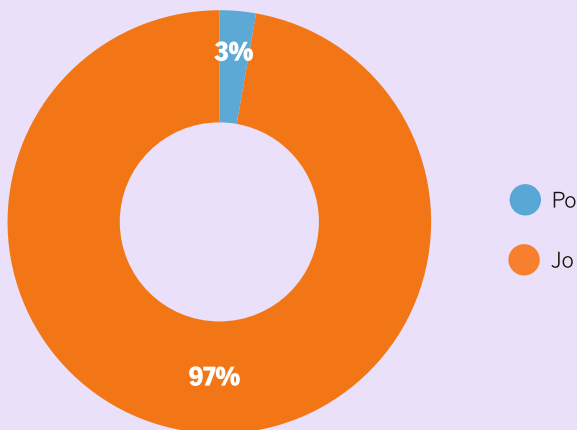
SEKSIONI III:

POLITIKAT E MARRJES NË PUNË DHE MBAJTJES SË TË PUNËSUARVE

Në këtë seksion, Indeksi i ka pyetur kompanitë rreth politikave dhe procedurave, që ato zbatojnë lidhur me marrjen në punë dhe mbajtjen e punonjësve të tyre.

Në **Grafikun 10** më poshtë, vetëm 3% e kompanive kanë raportuar se ato kanë përmendur në mënyrë specifike punëkërkesit LGBTIQ në politikat e tyre rekrutuese. Kjo është një e dhënë e rëndësishme, pasi mos-diskriminimi në stadin e marrjes në punë është kritik (a) për të inkurajuar punëkërkesit LGBTIQ për të aplikuar për punë në atë kompani; (b) për t'u bërë të ditur punëkërkesve LGBTIQ që në fillim se ata pritet të fillojnë punë në një mjedis mikpritës; dhe (c) për t'u bërë të ditur atyre menaxherëve, që marrin në punë punonjës, se diskriminimi nuk tolerohet. Një gjë e tillë gjithashtu krijon bazën për ankesë të mundshme, në rast se një punëkërkes LGBTIQ e ndjen veten se është diskriminuar gjatë procesit të marrjes në punë.

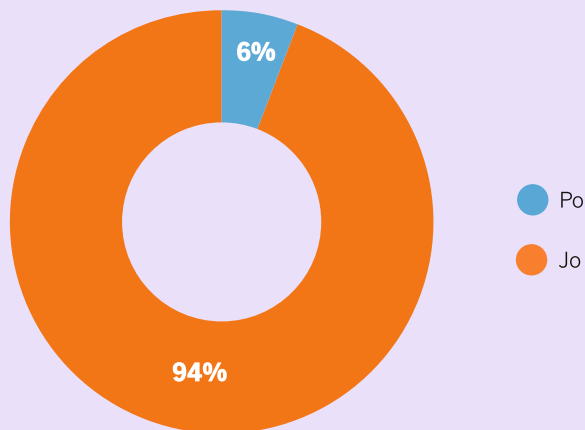
Pyetja 3.1: A përmban politika e rekrutimit e kompanisë një referencë specifike për personat LGBTIQ?



Grafiku 10: Përmendja e LGBTIQ në Politikën e Rekrutimit

Vetëm 6% e kompanive, siç tregohet në **Grafiku 11** më poshtë, kanë formularë aplikimi dhe pyetje intervistuese, që janë miqësore ndaj personave LGBTIQ. Të bësh një gjë të tillë, është një hap përpara në respektimin e të drejtave dhe ruajtjen e dinjitetit të punëkërkuësve LGBTIQ, por shumë kompani nuk e kanë parashikuar. Kjo mund të përfshijë pyetje, të cilat nuk detyrojnë një përgjigje mbi baza gjinore apo pyetje, që nuk ndërhyjnë në stilin e jetesës së punëkërkuësve. Ato gjithashtu garantojnë se kompanitë nuk do t'u kërkojnë punëkërkuësve LGBTIQ të prononcohen rreth orientimit të tyre seksual apo identitetit të tyre gjinor nëpërmjet mënyrave indirekte.

