

lgbt+ eei EMPLOYMENT  
EQUALITY  
INDEX

2020  
RAPORT PËR  
VITIN

Maqedonia e Veriut  
Shkurt 2021

Një produkt i:

**the HeadHunter®**

DIGNITY  
GLOBAL



PEOPLE FIRST





# Përmbajtja

Përmbledhje	4
Kompanitë e vlerësuara në vitin 2020	6
Rreth Indeksit të Barazisë në Punësim të LGBTIQ	8
Metodologjia	10
Gjetjet kyç dhe analizimi	12
<b>Seksioni I:</b> Informacion bazë për Kompanitë	13
<b>Seksioni II:</b> Politika dhe Procedura	15
<b>Seksioni III:</b> Politikat e Marrjes në Punë dhe Mbajtjes së Punëmarrësve	23
<b>Seksioni IV:</b> Përgjegjësia dhe Shërbimi Social i Korporatës	33
<b>Seksioni V:</b> Nisma dhe Veprime Specifike LGBTIQ	40
Konkluzion	41
Përmbledhje Krahasuese	42
Rekomandime	44

The HeadHunter Grup ka kënaqësinë të publikojë rezultatet e Indeksit të parë vjetor për Barazinë në Punësim të personave LGBTIQ në Maqedoninë e Veriut.

Megjithëse kur ndërmorem një nismë të tillë për herë të parë, shumë njerëz dyshuan në efektivitetin e saj duke menduar se sektori privat i Maqedonisë së Veriut as nuk do të merrte mundimin të merrte pjesë, dhe se publiku i Maqedonisë së Veriut nuk do të shqetësohej për një çështje të tillë. Falë bindjeve tona mbi të drejtën e punësimit dhe zhvillimit të karrierës për të gjithë qytetarët, si dhe mbështetjes së Ambasadës Hollandeze në vend, këmbëngulëm. Ne jemi të palëkundur në bindjen tonë se të gjithë qytetarët e Maqedonisë së Veriut, pavarësisht nga statusi apo cilësitë e tyre, kanë diçka për të kontribuar dhe kanë të drejtën për punësim dhe zhvillim.

Rezultatet përfundimtare ishin një surprizë edhe për vetë ne: në total, **70** kompani morën pjesë në këtë proces dhe pak prej tyre treguan se kishin të adaptuara politika konkrete për të mbrojtur të drejtat dhe respektuar dinjitetin e punë-kërkuesve dhe të punësuarve LGBTIQ.

Rritja e numrit të organizatave pjesëmarrëse në Indekset LGBTIQ të zhvilluar gjatë katër viteve të fundit në Shqipëri, Kosovë dhe Bosnje & Hercegovinë, tregon një rritje domethënëse të nivelit të ndërgjegjësimit nga ana e përfaqësuesve të biznesit, vit pas viti, 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 e një viti më parë në Shqipëri, Kosovë dhe Bosnje & Hercegovinë, arritën rezultate më të larta në Indeksin e vitit pasardhës dhe kanë ndërmarrë tashmë masa konkrete për të

mbrojtur personat 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.

## 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 Maqedoninë e Veriut kanë shumë për të bërë në drejtim të politikave të burimeve njerëzore dhe praktikave për të mbrojtur dhe mbështetur të drejtat dhe dinjitetin e punëkërkuësve dhe punëmarrësve të pakicave. Për fat të keq, një gjetje e tillë nuk është një gjë e papritur. Ata që kanë disa politika dhe praktika të tilla, nuk përfshijnë në to edhe individët e grupit LGBTIQ.

Por një numër i konsiderueshëm i këtyre kompanive mbështetin organizime dhe nisma bamirësie 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 konstaton se ekziston një nevojë dhe kërkesë e jashtëzakonshme për trainime të vazhdueshme në vendin e punës lidhur me diversitetin, në kompanitë që operojnë në Maqedoninë e Veriut, ashtu sikurse edhe për politika dhe praktika të standardizuara të cilat kompanitë mund t'i adaptojnë.

Në vijim të procesit të thellësishëm të zhvilluar në muajt Nëntor-Dhjetor, 2020, The HeadHunter Grup përgatiti tabelat e rezultateve përkatëse për secilën nga **70** kompanitë që morën pjesë në të, dhe në total **5 (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 pavlerësuara**. Ari është vlerësimi më i lartë që u akordohet kompanive me performancë 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 punëkërkuësve, 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 punëkërkuësve dhe punëmarrësve LGBTIQ, nëpërmjet veprimeve dhe marrëdhënieve të tyre me të punësuarit. Këto kompani gjithashtu kanë përputhshmëri me ligjin vendas kundër diskriminimit.
- **Argjend**: U referohet kompanive që kanë politika dhe praktika të mbrojtjes së dinjitetit të punëkërkuësve dhe punëmarrësve LGBTIQ, por nuk mund të dëshmojnë veprime të regjistruara në këtë drejtim. Politikatat e tyre i përmendin në mënyrë specifike LGBTIQ. Këto kompani shfaqin përputhshmëri me ligjin vendas 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 vendas 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 vendas 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 trainimit.

Indeksi i Barazisë në Punësim të LGBTIQ është i pari i këtij lloji në Maqedoninë e Veriut, 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 praktikatat e përgjithshme të punësimit të tyre.** Veç kësaj, ai vlerëson edhe përputhjen e tyre me legjislacionin vendas 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, vendosi në vitin 2016 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, The Headhunter Grup u jep çmime kompanive të cilat kanë qenë shembull në mbrojtjen e të drejtave dhe kanë mbështetur dinjitetin e punëkërkesve dhe punëmarrësve LGBTIQ. Indeksi i Punësimit të LGBTIQ, i The Headhunter Grup, vlerëson politikatat dhe praktikatat e kompanive që operojnë në Maqedoninë e Veriut, ndaj punëkërkesve dhe punëmarrësve LGBTIQ. Stafi i The Headhunter Grup interviston drejtuesit dhe verifikon politikatat dhe praktikatat, si të kompanive të Maqedonisë së Veriut, ashtu dhe të atyre të huaja.





Informacion lidhur me Indeks mund të gjendet në:

**<https://theheadhunter.com/projects/lgbt-iq-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 përgjegjësisë 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 Grupi themeloi Fondacionin RINI Albania, aktualisht me emërtimin People First, 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 Indeksit e Barazisë LGBTIQ, seminarë ndërgjegjësimi mbi Ligjin Kundër Diskriminimit për punëkërkesit, punëmarrësit dhe punëdhënësit, 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.

