

LGBTIQ
EMPLOYMENT
EQUALITY
INDEX

RAPORT PËR VITIN 2017

GUSHT , 2017

Produkt i
theHeadHunter®

Përmbledhje	3
Rezultate dhe rekomandime kyç	5
Kompanitë e vlerësuara në vitin 2017	7
Rreth Indeksit të Barazisë në Punësim të LGBTIQ	9
Metodologjia	11
Gjetjet dhe analizat kyç	13
Seksioni I: Informacion bazë për kompanitë	14
Seksioni II: Politika dhe Procedura	16
Seksioni III: Politikat e Marrjes në Punë dhe Mbajtjes së të Punësuarve	25
Seksioni IV: Përgjegjësia dhe Shërbimi Social i Korporatës	33
Seksioni V: Nisma dhe Veprime Specifike LGBTIQ	40
Konkluzion	41
Rekomandime	44

PËRMBLEDHJE

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

Megjithëse kur ndërmorëm një nismë të tillë për herë të parë në vitin 2016, shumë njerëz dyshuan në efektivitetin e saj, duke menduar se sektori privat Shqiptar as nuk do të merrte mundimin të merrte pjesë, dhe se publiku Shqiptar nuk do të shqetësohej për një problem të tillë, falë bindjeve tona mbi të drejtën e punësimit për të gjithë qytetarët dhe numrit të aktorëve ndërkombëtarë të pranishëm në vend, ne ngulëm këmbë. Ne jemi të palëkundur në bindjen tonë se të gjithë qytetarët Shqiptarë – pavarësisht nga statusi apo cilësitë e tyre – kanë diçka për të kontribuar dhe kanë të drejtën për punësim.

Rezultatet përfundimtare 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 adaptuar politika konkrete për të mbrojtur të drejtat dhe respektuar dinjitetin e punë-kërkuesve dhe të punësuarve LGBTIQ. Fituesit e çmimit të vitit të parë u shpallën në ceremoninë Gala të ndarjes së çmimeve, që u mbajt në 17 Maj 2016.

Këtë vit, rezultatet e Indeksit të dytë vjetor për Barazinë në Punësim të personave LGBTIQ në Shqipëri, ishin edhe më të impresionuese. Pjesëmarrja u rrit në mënyrë të konsiderueshme dhe **109** kompani që operojnë në Shqipëri, iu përgjigjën pyetësorëve, gjë që tregon një rritje domethënëse të nivelit të ndërgjegjësimit nga ana e përfaqësuesve të biznesit, në lidhje me masat konkrete që ata ndërmarrin për mbrojtjen e të drejtave dhe përkrahjen e pakicave, dhe në mënyrë specifike, punëkërkuesve dhe punëmarrësve LGBTIQ.

Fituesit dhe disa kompani të tjera pjesëmarrëse nga viti i kaluar, arritën rezultate më të larta në Indeksin e këtij viti dhe 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 duke pranuar faktin se, të mbrosh të drejtat e çdo grupi, i sjell të mira gjithë shoqërisë.

Tendenca në rritje e pjesëmarrjes dhe rezultateve na bën të besojmë se **38** kompanitë e përfshira rishtas në Indeksin LGBTIQ të këtij viti, do të kenë përmirësim dhe arrijnë rezultate më të larta në indeksin e vitit të ardhshëm. Ne ndihemi të nderuar që ata pranuan të marrin pjesë në Indeksin tonë dhe frymëzohemi prej angazhimit të tyre.

Rezultate dhe rekomandime kyç

Ndërkohë që The HeadHunter Grup shpreh kënaqësinë për përgjigjen entuziaste për pjesëmarrje, në procesin e vlerësimit, rezultatet tregojnë që kompanitë në Shqipëri ende nuk kanë bërë mjaft në drejtim të politikave të burimeve njerëzore dhe praktikave për të mbrojtur dhe mbështetur të drejtat dhe dinjitetin e punëkërkesve dhe punëmarrësve të pakicave. Për fat të keq, një gjetje e tillë nuk është një gjë e papritur për shumicën. Ata që kanë disa politika dhe praktika të tilla, nuk përfshijnë në to edhe Shqiptarët e grupit LGBTIQ.

Por një numër i konsiderueshëm i këtyre kompanive mbështetin organizata dhe bamirësi të bazuara në komunitetet, dhe shprehin dëshirën e tyre për të bërë diçka më shumë lidhur me përfshirjen profesionale të pakicave. Shumica e bizneseve të pyetura gjatë këtij procesi, kanë përmendur dëshirën e tyre për të përmirësuar procedurat e rekrutimit dhe të manaxhimit të Burimeve Njerëzore, që të jenë më përfshirëse, të arritshme dhe të sigurta për kandidatët dhe punonjësit LGBTIQ.

The HeadHunter Grup mendon se ekziston një nevojë dhe kërkesë e jashtëzakonshme për trainime të vazhdueshme në vendin e punës lidhur me diversitetin, në kompanitë që operojnë në Shqipëri, ashtu sikurse edhe për politika dhe praktika të standardizuara të cilat kompanitë mund t'i adoptojnë, apo adoptojnë.



Në vijim të procesit të thellësishëm të zhvilluar në muajt Qershor dhe Korrik, 2017, The HeadHunter Grup përgatiti tabelat e rezultateve përkatëse për secilën nga **109** kompanitë që morën pjesë në të, dhe në total **7 (shtatë)** 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 **pavlerësuara**. Ari është vlerësimi më i lartë që u akordohet kompanive me performance të shkëlqyer, mbrojtje dhe përfshirje në mënyrë specifike të LGBTIQ, në stafin e tyre. Vetëm ato kompani që identifikojnë në mënyrë specifike personat LGBTIQ në politikat dhe praktikatat e tyre të burimeve njerëzore, mund të arrijnë nivelin e Artë.

Vlerësimet kryhen duke përdorur 4 nivele:

- **Ar:** U referohet kompanive të cilat përmendin në mënyrë të specifikuar mbrojtjen e të drejtave dhe dinjitetit të punëkërkuarve, dhe të punësuarve LGBTIQ në politikat dhe praktikatat e tyre të burimeve njerëzore. Ato duhet të kenë të dhëna të regjistruara që dëshmojnë promovimin e barazisë dhe dinjitetit të punëkërkuarve dhe punëmarrësve LGBTIQ, nëpërmjet veprimeve dhe marrëdhënieve të tyre me të punësuarit. Këto kompani gjithashtu kanë përputhshmëri me ligjin shqiptar kundër diskriminimit.
- **Argjend:** U referohet kompanive që kanë politika dhe praktika të mbrojtjes së dinjitetit të punëkërkuarve dhe punëmarrësve LGBTIQ, por nuk mund të dëshmojnë

veprime të regjistruara në këtë drejtim. Politikat e tyre i përmendin në mënyrë specifike LGBTIQ. Këto kompani shfaqin përputhshmëri me ligjin shqiptar kundër 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 mënyrë specifike punëkërkuessit dhe punëmarrësit LGBTIQ. Këto kompani shfaqin përputhshmëri me ligjin shqiptar kundër diskriminimit.
- **Të pavlerësuara:** 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 punëmarrësve LGBTIQ. Këto kompani nuk shfaqin përputhshmëri me ligjin shqiptar kundër diskriminimit.

Ky vlerësim synon të inkurajojë dhe të krijojë mundësinë që The Headhunter Grup të 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 Europian 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 praktikën e përgjithshme të punësimit të tyre.*** Veç kësaj, ai vlerëson edhe përputhjen e tyre me legjislacionin lokal në këtë drejtim.

The Headhunter Grup, 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 mënyrë të barabartë për 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 për të vepruar si një gjyqtar i politikave të burimeve njerëzore.

Çdo vit, afërsisht, ose në ditën ndërkombëtare të Homofobisë, Transfobisë dhe Bifobisë (17 maj), The Headhunter Grup u jep çmime kompanive, të cilat kanë qenë shembull në mbrojtjen e të drejtave dhe kanë mbështetur dinjitetin e punëkërkuësve dhe punëmarrësve LGBTIQ. Indeksi i Punësimit të LGBTIQ, i The Headhunter Grup, vlerëson politikën dhe praktikën e kompanive që operojnë në Shqipëri, ndaj punëkërkuësve dhe punëmarrësve LGBTIQ. Stafi i The Headhunter Grup interviston drejtuesit dhe

verifikon politikat dhe praktikat, si të kompanive shqiptare, ashtu dhe të atyre të huaja, çdo vit.

Informacion lidhur me Indeksin mund të gjendet në adresën:
<http://www.hh.al/sq-al/lgbtq-index>

Indeksi i Barazisë në Punësim të LGBTIQ është krijuar nga The Headhunter Grup dhe është një shprehje e rëndësishme e përpjekjeve të tij në drejtim të përgjegjshmërisë sociale të korporatave. The Headhunter Grup është aktiv në mbështetjen që u jep një numri çështjesh të lidhura me punësimin e të rinjve, grave dhe fëmijëve, si dhe pakicave. Në vitin 2015 ai themeloi Fondacionin RINI Albania për të ushtruar aktivitetet e bamirësisë në favor të punësimin të të rinjve dhe diversitetit në punë. The Headhunter Grup ka zhvilluar disa aktivitete me fokus në projektet dhe organizatat e pakicave, përfshirë edhe Indeksin e Barazisë LGBTIQ, seminarë ndërgjegjësimi mbi Ligjin Kundër Diskriminimit për punëkërkuessit, punëmarrësit dhe punëdhënësit, dhe implementimin e Manualit të Punëdhënësit Kundër Diskriminimit, etj. Indekset vjetore zhvillohen nga një grup ekspertësh të fushave të Burimeve Njerëzore dhe Humanistike, pjesë e The Headhunter Grup.