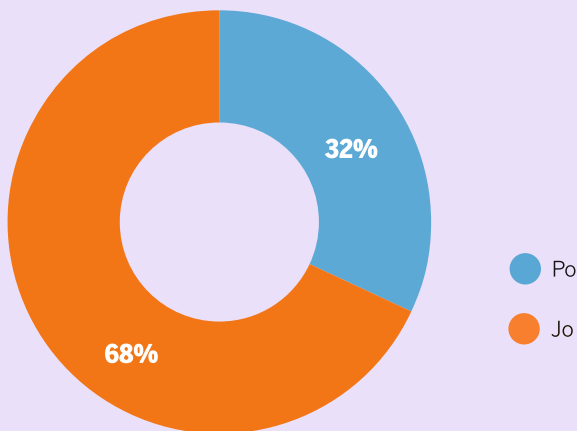
Pyetja 3.2.: A janë formularët e aplikimit dhe pyetësorët e kompanisë të përgatitur që t'ua bëjnë pyetjet LGBTIQ në mënyrë miqësore?



Grafiku 11: Formularët e Aplikimit

Në **Grafikun 12** më poshtë, vetëm 32% e kompanive raportojnë se ato i kanë mekanizmat për të denoncuar një ngacmim në punë. Numri i ulët nuk është një surprizë, po të kesh parasysh numrin e ulët të kompanive, që adoptojnë politika jo-diskriminuese. Megjithatë, mungesa e mekanizmave të tilla i bën të cënueshëm punonjësit LGBTIQ. Veç kësaj, është e rëndësishme që të gjithë punonjësit ta dinë se ekzistojnë mekanizma të tillë, kështu që të kuptojnë se çdo lloj ngacmimi do të kishte pasoja.

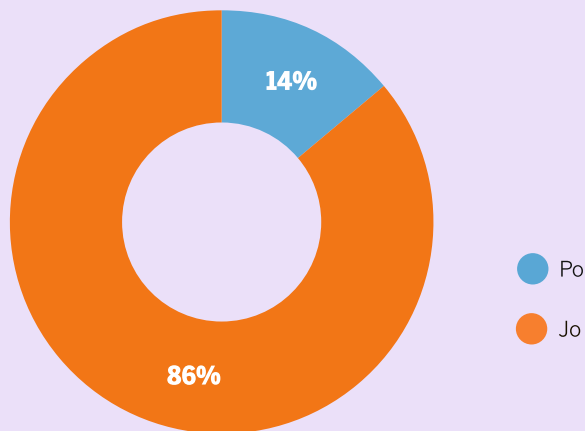
Pyetja 3.6.: A ka kompania një mekanizëm që e aplikon për të raportuar diskriminimin apo ngacmimin e bazuar në identitetin gjinor dhe/apo orientimin seksual në vendin e punës?



Grafiku 12: Mekanizmat e Raportimit të Diskriminimit ose Ngacmimeve

Në mënyrë të ngjashme, në **Grafikun 13** më poshtë, vetëm 14% e kompanive kanë staf drejtues të trajnuar për t'iu përgjigjur ankesave të tilla për diskriminim apo ngacmime. Sërish, kjo është shqetësuese, pasi, nga 32% e kompanive, që kanë një mekanizëm (shih **Grafikun 12** më sipër), vetëm rreth gjysma e tyre kanë menaxherë të trajnuar për t'iu përgjigjur. Natyrisht, kjo vë në dukje cënueshmërinë e personave LGBTIQ gjatë punës dhe mundësitë e tyre të kufizuara për t'u ankuar në rast se diskriminohen apo ngacmohen.