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 të Maqedonisë së Veriut në tërësinë e tij. Gjithashtu janë përfshirë edhe disa Institucione Publike dhe OJF, për të patur një bazë më të gjerë krahasuese ndërmjet organizatave punëdhënëse në Maqedoninë e Veriut.

## 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.

## Metodologjia

The Headhunter Grup do të ndërmarrë një proces vlerësimi çdo vit. 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 **70 kompanive**. Ato janë paraqitur këtu për të treguar tendencat e rëndësishme dhe për të marrë njohuri lidhur me sektorin privat në Maqedoninë e Veriut dhe kryesisht, përkrahjen nga ana e tyre e të drejtave dhe dinjitetit të punëkërkuësve dhe punëmarrësve LGBTIQ.

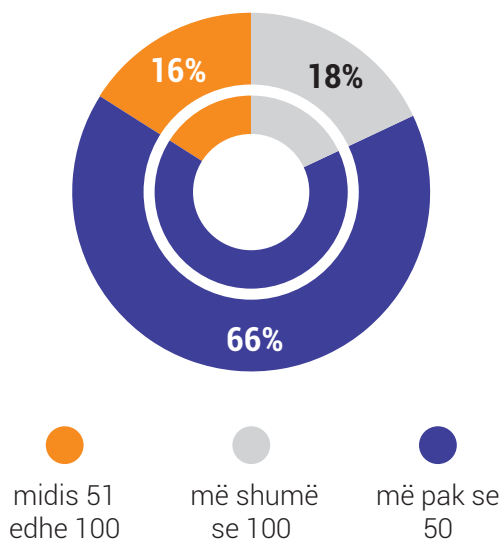


## Seksioni I: Informacion bazë për Kompanitë

Stafi i The Headhunter Grup ka kryer vlerësime për **70** kompani në total.

### **Grafiku 1:** Numri i të punësuarve

**Pyetja 1.4.:** afërsisht sa të punësuar ka kompania në Maqedoninë e Veriut?



Siç duket në **Grafikun 1**, një numër i konsiderueshëm kompanish që morën pjesë në vlerësim këtë vit, janë relativisht ndërmarrje të mëdha. **18%** e këtyre kompanive kanë më shumë se 100 të punësuar dhe **16%** kanë midis 51 dhe 100 të punësuar. Qëllimi ishte që të përfshiheshin më shumë kompani të vogla, që rezultatet të ishin më përfshirëse duke përfaqësuar në një bazë më të gjerë të kompanive vendase, kështu që **66%** e kompanive të përfshira kanë një numër të punësuarish më të vogël se 50, gjë që konsiderohet 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.

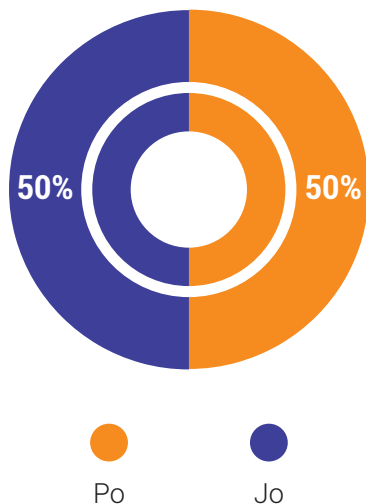
Gjithashtu, kompanitë që morën pjesë në vlerësim këtë vit, vijnë nga një gamë e gjerë industrish, por më së shumti nga Tregtia me Pakicë **14%**, Marketing & Reklama **19%** dhe Prodhim & Banking **9%**.



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 punësimi që aplikohet për të gjithë të punësuarit?*

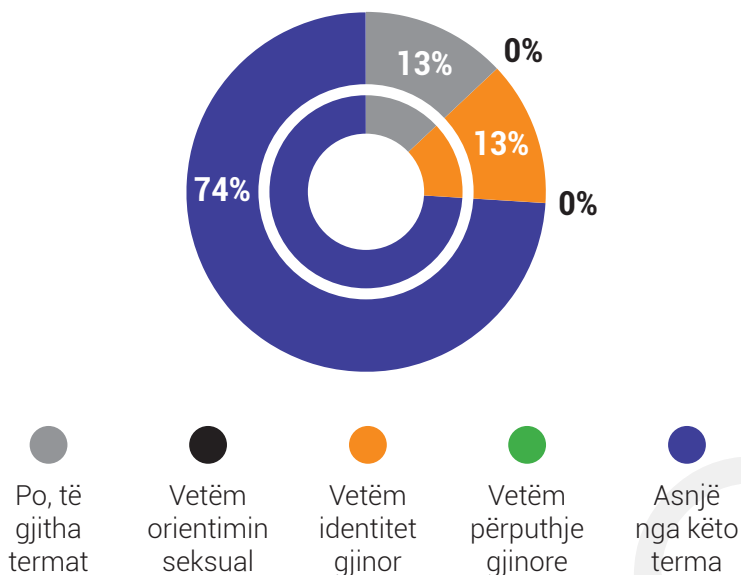


**50%** e kompanive pohojnë se kanë aktualisht një politikë kundër diskriminimit dhe mundësive të barabarta, për të gjithë të punësuarit. Edhe pse kjo përqindje përfaqëson gjysmën e kompanive pjesëmarrëse, duke qenë se kjo pyetje nuk ka të bëjë në mënyrë të veçantë me persona LGBTIQ, por me të gjitha kategoritë, një gjë e tillë tregon se ka jashtëzakonisht shumë vend për të përmirësuar ngritjen e një kulture kundër diskriminimit.

Në **Grafikun 3** më poshtë, kompanive u është kërkuar nëse politika ka të bëjë në mënyrë specifike me LGBTIQ dhe statusin e tyre. Asnjë prej kompanive nuk ka 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 punëkërkesit dhe punëmarrësit LGBTIQ. Gjithësesi, është pozitiv fakti që 13% e kompanive përmendin se politikat e tyre i përfshijnë të gjithë termat.