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 Grup 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 janë kryer mbi bazën e pjesëmarrjes vullnetare, dhe duhet pranuar se nuk përfaqësojnë sektorin privat Shqiptar në tërësinë e tij. Këtë vit, për herë të parë u përfshinë edhe disa Institucione Publike dhe OJQ, për të patur një bazë më të gjerë krahësuese ndërmjet organizatave punëdhënëse në Shqipëri.

Proces vlerësimi në vend

Stafi i ekspertëve nga The Headhunter Grup përdor një pyetësor të standardizuar për çdo kompani që duhet të vlerësohet dhe zhvillon intervista në vendndodhjen e tyre me Drejtorin e Departamentit të Burimeve Njerëzore, ose një punonjës tjetër të kualifikuar për këto çështje. Stafi i The Headhunter Grup verifikon çdo përgjigje gjithashtu në vend, duke shqyrtuar politika dhe procedura.

Nxjerrja e vlerësimit

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

The Headhunter Grup 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 KYÇ DHE ANALIZIMI

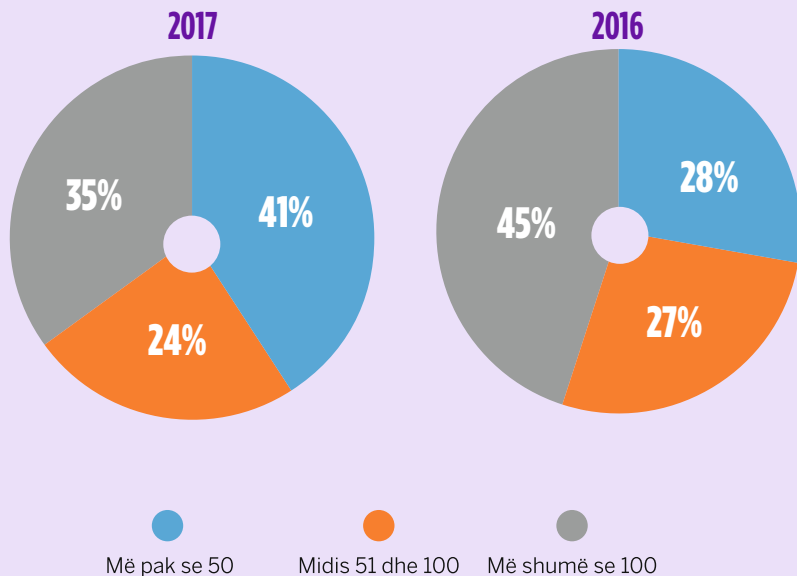
Ky seksion përmban disa gjetje kyç nga vlerësimet e **109** kompanive. Ato janë paraqitur këtu për të treguar tendencat e rëndësishme dhe për të marrë njohuri lidhur me sektorin privat në Shqipëri dhe kryesisht, përkrahjen nga ana e tyre e të drejtave dhe dinjitetit të punëkërkesve dhe punëmarrësve LGBTIQ.

SEKSIONI I INFORMACION BAZË PËR KOMPANITË

Stafi i The Headhunter Grup ka kryer vlerësime për **109** kompani në total, përkundrejt **71** kompanive që morën pjesë vitin e shkuar. Pjesëmarrja u rrit me **53,5%** çka do të thotë se numri i kompanive të cilat plotësuan pyetësorin e indeksit, ishte më shumë se dyfishi.

Grafiku 1: Numri i të punësuarve

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



Siç duket në **Grafikun 1 - 2017**, pjesa më e madhe e vlerësimit edhe këtë vit janë relativisht ndërmarrje të mëdha. **35%** e këtyre kompanive kanë më shumë se 100 të punësuar dhe **24%** kanë midis 51 dhe 100 të punësuar. Këtë vit, qëllimi ishte që të përfshiheshin më shumë kompani të vogla, me qëllim që rezultatet të ishin më përfshirëse duke përfaqësuar në një bazë më të gjerë organizatat Shqiptare, kështu që **41%** e kompanive të përfshira kanë një numër të punësuarish më të vogël se 50, gjë që tregon një rritje të konsiderueshme të kësaj kategorie krahasuar me **28%** të vitit të kaluar, siç paraqitet në **Grafikun 1 - 2016**. Kjo rritje është e rëndësishme pasi kompanitë e vogla duhet të jenë në fokus, për sa kohë ato kanë zhvilluar më pak politika dhe procedura, kryesisht mbi këto çështje, dhe ka plot punë për të bërë për përmirësim.

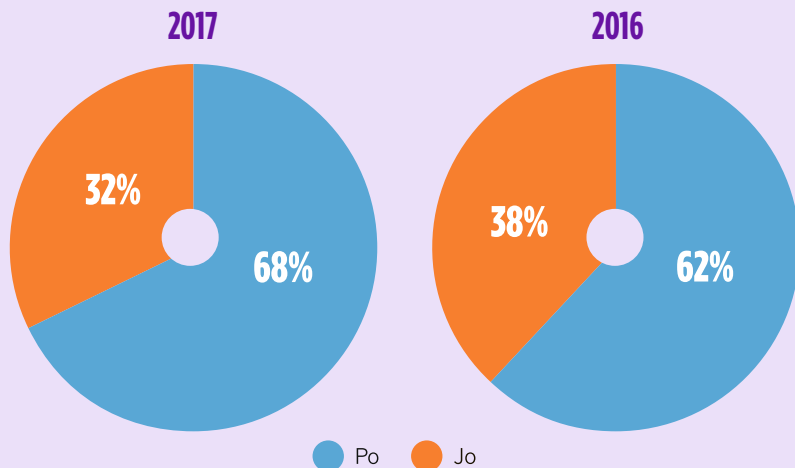
Gjithashtu, kompanitë që morën pjesë në vlerësim këtë vit, vijnë nga një gamë e gjerë industrish, por më së shumti nga Hoteleri-Turizmi - **11%**, Ushqimi dhe Pijet - **10%**, Bankat dhe Tregtia me Pakicë - **9%**.

SEKSIONI II: POLITIKA DHE PROCEDURA

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

Grafiku 2: Politika Kundër Diskriminimit dhe Mundësive të Barabarta në Punësim

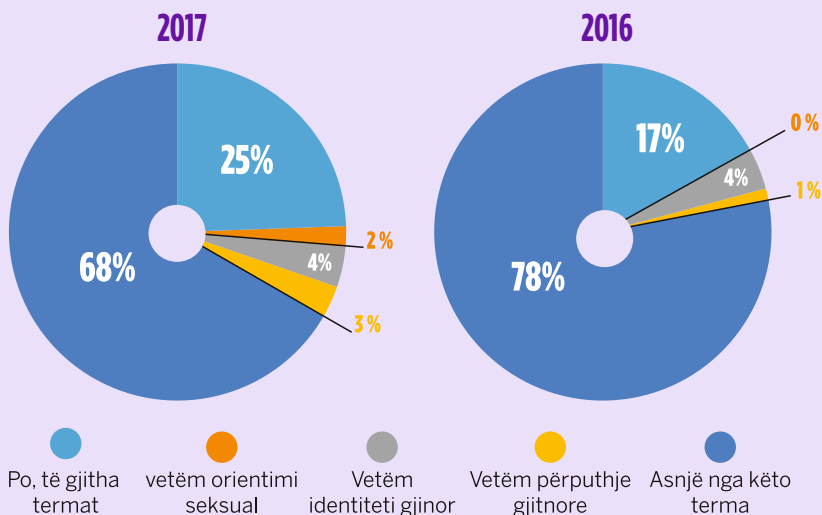
Pyetja 2.1: a disponon kompania një politikë jo diskriminuese dhe të mundësive të barabarta të punësimit që aplikohet për të gjithë të punësuarit?



68% e kompanive pohojnë se kanë aktualisht një politikë kundër diskriminimit dhe mundësive të barabarta, për të gjithë të punësuarit. Edhe pse ka përmirësim krahasuar me rezultatet **62%** të vitit të kaluar, siç tregohet edhe në **Grafikun 2 - 2016**, duke qenë se kjo pyetje nuk ka të bëjë në mënyrë të veçantë me persona LGBTIQ, por me të gjitha kategoritë, një gjë e tillë tregon se sa jashtëzakonisht shumë vend ka për të përmirësuar ngritjen e një kulture kundër diskriminimit, veçanërisht në kompanitë të cilat u përfshinë për herë të parë këtë vit. Rezultati i kësaj pyetjeje gjithashtu tregon se pse **32%** e kompanive, nga **109** që morën pjesë, nuk arritën të vlerësoheshin.