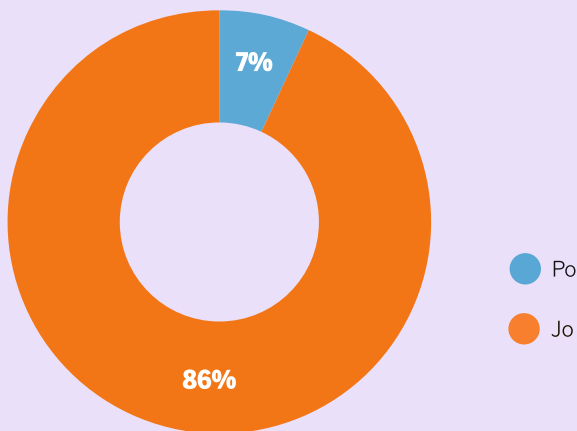
Pyetja 3.7.: A ka kompania dikë që të jetë i trajnuar se si të veprojë në rast se paraqitet një ankesë për diskriminim, trajtim brutal apo ngacmim bazuar në identitetin gjinor dhe/ose orientimin seksual në vendin e punës?



Grafiku 13: *Trajnimi i stafit*

Në **Grafikun 14**, vetëm 7% e kompanive kanë një mekanizëm që të vlerësojnë dhe trajtojnë shqetësimet e punonjësve LGBTIQ për sigurinë dhe mirëqenien e tyre në vendin e punës. Kjo nuk surprizon, duke parë nivelet e ulta të kompanive, që kanë politika dhe drejtues të trajnuar. Megjithatë, kjo nënvizon cënueshmërinë e personave LGBTIQ në punë.

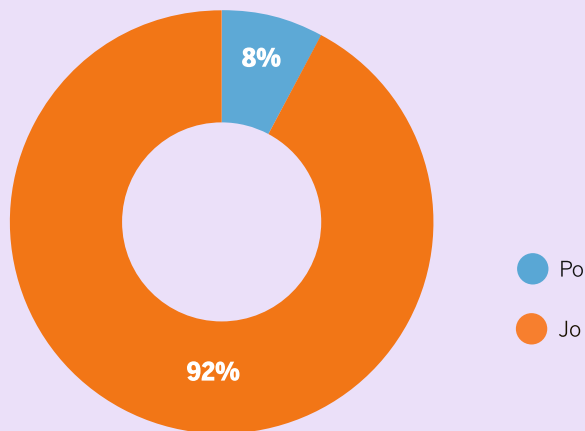
Pyetja 3.8.: A ka kompania ndonjë mekanizëm për të vlerësuar dhe trajtuar shqetësimet nga punonjës LGBTIQ lidhur me sigurinë dhe mirëqenien në vendin e punës?



Grafiku 14: Mekanizmat për të Vlerësuar dhe Trajtuar Shqetësimet e Punonjësve LGBTIQ për Sigurinë dhe Mirëqenien në Punë

Grafiku 15 u ka shtruar kompanive pyetjen nëse kanë mbështetur ndonjëherë nisma për të promovuar përfshirjen sociale dhe profesionale të minorancave, përfshirë këtu persona LGBTIQ.

Pyetja 3.9.: Ka mbështetur kompania ndonjë nismë tjetër për të promovuar përfshirjen sociale dhe profesionale të minorancave përfshirë personat LGBTIQ?

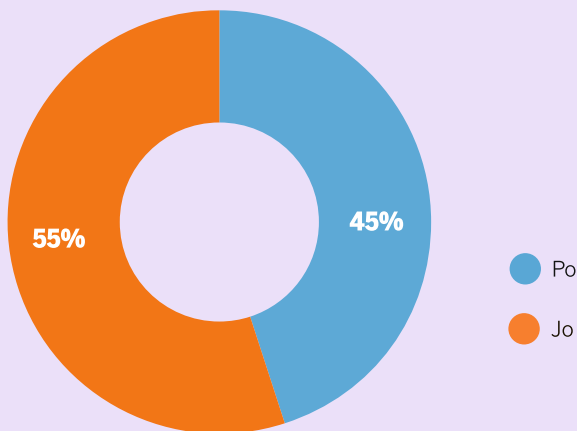


Grafiku 15: Mbështetja e Kompanisë për Përfshirjen Sociale dhe Profesionale të Personave LGBTIQ