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

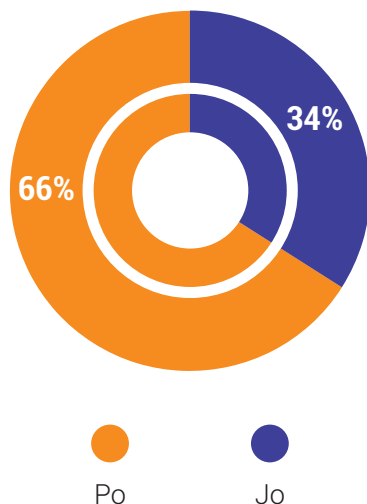
**Pyetja 2.2.:** a i referohet Politika kundër diskriminimit dhe për mundësitë e barabarta për punësim dhe zhvillim, Ligjit lokal Kundër Diskriminimit dhe a përfshin kjo Politike termat "orientim seksual", "identitet gjinor" dhe/ose "përputhje gjinore"?





#### **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 për punësim dhe zhvillim të barabartë?



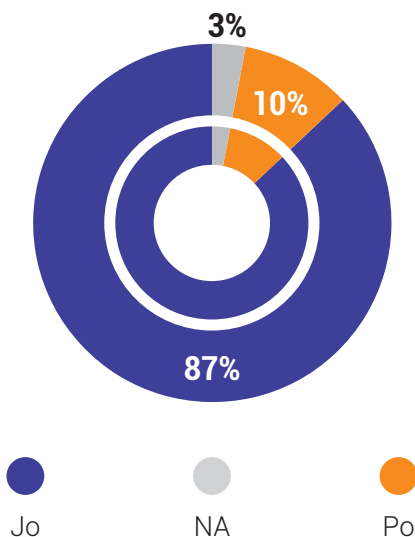
Sikurse duket në **Grafikun 4**, **66%** e kompanive të vlerësuara kanë një manaxher të veçantë (zakonisht të Burimeve Njerëzore apo drejtor), që ka mandat specifik për të siguruar mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta për stafin. Edhe pse rezultatet janë relativisht të larta, **34%** e kompanive nuk e kanë këtë person përgjegjës, gjë që ve në dukje faktin se disa nga kompanitë, jo vetëm që nuk kanë politika në zbatim, por 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** më poshtë, e përforcon këtë pikë duke treguar se vetëm 10% e kompanive kanë një anëtar të stafit të tyre manaxherial me mandat specifik për të përfshirë në strukturën dhe politikën e burimeve njerëzore të kompanisë, personat LGBTIQ.

### **Grafiku 5:** Përmendja e LGBTIQ në mandate

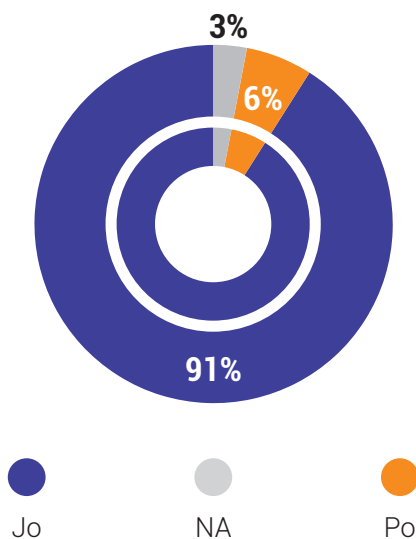
**Pyetja 2.4.:** a përfshin mandati ose detyra e këtij Drejtori të Burimeve Njerëzore ose Drejtori Ekzekutiv specifikisht diversitetin e LGBTIQ?



**Grafiku 6** më poshtë përshkruan nivelin në të cilin kompanitë trainojnë konkretisht manaxherët e tyre të burimeve njerëzore apo drejtues të tjerë mbi mos-diskriminimin dhe mundësitë e barabarta dhe vetëm **6%** raportuan se e bëjnë një gjë të tillë. The Headhunter Group mendon se kjo statistikë është shqetësuese. Edhe pse 50% e kompanive raportojnë se kanë politika të tilla (**Grafiku 2** më sipër), vetëm 6% 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 6:** *Trainimi për Burimet Njerëzore dhe Menaxhimin*

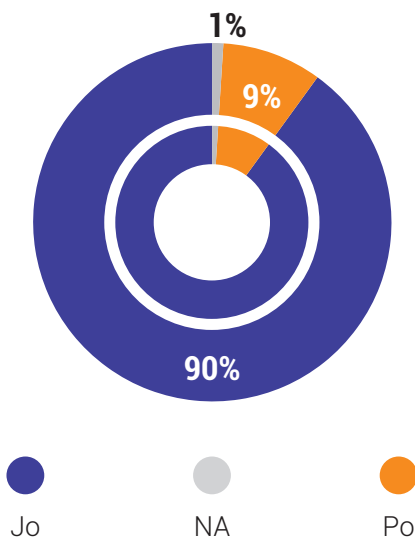
**Pyetja 2.5:** nëse Po te pyetja 2.4., a është trainuar ky Drejtor i Burimeve Njerëzore ose Drejtor Ekzekutiv specifikisht për këto tema?



**Grafiku 7** më poshtë, tregon rezultatet e përgjigjeve të pyetjes së Indeksit nëse kompanitë ofrojnë trainime kundër diskriminimit dhe mundësive të barabarta për manaxherët e tjerë, supervisorët dhe drejtuesit e grupeve, dhe rezultatet tregojnë se vetëm **9%** e këtyre kompanive ofrojnë trainime të tilla, që është një rezultat kontradiktor me rezultatit e pyetjes 2.5.

### **Grafiku 7:** Trainimi për Manaxherët e tjerë

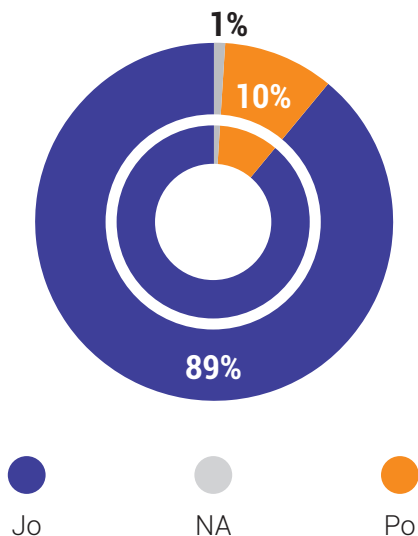
**Pyetja 2.6.:** a u ofron kompania manaxherëve të tjerë, supervisorëve, dhe udhëheqësve të skuadrave trainime formuese kundër diskriminimit dhe mundësive të barabarta në punësim dhe zhvillim?