Grafiku 3: Politika jo-diskriminuese që përmendin në mënyrë specifike LGBTIQ

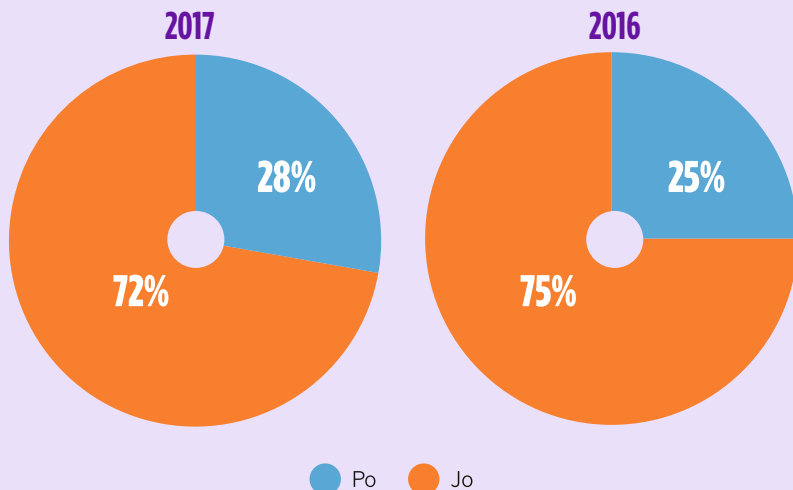
Pyetja 2.2: a përfshin Politika kundër diskriminimit dhe e mundësive të barabarta për punësim, termat (shprehjet, fjalët) “orientim seksual”, “identiteti gjinor” dhe/ose “përputhje gjinore”?



Në **Grafikon 3 - 2017** më sipë, kompanive u është kërkuar nëse politika ka të bëjë në mënyrë specifike me LGBTIQ dhe statusin e tyre. **25 %** 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 punëmarrësit LGBTIQ. Gjithësesi, ka patur një rritje krahasuar me rezultatet e vitit të kaluar ku vetëm **17%** e kompanive, siç tregohet edhe në **Grafikon 3- 2016**, kishte në zbatim politika të cilat përfshinin fjalë të lidhura me LGBTIQ, gjë që tregon një tendencë të kompanive Shqiptare drejt trajtimit të barabartë dhe mos-diskriminimit të pakicave, përfshirë edhe punëkërkuarit dhe punëmarrësit LGBTIQ.

Grafiku 4: Mandat specifik për Mos-Diskriminimin dhe Mundësinë e Barabartë

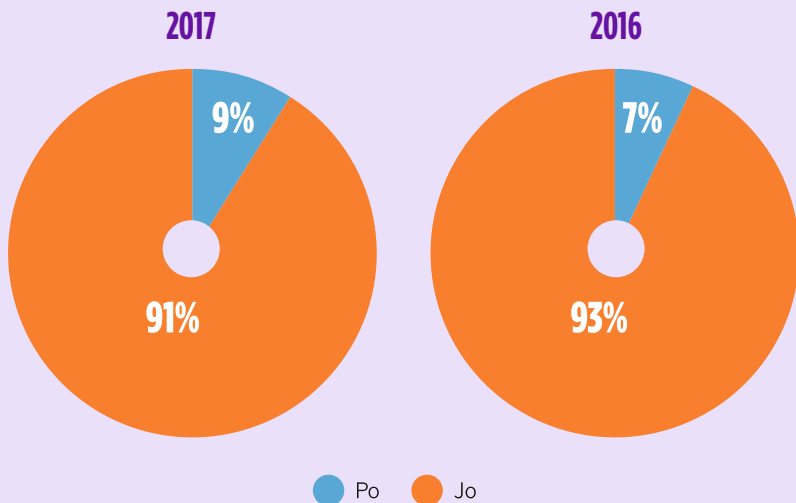
Pyetja 2.3: a ka kompania juaj një Drejtor të Burimeve Njerëzore ose një Drejtor Ekzekutiv me një mandat ose përgjegjësi të caktuar që përfshin mos-diskriminimin dhe mundësinë e barabartë në punësim?



Sikurse duket në **Grafikun 4 - 2017**, vetëm **28%** e kompanive të vlerësuara kanë një manaxher të veçantë (zakonisht të Burimeve Njerëzore apo drejtor), që ka mandat specifik për të siguruar mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta për stafin. Edhe pse këtë vit, rezultatet janë paksa më të larta krahasuar me vitin e mëparshëm, **25%**, siç paraqitet në **Grafikun 4 - 2016**, kjo sërish ve në dukje faktin se - kompanitë, jo vetëm që nuk kanë politika në zbatim - ato kanë edhe mungesë të aftësive dhe mandateve për Burimet Njerëzore që të zbatojnë politika të tilla. Për më tepër, pa patur një staf të ngarkuar posaçërisht me këtë çështje, nënkupton që shumë nga këto kompani nuk kanë një kampion për këto të drejta brenda strukturës së tyre manaxhuese.

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

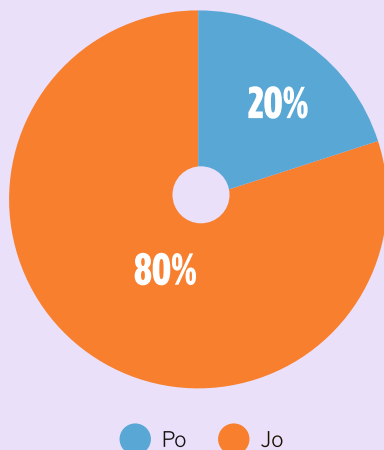
Pyetja 2.4.: a përfshin në mënyrë specifike mandari ose detyra e këtij Drejtori të Burimeve Njerëzore ose Drejtori Ekzekutiv, diversitetin e LGBTIQ?



Grafiku 5 - 2017 më sipër, e përforcon këtë pikë duke treguar se vetëm **9%** e kompanive kanë një anëtar të stafit të tyre me mandat specifik për të përfshirë në strukturën dhe politikën e burimeve njerëzore të kompanisë personat LGBTIQ, gjithësesi, rezultatet janë më të larta se **7%** e vitit të kaluar, siç tregohet në **Grafikon 5 - 2016**.

Grafiku 6: Trainimi për Burimet Njerëzore dhe Menaxhimin- 2017

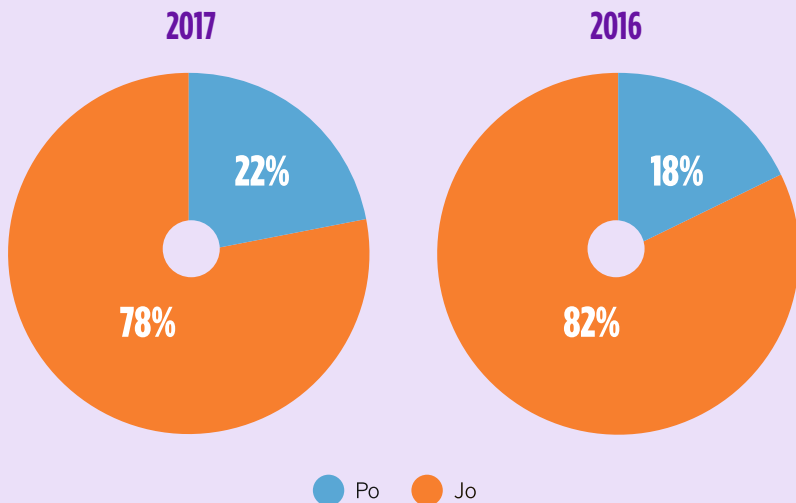
Pyetja 2.5.: nëse Po te pyetja 2.4., a është trajnuar ky Drejtor i Burimeve Njerëzore ose Drejtor Ekzekutiv specifikisht për këto tematika?



Grafiku 6 - 2017 më sipër përshkruan nivelin në të cilin nga kompanitë trainojnë konkretisht manaxherët e tyre të burimeve njerëzore apo drejtues të tjerë mbi mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta. Ashtu sikurse pritej, vetëm **20%** raportuan se e bëjnë një gjë të tillë. The Headhunter Group mendon se kjo statistikë është shqetësuese pasi **68%** e kompanive raportojnë se kanë politika të tilla (**Grafiku 2 më sipër**), por vetëm **20%** aktualisht trainojnë drejtuesit e tyre për të zbatuar politika të tilla. Kjo çon në besimin se këto politika në kompani, pa trainuar drejtuesit, mund të konsiderohen si të pazbatuara ose, në rastin më të mirë, të zbatuara dobët.

Grafiku 7: Trainimi për Manaxherët e tjerë

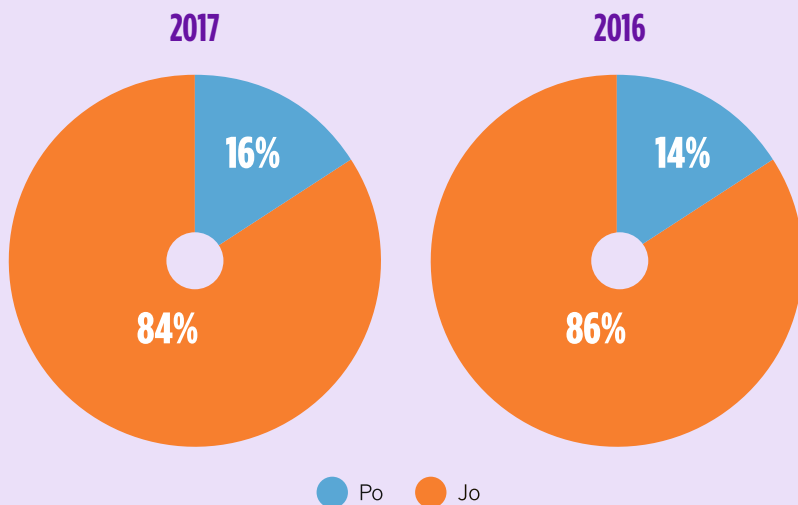
Pyetja 2.6.: a u ofron kompania manaxherëve të tjerë, supervizorëve, dhe drejtuesve të grupeve trainime formuese kundër diskriminimit dhe për mundësitë e barabarta në punësim?