SEKSIONI IV: PËRGJEGJËSIA DHE SHËRBIMI SOCIAL I KORPORATËS

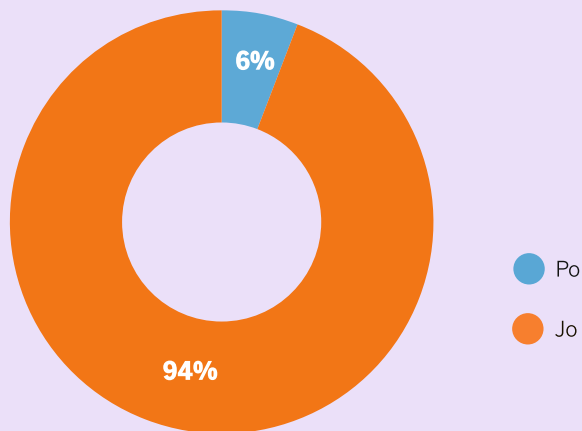
Ky seksion shtron pyetjen lidhur me përgjegjësinë dhe shërbimin social të korporatës ndaj gjithë komunitetit. Siç tregon më poshtë Grafiku 16, gati më pak se gjysma e kompanive kanë një strategji të tillë tashmë të gatshme. Kjo është pozitive, pasi të pak-tën ofron kuadrin për të shtuar më tej mbrojtjen ndaj punëkërkuessve dhe punonjësve LGBTIQ, në rast se kompania e ka këtë dëshirë. Megjithatë, siç tregon **Grafiku 17** më poshtë, vetëm 6% e këtyre strategjive të përgjegjësisë dhe shërbimit social të korporatës përmendin komunitetet LGBTIQ.

Pyetja 4.1.: A ka zhvilluar kompania një strategji të Përgjegjësisë Sociale të Korporatës?



Grafiku 16: Strategjia e Përgjegjësisë Sociale të Korporatës

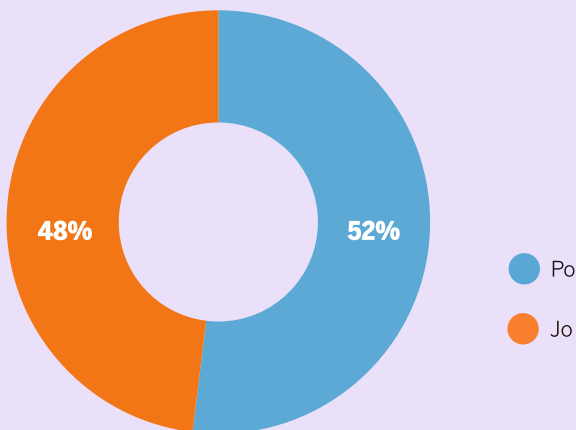
Pyetja 4.2.: Në rast se përgjigja për pyetjen 4.1 është Po, a përfshin strategjia sociale e korporatës në mënyrë specifike diversitetin e LGBTIQ?



Grafiku 17: Përmendja specifike e LGBTIQ në strategjinë sociale

Grafiku 18 më sipër tregon se më shumë se gjysma e kompanive kanë bërë donacione bamirësie, por vetëm 3% e kanë bërë këtë për organizata dhe projekte të fokusuara drejt LGBTIQ. Megjithatë, duhet mbajtur parasysh se janë vetëm 3 organizata të tilla në Shqipëri, kështu që, edhe në rast se një kompani ka dëshirë të bëjë një donacion, mundësitë për një gjë të tillë janë shumë të kufizuara.

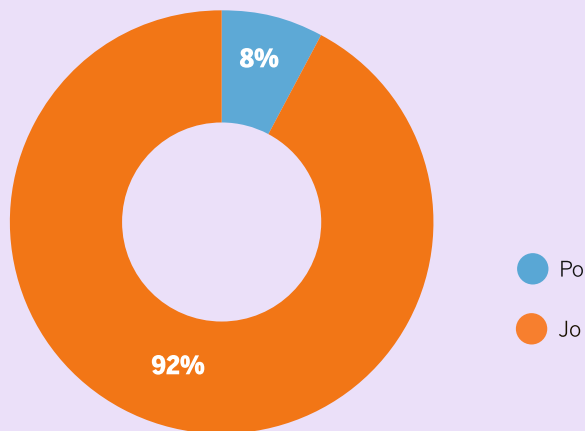
Pyetja 4.3.: Gjatë dy ditëve të fundit a ka bërë kompania ndonjë donacion apo ka ofruar sponsorizim ndaj organizatave të bazuara në komunitete?