Në **Grafikun 8** më poshtë, 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, por për fat të keq, vetëm **10%** e kompanive e ofrojnë një trainim të tillë.

**Grafiku 8:** Trainimi i të gjithë Punonjësve

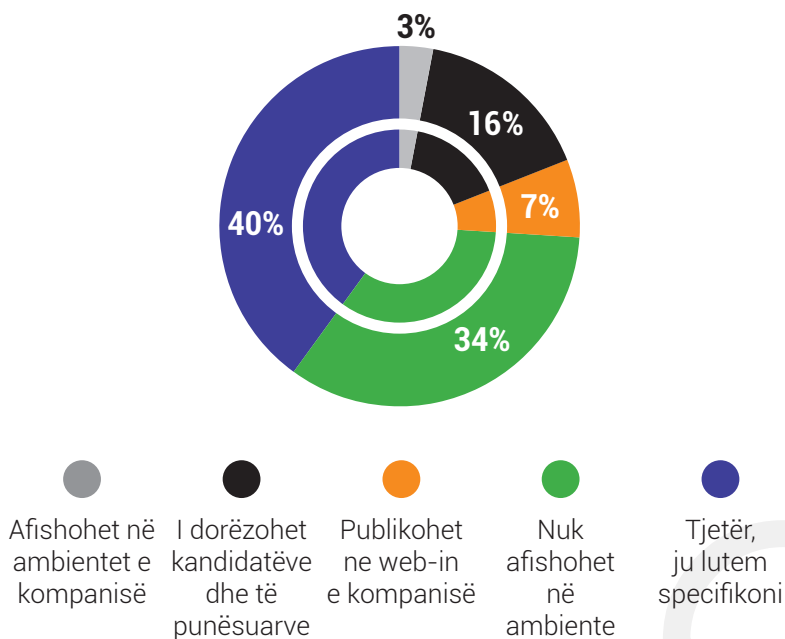
**Pyetja 2.7.:** a u ofron kompania të gjithë punonjësve trainim kundër diskriminimit dhe mundësive të barabarta në vendin e punës?



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 punëkërkuarit dhe punëmarrësit e saj. Në **Grafikun 9** më poshtë, disa nga kompanitë u përgjigjën se i bëjnë të njohura politikën, megjithatë, mund të bëhen më shumë përpjekje për të rritur njohjen e tyre nga stafi dhe punëkërkuarit.

**Grafiku 9:** Mënyrat e bërjes së politikave të njohura publikisht

**Pyetja 2.8.:** nëse kompania ka një politikë kundër diskriminimit dhe barazisë në punësim dhe zhvillim si është paraqitur tek punonjësit dhe kandidatët tuaj?

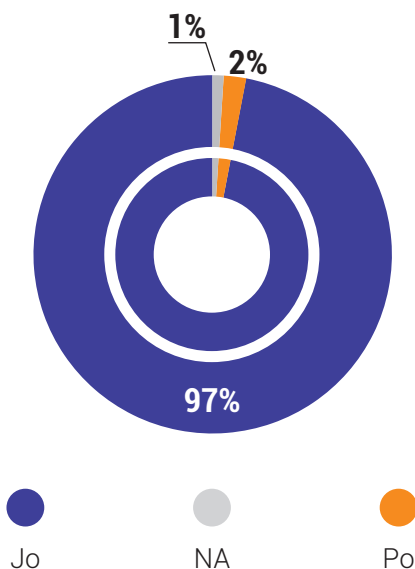


Në këtë seksion, Indeksi i ka pyetur kompanitë rreth politikave dhe procedurave që ato zbatojnë, lidhur me marrjen dhe mbajtjen në punë të punonjësve të tyre.

Në **Grafikun 10** më poshtë, vetëm **2%** e kompanive kanë raportuar se i kanë të përmendur në mënyrë specifike punëkërkesit LGBTIQ, në politikat e tyre të rekrutimit apo zhvillimit. Përçindja është mjaft e ulët dhe kjo është një e dhënë e rëndësishme, pasi mos-diskriminimi në stadin e marrjes në punë dhe promovimit, është kritik (a) për të inkurajuar punëkërkesit LGBTIQ që të aplikojnë për punë; (b) për t'u bërë të ditur punëkërkesve 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 apo promovojnë, se diskriminimi nuk tolerohet. Një gjë e tillë gjithashtu krijon bazën për ankesa të mundshme, në rast se një punëkërkes LGBTIQ e ndjen veten se është diskriminuar gjatë procesit të marrjes në punë.

**Grafiku 10:** Përmendja e LGBTIQ në Politikën e Rekrutimit dhe Promovimit

**Pyetja 3.1.:** a përfshijnë politikat e rekrutimit dhe zhvillimit, të kompanisë, një referencë specifike për personat LGBTIQ?

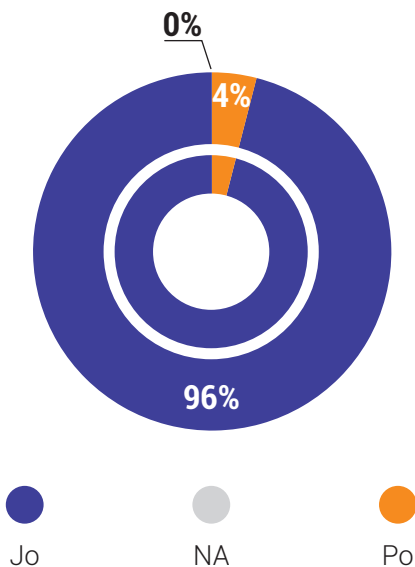




**96%** e kompanive, siç tregohet në **Grafikun 11** më poshtë, kanë formularë aplikimi dhe pyetje interviste që janë miqësore ndaj personave LGBTIQ. Kjo tregon një hap përpara në respektimin e të drejtave dhe ruajtjen e dinjitetit të punëkërkuësve LGBTIQ, por shumë kompani nuk kanë aftësitë e nevojshme 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.