Grafiku 7 - 2017 më sipër, tregon rezultatet e pergjigjeve të pyetjes së Indeksit nëse kompanitë ofrojnë trainime kundër diskriminimit dhe mundësitë të barabarta për manaxherët e tjerë, supervizorët dhe drejtuesit e grupeve, dhe rezultatet tregojnë se vetëm **22%** e këtyre kompanive ofrojnë trainime të tilla. Ky është një tregues përmirësimi, duke marrë parasysh se vlerësimi i vitit të kaluar ishte **18%**, **Grafiku 7 - 2016**.

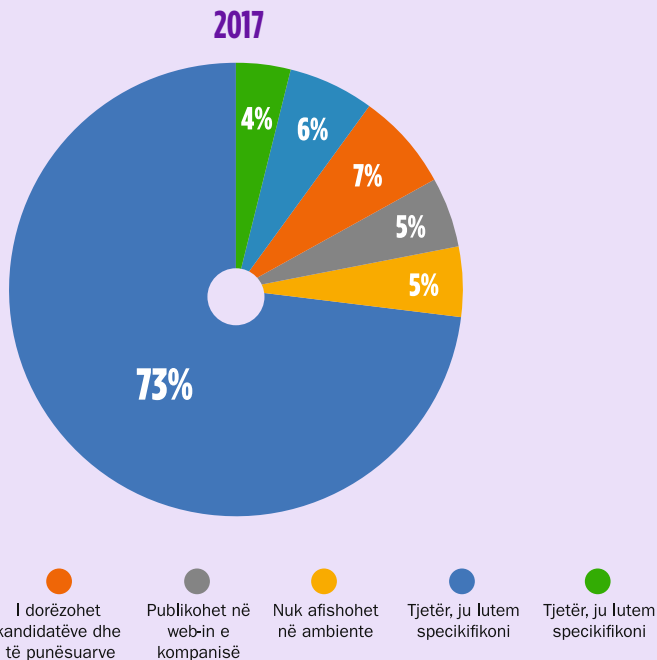
Grafiku 8: Trajnimi i të gjithë Punonjësve

Pyetja 2.7: a u ofron kompania të gjithë punonjësve trainim kundër diskriminimit dhe për mundësi të barabarta në punësim, në vendin e punës?



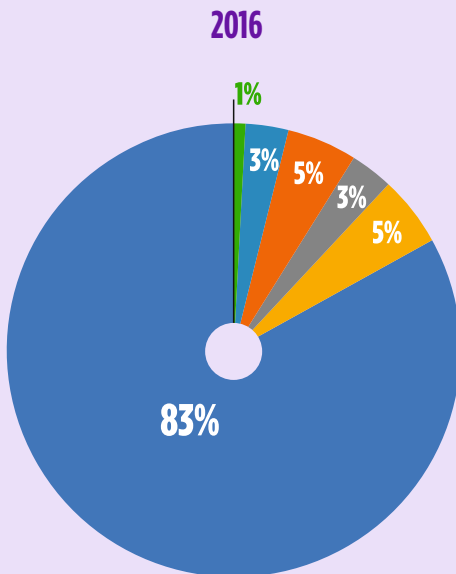
Në **Grafikun 8 - 2017** më sipër, Indeksi u ka kërkuar kompanive të thonë nëse i trainojnë të gjithë punonjësit e tyre kundër diskriminimit apo mundësitë e barabarta. Kjo është e rëndësishme dhe lidhet me kulturën e punës dhe ambientin në kompani. Vetëm **16%** e kompanive e ofrojnë një trainim të tillë, gjithësesi, ka një përmirësim në krahasim me rezultatet e vitit të kaluar prej **14%**, siç paraqitet në **Grafikun 8 - 2016**.

Grafiku 9: Metodatat e Publikimit të Politikave - 2017



Për ato kompani që nuk kanë një politikë kundër diskriminimit dhe mundësive të barabarta, Indeksi pyet edhe lidhur me mundësinë e njohjes dhe shpërndarjes së politikës tek punëkërkuessit dhe punëmarrëssit e saj. Në **Grafikun 9 - 2017** më sipër, kompanitë i bëjnë gjerësisht të njohura politikatat, dhe krahasuar me vitin e kaluar, të gjitha format e shpalesjes shënojnë rritje, siç është e dukshme nga përqsja me **Grafikun 9 - 2016**. Megjithatë, mund të bëhen më shumë përpjekje për të rritur njohjen e tyre nga stafit dhe punëkërkuessit.

Grafiku 9: Metodatat e Publikimit të Politikave - 2016



Afishohet në
ambientet
e kompanisë

I dorëzohet
kandidatëve dhe
të punësuarve

Publikohet në
web-in e
kompanisë

Nuk afishohet
në ambiente

Tjetër, ju lutem
specifikikoni

Tjetër, ju lutem
specifikikoni

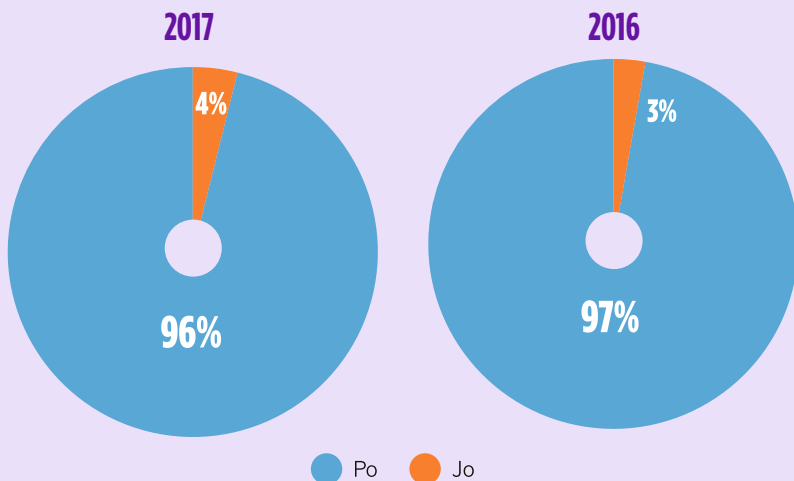
SEKSIONI III: POLITIKAT E MARRJES NË PUNË DHE MBAJTJES SË PUNËMARRËSVE

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 - 2017** më poshtë, vetëm **4%** e kompanive kanë raportuar se i kanë të përmendur në mënyrë specifike punëkërkuessit LGBTIQ, në politikat e tyre rekrutuese. Edhe pse vitin e kaluar rezultatet ishin më të ulëta, konkretisht **3%**, siç paraqitet në **Grafikun 10 - 2016**, përqindja është përsëri e ulët dhe kjo është një e dhënë e rëndësishme, pasi mos-diskriminimi në stadin e marrjes në punë është kritik (a) për të inkurajuar punëkërkuessit LGBTIQ që të aplikojnë për punë; (b) për t'u bërë të ditur punëkërkuessit LGBTIQ që në fillim se ata pritet të fillojnë punë në një mjedis gjithëpërfshirës; dhe (c) për t'u bërë të ditur manaxherëve që marrin punonjës në punë, se diskriminimi nuk tolerohet. Një gjë e tillë gjithashtu krijon bazën për ankesa të mundshme, në rast se një punëkërkuess LGBTIQ e ndjen veten se është diskriminuar gjatë procesit të marrjes në punë.

Grafiku 10: Përmendja e LGBTIQ në Politikën e Rekrutimit

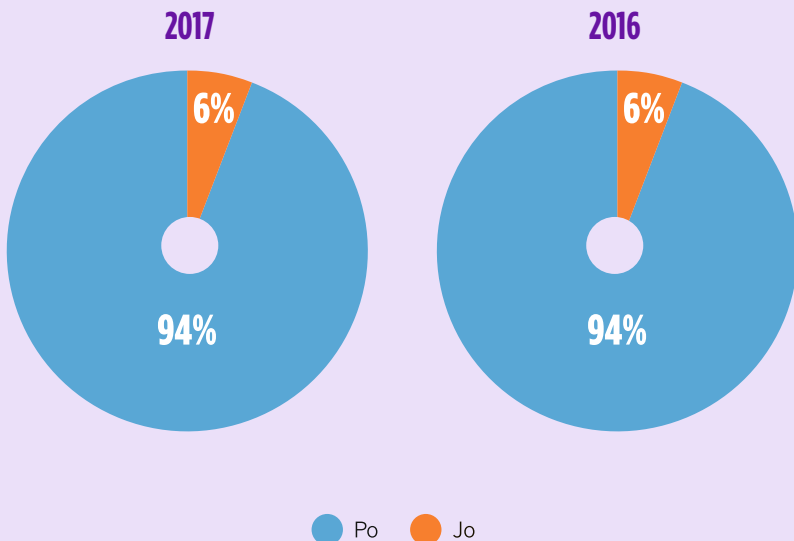
Pyetja 3.1: a përfshin politika e rekrutimit, e kompanisë, një referencë specifike për personat LGBTIQ?