Grafiku 18: Donacionet e Bamirësisë nga Kompanitë

Grafiku 19 tregon se vetëm 8% e kompanive janë bashkuar me ndonjë nismë për të mbështetur barazinë dhe përfshirjen e LGBTIQ. Ndërsa kompanitë janë të interesuara për përgjegjësinë sociale të korporatave, çështja e personave LGBTIQ s' përfaqëson përparësi për veprimet e tyre.

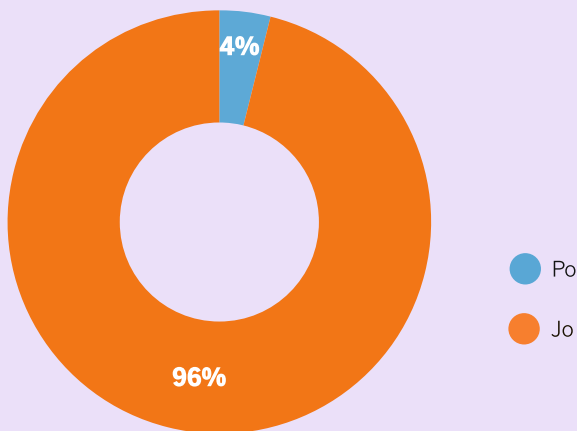
Pyetja 4.5.: Gjatë dy viteve të fundit, a është bashkuar kompania me ndonjë fushatë apo nismë për të mbështetur publikisht barazinë dhe përfshirjen e LGBTIQ?



Grafiku 19: Mbështetja e Kompanisë për nismat mbi LGBTIQ

Në **Grafikun 20** më poshtë, vetëm 4% e kompanive kanë një politikë apo rregulla që t'i ndalojnë ato të bëjnë biznes me kompani të tjera, që diskriminojnë persona LGBTIQ apo minoranca të tjera.

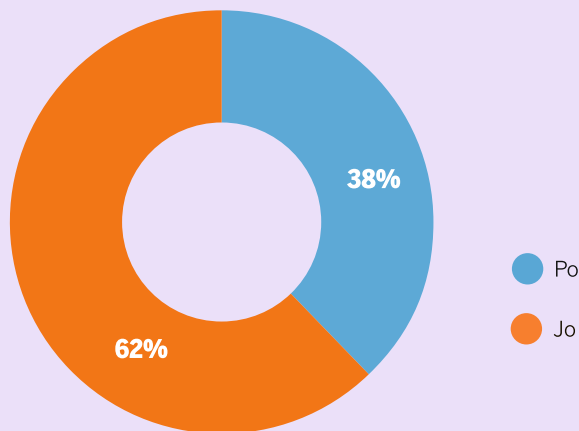
Pyetja 4.6.: A ka rregulla kompania që të ndalojnë kryerjen e biznesit me kompani apo organizata që diskriminojnë hapur dhe në mënyrë aktive persona LGBTIQ apo çdo minorancë racore/fetare?



Grafiku 20: Politika për të Ndaluar Transaksione Biznesi me Biznese/ Organizata që Diskriminojnë

Në **Grafikun 21**, 38% e kompanive pjesëmarrëse përmendin se ato do të dëshironin të bënin më shumë për përfshirjen e LGBTIQ. Pavarësisht faktit se shumë biznese nuk kanë politika apo trajnime lidhur me këtë çështje, është inkurajuese që një përqindje e mirë e tyre do të donin të angazhoheshin më shumë në këtë drejtim. Kjo krijon hapësirën për projekte të mëtejshme.