### **Grafiku 11:** Formularët e Aplikimit

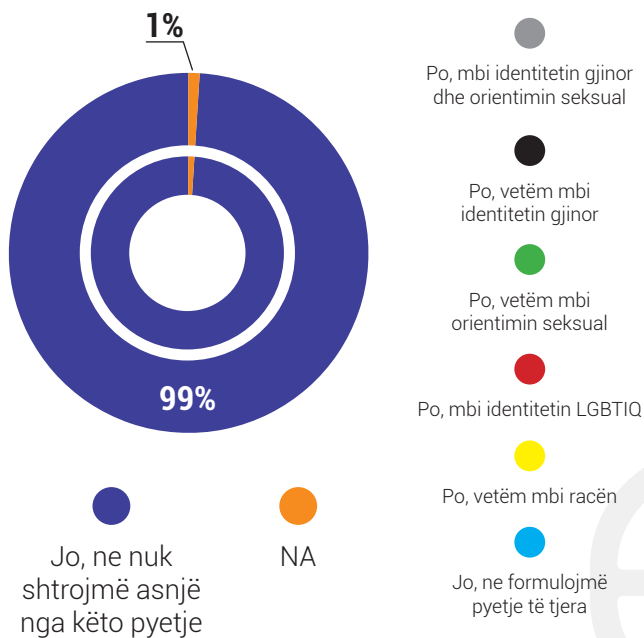
**Pyetja 3.2.:** a janë formularët e aplikimit të kompanisë dhe pyetësorët intervistues të dizenuar për të pyetur pjesëtarët e LGBTIQ në një mënyrë miqësore?



Ndërkohë që në **99%** të kompanive, siç tregohet në **Grafikun 12** më poshtë, Drejtuesi i Burimeve Njerëzore ose menaxher 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

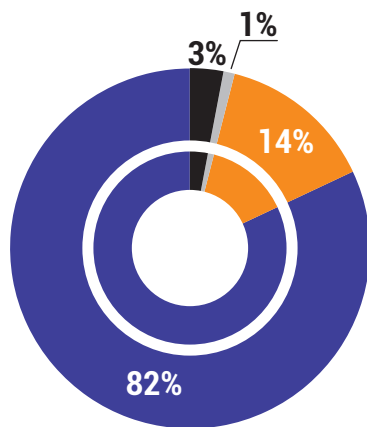
**Pyetja 3.3.: a i bën departamenti i Burimeve Njerëzore ose Menaxheri i Rekrutimit pyetje individuale kandidatëve ose punëdhënësve për orientimin seksual dhe/ose për identitetin gjinor, identitetin LGBTIQ, ose çfarëdo pyetje për gjininë ose racën?**



Në **Grafikun 13** më poshtë, vetëm **1%** e kompanive deklarojnë se kanë punësuar apo promovuar një ose më shumë persona LGBTIQ. Ky rezultat i ulët 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 99% e tyre përgjigjet “nuk shtrojmë të tilla pyetje”.

### **Grafiku 13:** Punësimi dhe promovimi i personave LGBTIQ

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



Po



Preferoj  
të mos  
përgjigjem



Jo

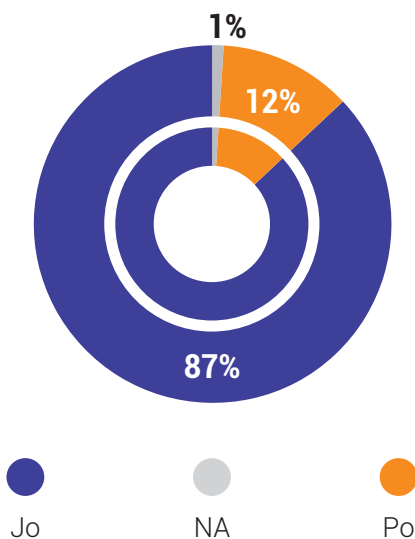


Nuk e di

Në **Grafikun 14** më poshtë, vetëm **12%** e kompanive raportojnë se i kanë mekanizmat për të denoncuar ngacmimet në punë, që në fakt nuk është në nivelin që duhet të jetë. Përqindja e ulët nuk është një surprizë po të kesh parasysh numrin e vogël të kompanive që adaptojnë politika kundër diskriminimit dhe mungesa e mekanizmave të tillë i bën të cënueshëm 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 pasoja..

**Grafiku 14:** Mekanizmi për të Raportuar Diskriminimin ose Ngacmimet

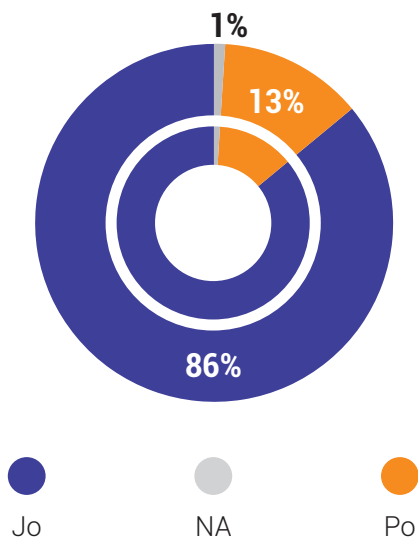
**Pyetja 3.6.:** a ka kompania një mekanizëm të brendshëm që të raportojë diskriminimin ose ngacmimin bazuar në identitetin gjinor dhe/ose orientimin seksual në vendin e punës?



Në mënyrë të ngjashme, në **Grafikun 15** më poshtë, vetëm **13%** e kompanive kanë staf drejtues të trainuar për t'iu përgjigjur ankesave të tilla për diskriminim apo ngacmime. 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.

### **Grafiku 15:** Trainimi i stafit menaxherial

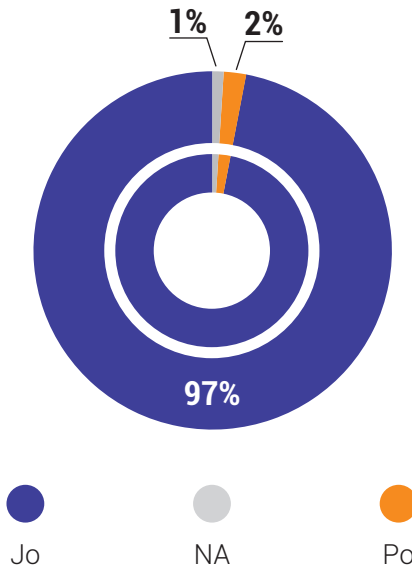
**Pyetja 3.7.:** a është trainuar ndokush në kompani që të di si të menaxhojë situata në raste ankesash mbi diskriminimin, ngacmimin, dhunën verbale/fizike, identin gjinor dhe/ose orientimin seksual në vendin e punës?