Vetëm **6%** e kompanive, siç tregohet në **Grafikun 11 - 2017** më poshtë, kanë formularë aplikimi dhe pyetje interviste që janë miqësore ndaj personave LGBTIQ. Kjo tregon një hap përpara në respektimin e të drejtave dhe ruajtjen e dinjitetit të punëkërkuësve LGBTIQ, por shumë kompani nuk kanë aftësitë e nevojshme për ta realizuar këtë. Kjo mund të përfshijë pyetje të cilat nuk detyrojnë dhënien e përgjigjeve mbi baza gjinore apo pyetje të cilat nuk ndërhyjnë në stilin e jetesës së punëkërkuësit. Ato gjithashtu garantojnë se kompanitë nuk do t'u kërkojnë punëkërkuësve LGBTIQ të shprehen rreth orientimit të tyre seksual apo identitetit të tyre gjinor, nëpërmjet mënyrave indirekte. Rezultatet kanë mbetur të pandryshuara nga viti i kaluar, siç mund të shihet në **Grafikun 11 - 2016**.

Grafiku 11: Formularët e aplikimit

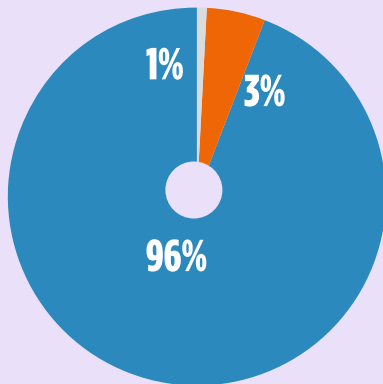
Pyetja 3.2: a janë formularët e aplikimit dhe pyetësorët e intervistës në kompani të hartuar në mënyrë miqësore për personat LGBTIQ?



Ndërkohë që në **96%** të kompanive, siç tregohet në **Grafikun 12 - 2017** më poshtë, Drejtuesi i Burimeve Njerëzore ose Manaxheri që merr në punë punonjës, nuk u bëjnë kandidatëve apo punëmarrësve pyetje personale mbi orientimin seksual dhe/ose identitetin gjinor, identitetin LGBTIQ, ose pyetje të tjera mbi gjininë dhe racën. Ky është një rezultat i shkëlqyer që garanton se kompanitë nuk u bëjnë punëkërkuësve LGBTIQ pyetje rreth orientimit të tyre seksual apo identitetit të tyre gjinor, nëpërmjet mënyrave indirekte.

Grafiku 12: Pyetjet e Intervistës- 2017

Pyetja 3.3: a i bën departamenti i Burimeve Njerëzore ose Menaxheri i Rekrutimit pyetje individuale kandidatëve ose punëdhënësve për orientimin seksual dhe/ose për identitetin gjinor, identitetin LGBTIQ , ose çfarëdolloj pyetje për gjininë ose racën?



Jo, ne nuk shtrojmë asnjë nga këto pyetje

Po, vetëm mbi orientimin seksual

Jo, ne formulojmë pyetje të tjera

Po, mbi identitetin gjinor dhe orientimin seksual

Po, mbi identitetin LGBTIQ

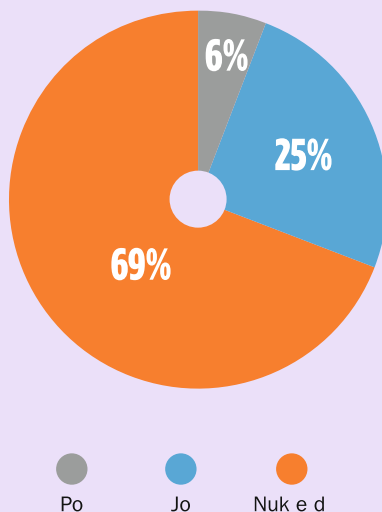
Po, vetëm identitetin gjinor

Jo, ne nuk shtrojmë asnjë këto pyetje

Në **Grafikun 13 - 2017** më poshtë, vetëm **6%** e kompanive deklarojnë se kanë punësuar një ose më shumë persona LGBTIQ. Ky rezultat është edhe në sajë të faktit që shumica e kompanive nuk kërkojnë informacion në lidhje me orientimin seksual dhe/ose identitetin gjinor (shih **Grafikun 12**), meqenëse **69%** e tyre përgjigjet "nuk e di".

Grafiku 13: Punësimi i personave LGBTIQ - 2017

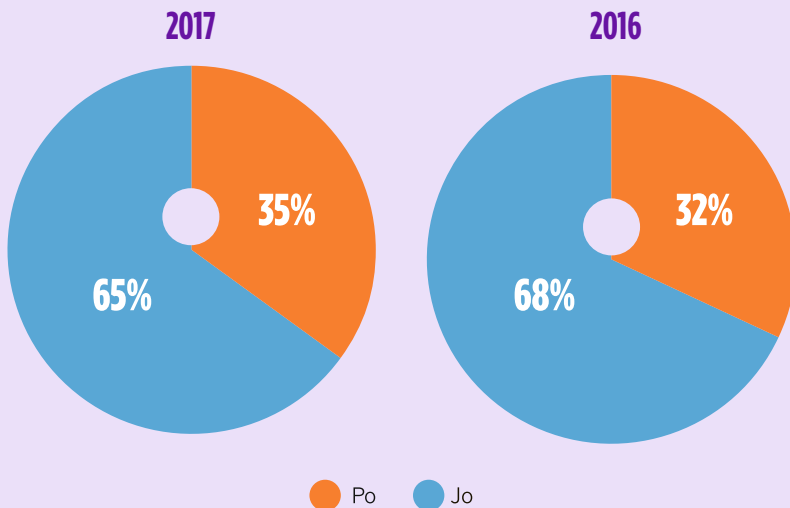
Pyetja 3.4.: sipas njohurive të të intervistuarit, a ka rekrutuar ndonjëherë kompania një ose disa persona LGBTIQ?



Në **Grafikun 14 - 2017** më poshtë, vetëm **35%** e kompanive raportojnë se i kanë mekanizmat për të denoncuar ngacmimet në punë, që në fakt nuk është në nivelin që duhet të jetë, por të paktën është më lart se **32%** i vitit paraardhës, siç duket edhe në **Grafikun 14 - 2016**. Përqindja e ulët nuk është një surprizë po të kesh parasysh numrin e vogël të kompanive që adaptojnë politika kundër diskriminimit. Megjithatë, mungesa e mekanizmave të tillë i bën të çënueshëm punonjësit LGBTIQ. Veç kësaj, është e rëndësishme që të gjithë punonjësit ta dinë se ekzistojnë mekanizma të tillë, në mënyrë që të kuptojnë se çdo lloj ngacmimi do të kishte pasojë.

Grafiku 14: Mekanizmat e Raportimit të Diskriminimit ose Ngacmimeve

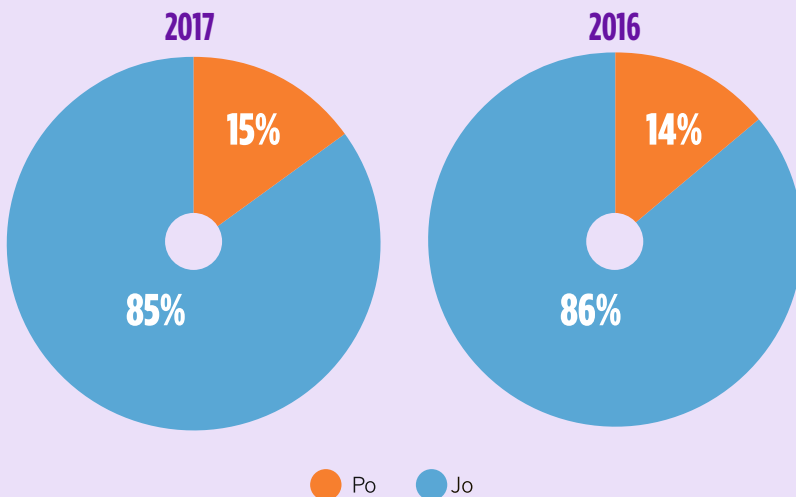
Pyetja 3.6: a ka kompania një mekanizëm të brendshëm që të raportojë diskriminimin ose ngacmimin bazuar në identitetin gjinor dhe/ose orientimin seksual në vendin e punës?