Pyetja 4.7.: A do ishte e interesusar kompania për të qenë pjesë në një grup pune për ndershmërinë e biznesit në Shqipëri (për të ndarë praktikat më të mira, mësimet e përvetësuara, promovuar mbrojtjen e njohuritë mbi barazinë e përfshirjen e LGBTIQ në vendin e punës?



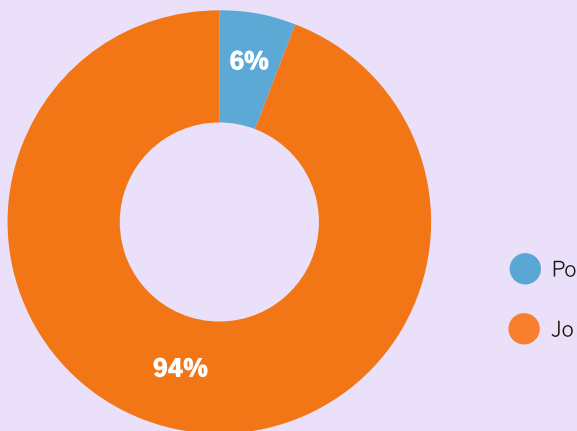
Grafiku 21: Vullneti për të punuar për Çështjen e Përfshirjes së LGBTIQ

SEKSIONI V: NISMA DHE VEPRIME SPECIFIKE LGBTIQ

Në Seksionin V, Indeksi pyet kompanitë lidhur me shembuj specifikë pune apo mbështetjeje për komunitetet LGBTIQ. Kompanitë nuk mund të marrin statusin Ar në këtë Indeks pa patur një regjistrim të provueshëm të veprimeve të tilla.

Sikurse tregohet në **Grafikun 22** më poshtë, vetëm 6% e kompanive raportuan se kanë nisma që janë inovative për përfshirjen e LGBTIQ.

Pyetja 5.3.: A ka kompania një program që ajo beson se është mbështetës apo inovativ në kuadër të përfshirjes së LGBTIQ?



Grafiku 22: Programet për Nisma

REKOMANDIME

Për Organizatat e Barazisë dhe Tolerancës së LGBTIQ:

- Të përfshijnë objektiva që kanë lidhje me punësimin në përpjekjet e tyre mbështetëse.
- Të përhapin informacion mbi mbrojtjen për shqiptarët LGBTIQ në ligjin e mos-diskriminimit të vitit 2010 tek komuniteti LGBTIQ.
- Të shohin për mundësi që të zbatojnë në praktikë mbrojtjen duke arritur përfitime reale për jetën e shqiptarëve LGBTIQ.

Për Sektorin Privat Shqiptar:

- Të pranojë se diversiteti në vendin e punës është pozitiv për rendimentin, të ardhurat dhe mbajtjen e punonjësve.
- Të pranojë nevojën dhe të kërkojë mundësi trajnimi për të përmirësuar politikat dhe praktikatat për diversitetin në vendin e punës, si për shqiptarët LGBTIQ, ashtu edhe për minoranca të tjera.
- Të ngrejë çështjen e diversitetit në vendin e punës në sindikata, bashkime profesionale, dhoma të tregtisë dhe organizata të tjera me anëtarësim të bizneseve.

Për Qeverinë Shqiptare:

- Të vazhdojë të zbatojë me rreptësi ligjin e vitit 2010 kundër diskriminimit me një plan veprimesh, që të përmbajë objektiva dhe afate konkrete. Kjo mund të përfshijë material njohës për publikun, kode të standardizuara të sjelljes, politika të standardizuara dhe një faqe interneti, ku mund të gjendet një informacion i tillë.
- Të realizojë një fokusim të fuqishëm mbi përfshirjen e shqiptarëve LGBTIQ në Planin Kombëtar të Veprimeve për LGBTIQ.

Për Donatorët Ndërkombëtarë:

- Të vijojnë të identifikojnë dhe të financojnë programe të bazuara mbi prova me impakt real mbi jetesën e qytetarëve shqiptarë LGBTIQ

Produkt i

the HeadHunter®