Në **Grafikun 16**, vetëm **2%** 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. Kjo nënvizon cënueshmërinë e personave LGBTIQ në punë.

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

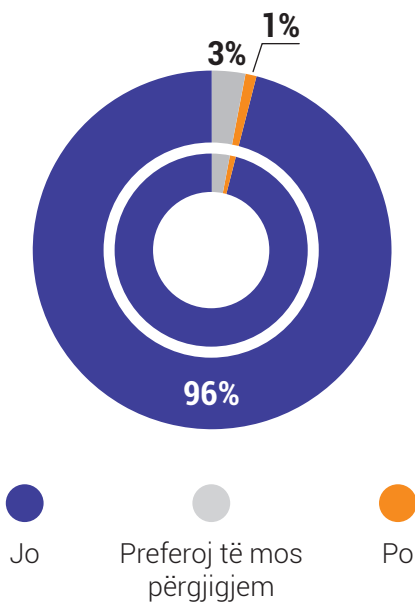
**Pyetja 3.8.:** a disponon kompania ndonjë mekanizëm në mënyrë që të vlerësojë dhe zvogëlojë problemet e sigurisë dhe çështje të tjera të mirëqënies së punësuarve LGBTIQ në vendin e punës?



**Grafiku 17** u ka shtruar kompanive pyetjen nëse kanë hasur ndonjë herë raste të raportuara diskriminimi në punë dhe si i kanë trajtuar ato, dhe vetëm **1%** e tyre kanë pohuar se janë përballur, gjithësesi, asnjë nga kompanitë që i përket kësaj kategorie nuk përmend ndonjë shembull konkret.

**Grafiku 17:** *Trajtimi i rasteve të raportuara të Diskriminimit në Punë*

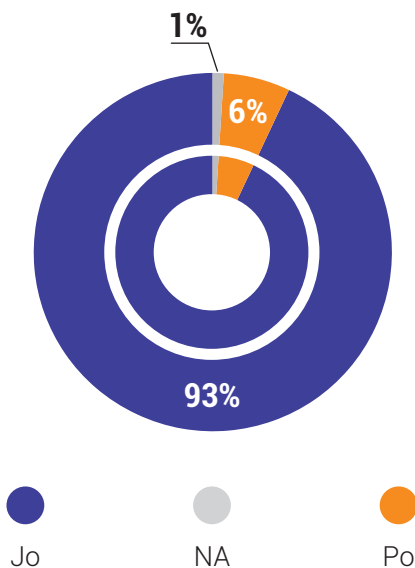
**Pyetja 3.9.:** *A ka hasur kompania ndonjë rast ankese të paraqitur për diskriminim, ngacmim dhe dhunë, bazuar në identitetin gjinor dhe/ose orientimin seksual, ose çdo lloj tjetër diskriminimi në vendin e punës, dhe si janë trajtuar këto raste ?*



**Grafiku 18** 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, **1%** e kompanive përmend sfida specifike me të cilat është përballur në këtë proces.

**Grafiku 18:** Mbështetja e Kompanisë për Përfshirjen Sociale dhe Profesionale të Personave LGBTIQ

**Pyetja 3.10.:** A ka mbështetur kompania ndonjë lloj nisme tjetër për të promovuar përfshirjen sociale dhe profesionale të pakicave, përfshirë këtu edhe personat LGBTIQ?

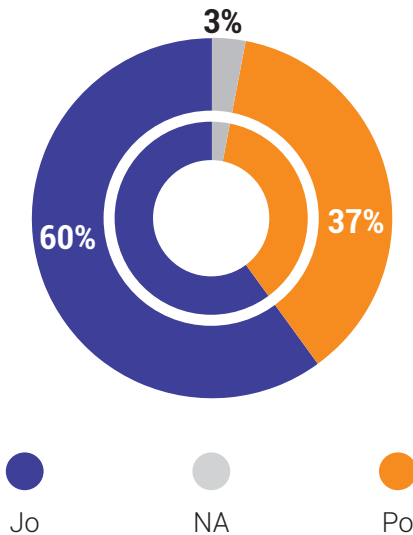




Ky seksion shtron pyetjen lidhur me përgjegjësinë dhe shërbimin social të korporatës ndaj gjithë komunitetit **Grafiku 19** më poshtë tregon se **37%** e kompanive kanë një strategji të tillë tashmë të zhvilluar. Kjo është pozitive pasi të paktën ofron mundësinë për të shtuar më tej mbrojtjen ndaj punëkërkuessve dhe punëmarrësve LGBTIQ, në rast se kompania e ka këtë dëshirë.

### **Grafiku 19:** Strategjia e Përgjegjësisë Sociale të Korporatës

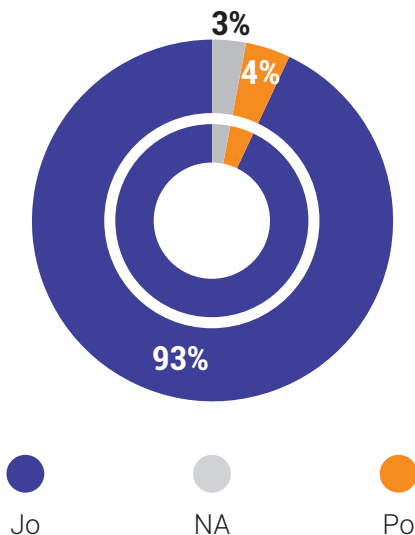
**Pyetja 4.1.:** A ka zhvilluar kompania një strategji për Përgjegjësinë Sociale të Korporatës?



Megjithatë, siç tregon **Grafiku 20** më poshtë, vetëm **4%** e këtyre strategjive të përgjegjësisë dhe shërbimit social të korporatës përmendin komunitetet LGBTIQ, që është në vetvete një vlerësim i ulët.