Në mënyrë të ngjashme, në **Grafikun 15 - 2017** më poshtë, vetëm **15%** e kompanive kanë staf drejtues të trainuar për t'iu përgjigjur ankesave të tilla për diskriminim apo ngacmime. Sërisht, kjo është shqetësuese, pasi, nga **35%** e kompanive që kanë një mekanizëm (shih Grafikun 14 më sipër), më pak se gjysma e tyre kanë manaxherë të trainuar për t'iu përgjigjur. Natyrisht, kjo vë në dukje çënueshmërinë e personave LGBTIQ gjatë punës dhe mundësitë e tyre të kufizuara për t'u ankuar në rast se diskriminohen apo ngacmohen. Gjithashtu, fakti që rezultatet janë shumë afër me ato të vitit të kaluar, **14%**, shih **Grafikun 15 - 2016** më poshtë, tregon që kompanitë, veçanërisht ato të përfshira rishtas, kanë shumë për të bërë në këtë drejtim.

Grafiku 15: Trainimi i Stafit

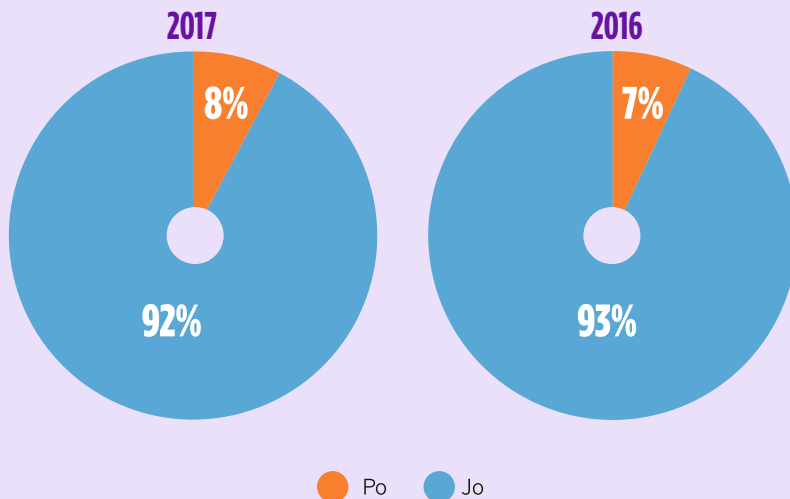
Pyetja 3.7: a ka kompania dikë që të jetë i trainuar se si të veprorë në rast se paraqitet një ankesë për diskriminim, trajtim të dhunshëm apo ngacmim, bazuar në identin gjinor dhe/ose orientimin seksual në vendin e punës?



Në **Grafikun 16 -2017**, vetëm **8%** e kompanive kanë një mekanizëm që të vlerësojnë dhe trajtojnë shqetësimet e punonjësve LGBTIQ për sigurinë dhe mirëqënien e tyre në vendin e punës. Kjo nuk është surprizë, duke parë nivelet e ulta të kompanive që kanë politika dhe drejtues të trainuar. Megjithatë, kjo nënvizon cënueshmërinë e personave LGBTIQ në punë dhe rritja e vogël nga viti i kaluar, ku rezultatet ishin **7%**, siç shihet në **Grafikun 16 -2016**, e përforcon këtë.

Grafiku 16: Mekanizmat për të Vlerësuar dhe Trajtuar Shqetësimet e Punonjësve LGBTIQ për Sigurinë dhe Mirëqenien në Punë

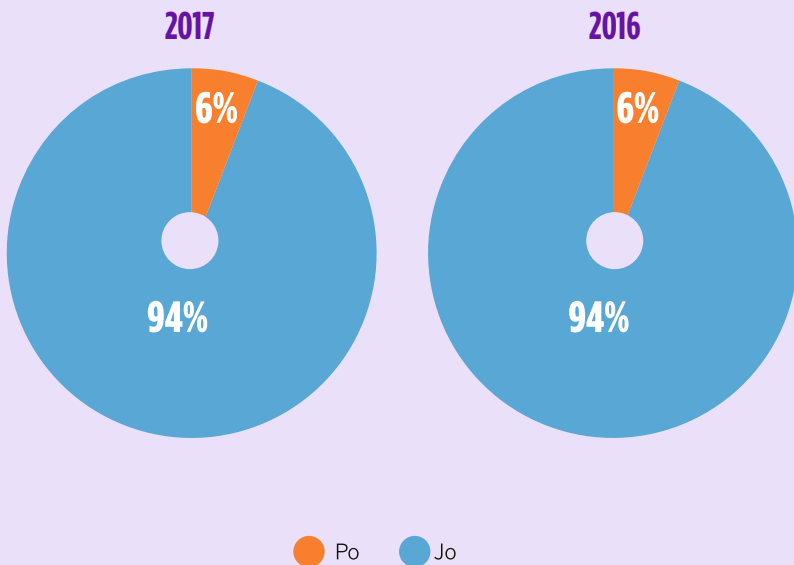
Pyetja 3.8.: a disponon kompania ndonjë mekanizëm në mënyrë që të vlerësojë dhe trajtojë shqetësimet e punonjësve LGBTIQ, lidhur me sigurinë dhe mirëqenien në vendin e punës?



Grafiku 17 - 2017 u ka shtruar kompanive pyetjen nëse kanë mbështetur ndonjëherë nisma për të promovuar përfshirjen sociale dhe profesionale të pakicave, përfshirë këtu persona LGBTIQ dhe vetëm **6%** e tyre janë përgjigjur pozitivisht, gjithësesi, asnjë nga kompanitë që i përket kësaj kategorie nuk përmend ndonjë sfidë specifike me të cilën përballet në këtë proces. Rezultatat nuk kanë ndryshime nga viti paraardhës, **Grafiku 17- 2016**.

Grafiku 17: Mbështetja e Kompanisë për Përfshirjen Sociale dhe Profesionale të Personave LGBTIQ

Pyetja 3.9.: a ka mbështetur kompania çfarëdolloj nisme tjetër për të promovuar përfshirjen sociale dhe profesionale të pakicave, përfshirë këtu edhe personat LGBTIQ?

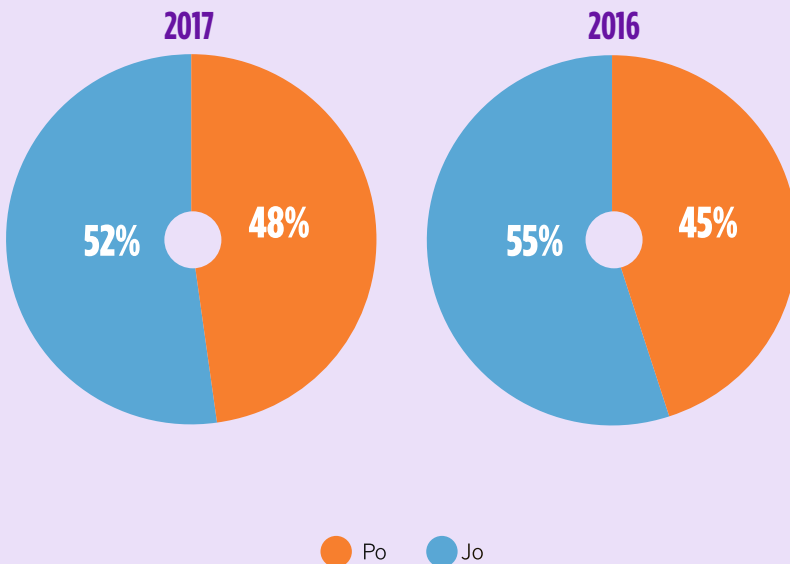


SEKSIONI IV: PËRGJEGJËSIA DHE SHËRBIMI SOCIAL I KORPORATËS

Ky seksion shtron pyetjen lidhur me përgjegjësinë dhe shërbimin social të korporatës ndaj gjithë komunitetit **Grafiku 18 - 2017** më poshtë tregon se **48%** e kompanive kanë një strategji të tillë tashmë të zhvilluar. Kjo është pozitive pasi të paktën ofron kuadrin për të shtuar më tej mbrojtjen ndaj punëkërkuessve dhe punëmarrësve LGBTIQ, në rast se kompania e ka këtë dëshirë, dhe gjithashtu duke marrë parasysh rritjen e rezultateve nga viti i kaluar prej **45%**, të ilustruara në **Grafikon 18- 2016**.

Grafiku 18: Strategjia e Përgjegjësive Sociale të Korporatës

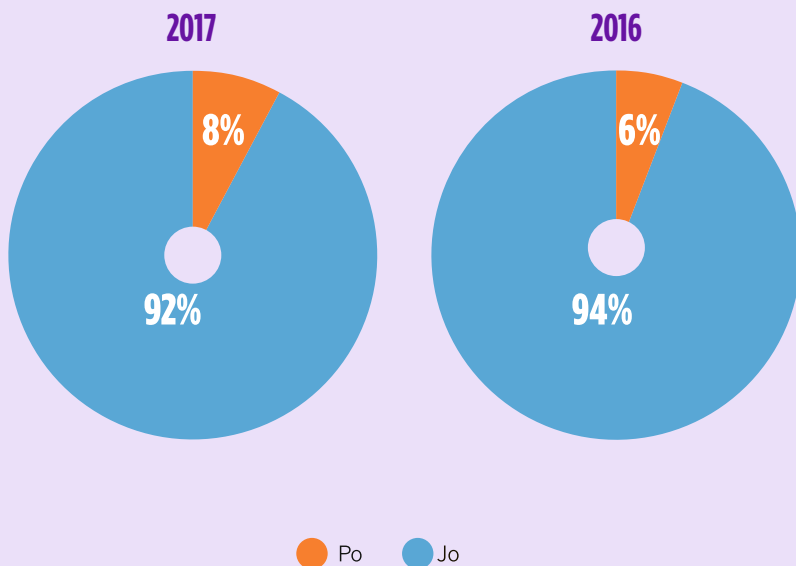
Pyetja 4.1.: a ka zhvilluar kompania një strategji të Përgjegjësive Sociale të Korporatës?



Megjithatë, siç tregon **Grafiku 19 - 2017** më poshtë, vetëm **8%** e këtyre strategjive të përgjegjësive dhe shërbimit social të korporatës përmendin komunitetet LGBTIQ, që është në vetvete një vlerësim i ulët, por gjithësesi më i lartë se i vitit të kaluar, ku vetëm **6%** e kompanive pohuan se strategjitë e tyre përmendin komunitetet LGBTIQ, siç paraqitet në **Grafikon 19 - 2016**.

Grafiku 19: Përmendja specifike e LGBTIQ në strategjinë sociale

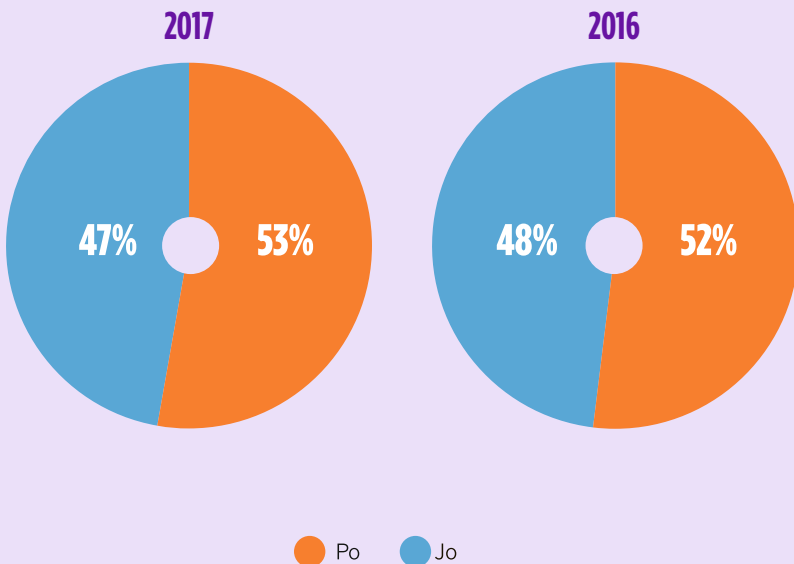
Pyetja 4.2.: nëse Po tek pyetja 4.1, a përfshin strategjia për Përgjegjësinë Sociale të Korporatës specifikisht diversitetin e LGBTIQ?



Grafiku 20 - 2017 më poshtë tregon se më shumë se **53%** e kompanive kanë bërë donacione bamirësie, dhe ka një trend pozitiv nga viti i kaluar ku **52%** e kompanive deklaruan të njëjtën gjë, **Grafiku 20 - 2016**.

Grafiku 20: Donacionet e Bamirësisë nga Kompanitë

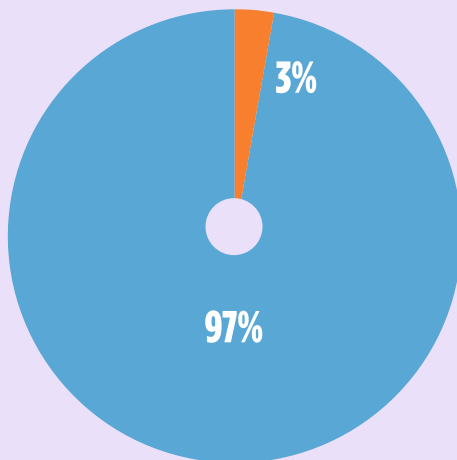
Pyetja 4.3: gjatë dy viteve të fundit, a ka bërë kompania donacione ose ka ofruar sponsorizim për organizata bamirësie apo komunitare?



Nga kompanitë e mësipërme, vetëm **3%**, siç tregohet në **Grafikun 21 - 2017** më poshtë, 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.

Grafiku 21: Donacionet e Bamirësisë që përfshijnë LGBTIQ - 2017

Pyetja 4.4.: Nëse Po te pyetja 4.3., a përfshinin këto sponsorizime ose dhurime mbështetjen për eventet dhe organizimet e personave LGBTIQ?

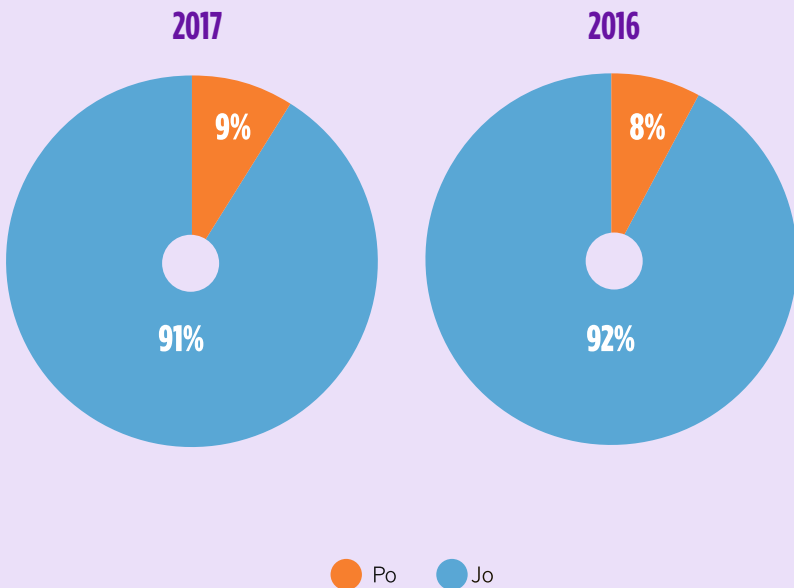


● Po ● Jo

Grafiku 22 - 2017 tregon se vetëm **9%** e kompanive i janë bashkuar ndonjë nisme për të mbështetur barazinë dhe përfshirjen e LGBTIQ. Ndërsa kompanitë janë të interesuara për përgjegjësinë sociale të korporatave, çështja e personave LGBTIQ nuk përfaqëson përparësi për veprimet e tyre. Megjithatë, ky vlerësim është më i lartë nga viti i kaluar ku rezultatet ishin **8%**, siç shihet në **Grafikon 22 - 2016**.

Grafiku 22: Mbështetja e Kompanisë për nismat mbi LGBTIQ

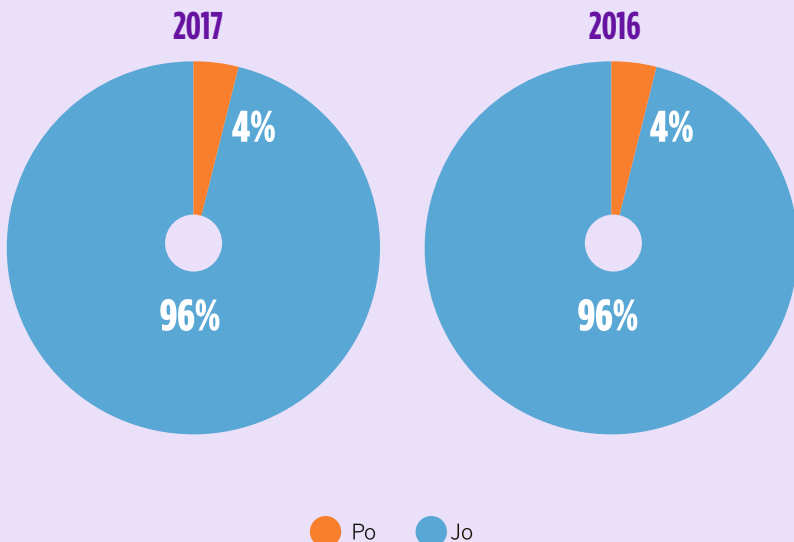
Pyetja 4.5: gjatë dy viteve të fundit, a i është bashkuar kompania ndonjë fushate ose nisme për të mbështetur publikisht barazinë dhe përfshirjen e personave LGBTIQ?



Në **Grafikun 23 - 2017** 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 personat LGBTIQ (apo pakica të tjera). Rezultatet kanë mbetur të pandryshuara nga viti i kaluar, **Grafiku 23 - 2016**.