**Grafiku 20:** Përmendja specifike e LGBTIQ në strategjinë sociale

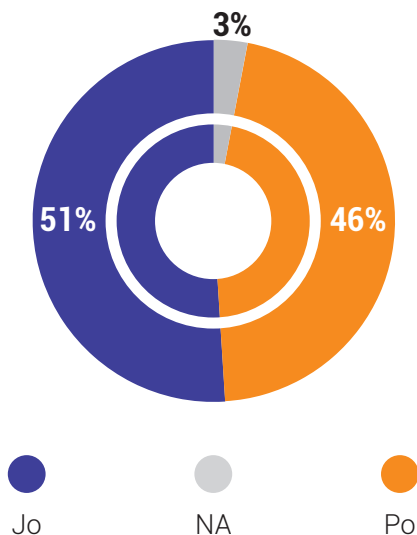
**Pyetja 4.2.:** nëse Po tek pyetja 4.1 a përfshin strategjia për Përgjegjësinë Sociale të Korporatës specifikisht diversitetin LGBTIQ?



**Grafiku 21** më poshtë tregon se më shumë se **46%** e kompanive kanë bërë donacione bamirësie, shifër që është pozitive, gjithësesi, ka shumë hapësirë për përmirësim.

**Grafiku 21:** Donacionet e Bamirësisë nga Kompanitë

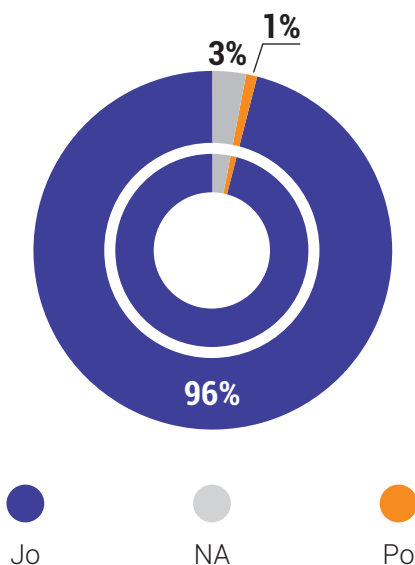
**Pyetja 4.3.:** gjatë dy viteve të fundit, a ka bërë kompania donacione ose ofruar sponsorizim për organizata bamirësie ose organizata komunitare?



Nga kompanitë e mësipërme, vetëm **1%**, siç tregohet në **Grafikun 22** më poshtë, e kanë bërë këtë për organizata dhe projekte të fokusuara drejt LGBTIQ. Megjithatë, duhet mbajtur parasysh se janë pak organizata të tilla aktive në Maqedoninë e Veriut, 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 22:** Donacionet e Bamirësisë që përfshijnë LGBTIQ

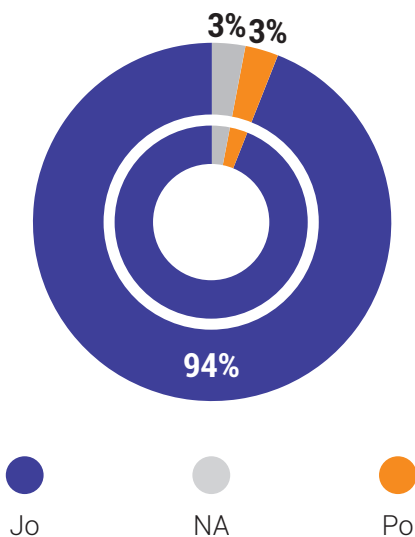
**Pyetja 4.4.:** Nëse Po te pyetja 4.3., a përfshinin këto sponsorizime ose dhurime mbështetje për eventet dhe organizimet e personave LGBTIQ?



**Grafiku 23** tregon se vetëm **3%** 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.

**Grafiku 23:** Mbështetja e Kompanisë për nismat mbi LGBTIQ

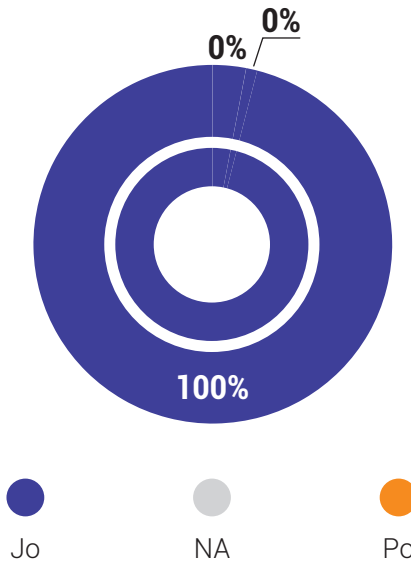
**Pyetja 4.5.:** gjatë dy viteve të fundit, a i është bashkuar kompania ndonjë fushate ose nisme për të mbështetur në mënyrë publike barazinë dhe përfshirjen e personave LGBTIQ?



Në **Grafikun 24** më poshtë, asnjë prej kompanive nuk ka një politikë apo rregulla që t'i ndalojnë ato të bëjnë biznes me kompani të tjera që diskriminojnë personat LGBTIQ (apo pakica të tjera).

**Grafiku 24:** *Politika për të Ndaluar Transaksione Biznesi me Kompani/Organizata që Diskriminojnë*

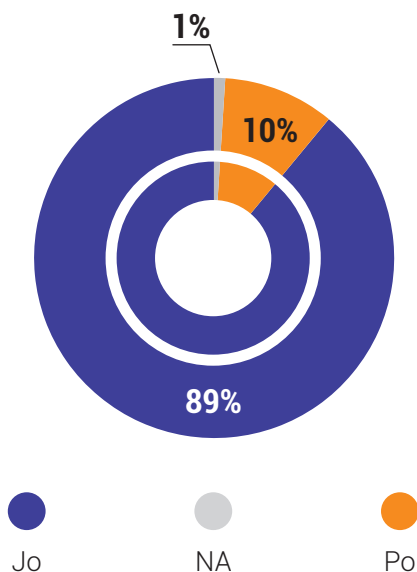
**Pyetja 4.6** *A ka kompania udhëzues që ndalojnë të bëni biznes me kompani ose organizata të cilat diskriminojnë hapur dhe në mënyrë të vazhdueshme personat e LGBTIQ, ose ndonjë minoritet racor/fetar?*



Në **Grafikun 25**, një total prej **10%** të kompanive pjesëmarrëse përmendin se ato do të dëshironin të bënin më shumë për përfshirjen e LGBTIQ. Fakti se shumë bizneseve u mungojnë politikat apo trainimet lidhur me këtë çështje, dhe që një pjesë e vogël e tyre do të donin të angazhoheshin më shumë në këtë drejtim, krijon hapësirën për nisma dhe projekte të mëtejshme sensibilizimi.