Grafiku 23: Politika për të Ndaluar Transaksione Biznesi me Biznese/Organizata që Diskriminojnë

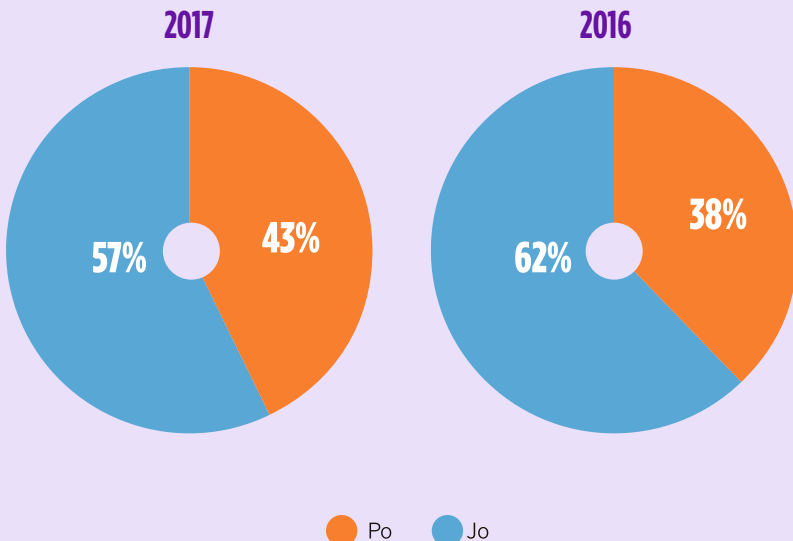
Pyetja 4.6 a ka kompania udhëzues që ju ndalojnë të bëni biznes me kompani ose organizata të cilat diskriminojnë hapur dhe në mënyrë të vazhdueshme personat e LGBTIQ, ose ndonjë pakicë racore, fetare?



Në **Grafikun 24 - 2017**, një total prej **43 %** të kompanive pjesëmarrëse përmendin se ato do të dëshironin të bënin më shumë për përfshirjen e LGBTIQ. Vërehet një rritje e konsiderueshme e rezultateve nga viti paraardhës në **Grafikun 24 - 2016**, që shënonin **38%**. Pavarësisht faktit se shumë bizneseve u mungojnë politikat apo trainimet 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.

Grafiku 24: Vullneti për të punuar për Çështjen e Përfshirjes së LGBTIQ

Pyetja 4.7: a do të ishte e interesuar kompania që të bëhej pjesë e një grupi pune për paaanësinë e biznesit në Shqipëri (për të ndajné praktikat më të mira dhe mësimet e mësuara, promovuar avokacinë dhe ndërgjegjësimin mbi përfshirjen e barabartë të personave



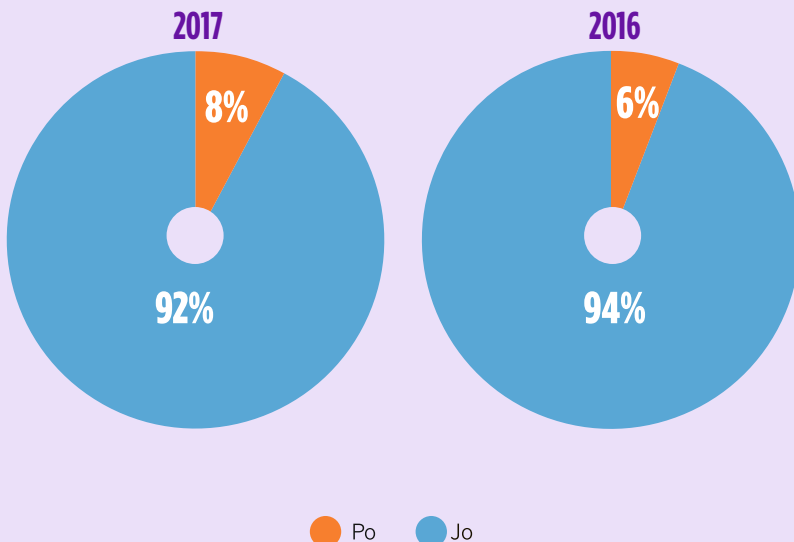
SEKSIONI IV: NISMA DHE VEPRIME SPECIFIKE LGBTIQ

Në Seksionin V, Indeksi pyet kompanitë lidhur me shembuj specifike 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 **Grafikon 25 - 2017** më poshtë, **8%** e kompanive raportuan se kanë nisma që janë novatore për përfshirjen e LGBTIQ, ndërkohë vitin e kaluar, vetëm **6%** e atyre pjesëmarrëse pohuan një gjë të tillë, siç tregohet në **Grafikon 25 - 2016**.

Grafiku 25: Programet për Nisma

Pyetja 5.3: a ka kompania një program që mbështet qartë ose jep përparësi në kuadër të përfshirjes së LGBTIQ?

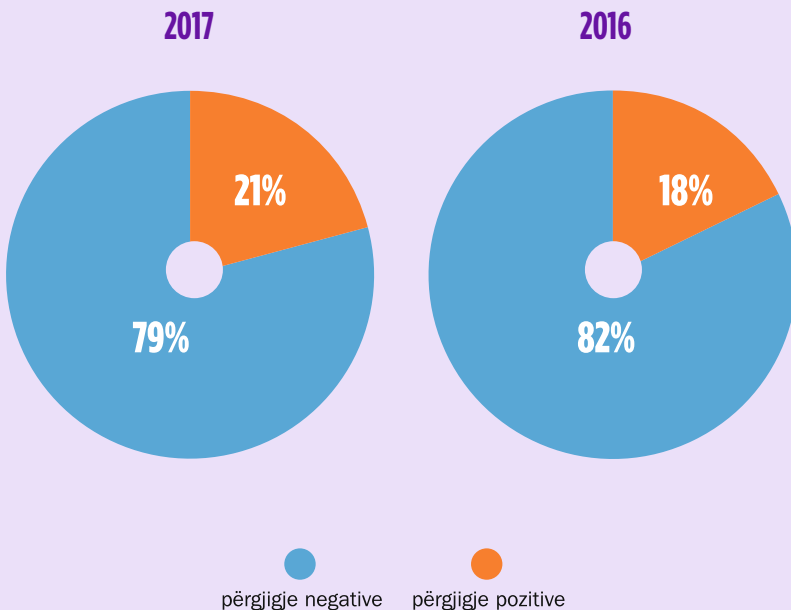


KONKLUZION

Nga krahasimi i rezultateve për secilën prej pyetjeve, përgjithësisht ka një rritje krahasuar me rezultatet e vitit të kaluar. **Grafiku 26** më poshtë tregon se **21%** e të gjitha kompanive pjesëmarrëse i janë përgjigjur pozitivisht pyetjeve të Indeksit LGBTIQ 2017, ndërsa në vitin 2016, vetëm **18%** e gjithë kompanive pjesëmarrëse dhanë përgjigje pozitive.

Grafiku 26: Rezultatet e Përgjithshme Vjetore të Indeksit LGBTIQ

Rezultatet për të gjithë kompanitë që morën pjesë në Indeksin LGBTIQ

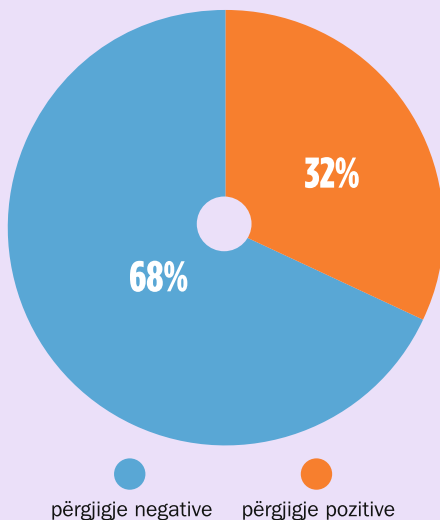


Rritja e rezultateve vetëm me **3%** nga viti i kaluar mund të duket e vogël, por, përfshirja rishtas e **38** kompanive, shumica e të cilave janë të një përmase më të vogël dhe nuk kanë përgjithësisht kuadër politikash e procedurash për trajtim të barabartë dhe mos-diskriminim të punëmarrësve dhe punëkërkuessve LGBTIQ, të cilat i ulën në mënyrë të ndjeshme rezultatet e përgjithshme, rritja me **3%** duhet konsideruar një sukses.

Rezultatet vetëm të kompanive që morën pjesë në të dy vitet, në Indeksin LGBTIQ, tregojnë se këtë vit ata iu përgjigjën pozitivisht **32%** të pyetjeve, siç paraqitet në **Grafikun 27** më poshtë, pra një rritje prej **14%** krahasuar me rezultatet e tyre të vitit të kaluar. Ata kanë hartuar procedura dhe politika konkrete për mbrojtjen e pakicave dhe Shqiptarëve LGBTIQ.

Grafiku 27: Rezultatet 2017 për kompanitë që morën pjesë në Indeks, në të dy vitet

Rezultatet e vitit 2017 për kompanitë që kanë marrë pjesë në Indeksin LGBTIQ, në të dy vitet





REKOMANDIME

Për Organizatat e Barazisë dhe Tolerancës ndaj LGBTIQ:

- Të përfshijnë objektiva që kanë lidhje me punësimin në përpjekjet e tyre mbështetëse.
- Të përhapin informacion mbi mbrojtjen për shqiptarët LGBTIQ në ligjin Kundër 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, fitimet dhe mbajtjen e punonjësve.
- Të pranojë nevojën dhe të kërkojë mundësi trainimi për të përmirësuar politikat dhe praktikat për diversitetin në vendin e punës, si për Shqiptarët LGBTIQ, ashtu edhe për pakicat e 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 ndërgjegjësimi për publikun, kode të standardizuara të sjelljes, politika të standardizuara dhe një faqe interneti, ku mund të gjendet një informacion i tillë.
- Të sigurojë 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 në jetesën e qytetarëve Shqiptarë LGBTIQ.



Produkt i
the HeadHunter®