**Grafiku 25:** 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 paanësinë e biznesit në Maqedoninë e Veriut (për të ndarë praktikat më të mira dhe mësimet e mësuara, promovuar avokacinë dhe ndërgjegjësimin mbi përfshirjen e barabartë të LGBTIQ në vendin e punës

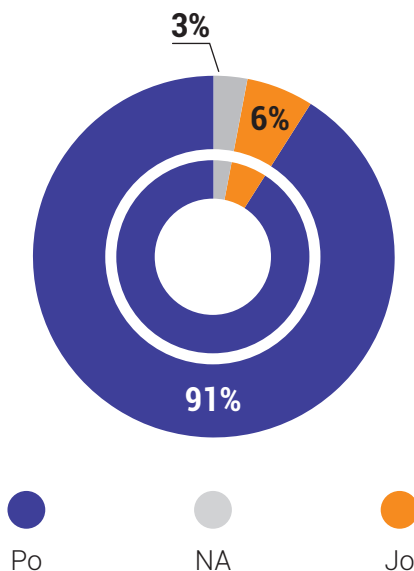


Në Seksionin V, Indeksi pyet kompanitë lidhur me shembuj specifikë pune apo mbështetje për komunitetet LGBTIQ. Kompanitë nuk mund të marrin statusin Ar në këtë Indeks pa patur një regjistrim të provueshëm të veprimeve të tilla.

Sikurse tregohet në **Grafikun 26** më poshtë, **6%** e kompanive raportuan se kanë nisma që janë novatore për përfshirjen e LGBTIQ.

### **Grafiku 26:** Programet për Nisma

**Pyetja 5.3.:** a ka kompania një program që është i qartë që mbështet ose i jep përparësi në termat e përfshirjes LGBTIQ?

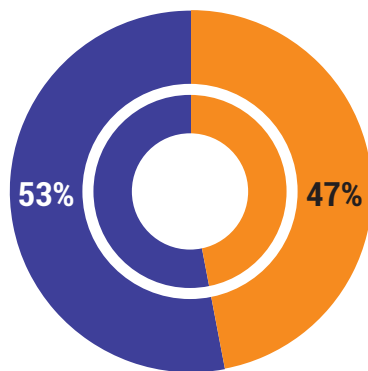




Nga analiza e rezultateve për secilën prej pyetjeve **Grafiku 27** më poshtë tregon se **53%** e përgjigjeve të totalit të pyetjeve të Indeksit LGBTIQ, kanë që pozitive.

**Grafiku 27:** Rezultatet e Përgjithshme Vjetore të Indeksit LGBTIQ

**Rezultatet për të gjithë kompanitë që morën pjesë në Indeksin LGBTIQ, 2020**



●  
Përgjigje  
Pozitive

●  
Përgjigje  
Negative

Duke analizuar rezultatet e Indeksit të parë LGBTIQ të zhvilluar në Shqipëri, në 2016, dhe të njëjtit Indeks të zhvilluar në Maqedoninë e Veriut gjatë viteve 2020-2021, kemi vërejtur elementet e mëposhtëm, më të rëndësishëm:

- Shkalla e pjesëmarrjes nga organizatat ka qenë pothuajse e njëjtë, **71** në Shqipëri kundrejt **70** në Maqedoninë e Veriut, dhe kompanitë pjesëmarrëse në Shqipëri ishin më të mëdha se ato pjesëmarrëse në Maqedoninë e Veriut (**45%** vs **18%**).
- Më shumë organizata në Shqipëri kishin aplikuar tashmë politika për Antidiskriminim dhe Shanset e Barabarta në Vendin e Punës, sesa në Maqedoninë e Veriut (**62%** kundrejt **50%**), dhe më shumë përfshinin Ligjin për Antidiskriminim, si dhe identitetin gjinor ose orientimin seksual (**17%** kundrejt **13%**).
- Kishte më shumë organizata në Maqedoninë e Veriut se në Shqipëri, të cilat kishin një menaxher të Burimeve Njerëzore, ose Ekzekutiv, të mandatuar për mos-diskriminim dhe Shanset e Barabarta në Punë (**66%** kundrejt **25%**), përfshirë këtu edhe LGBTIQ (**10%** kundrejt **7%**).
- Lidhur me trainimin e menaxhimi dhe drejtuesve, si dhe të gjithë punonjësve, për temat e mësipërme, Shqipëria ka vlera më larta se Maqedonia e Veriut (**18%** kundrejt **9%**) dhe (**14%** kundrejt **10%**).
- Shihen rezultate të ngjashme krahasuese në lidhje me bërjen publike të politikave të Antidiskriminimit dhe Shanseve të Barabarta në vendin e punës, ku vetëm **5%** e organizatave në Shqipëri nuk i bëjnë ato publike, ndërsa në Maqedoninë e Veriut janë **34%** e tyre.
- Në lidhje me politikat e Rekrutimit dhe Zhvillimit të cilat përmendin në mënyrë specifike personat LGBTIQ, rezultatet për të dy vendet janë të njëjta (**97%**).
- Një numër më i madh i organizatave në Shqipëri, sesa në Maqedoninë e Veriut, kanë një mekanizëm për të raportuar

ngacmimin bazuar në gjininë, ose orientimin seksual, në vendin e punës (**32%** kundrejt **12%**), dhe kur bëhet fjalë për manaxherë të trainuar se si të merren me këto çështje, diferenca midis dy vendeve është shumë e vogël (**14%** kundrejt **13%**).

- Më shumë organizata në Shqipëri, se në Maqedoninë e Veriut, kanë një mekanizëm për të mbrojtur mirëqenien e personave LGBTIQ në vendin e punës (**7%** kundrejt **2%**).
- Gjithashtu, në lidhje me Përgjegjësinë Sociale të Korporatave, më shumë organizata në Shqipëri, se në Maqedoninë e Veriut, kanë zhvilluar një strategji (**45%** kundrejt **37%**) dhe më shumë përfshijnë diversitetin LGBTIQ (**6%** kundrejt **4%**).
- Organizatat në Shqipëri tregojnë më shumë interes për të marrë pjesë në një grup pune, për të promovuar dhe mbrojtur përfshirjen dhe barazinë e personave LGBTIQ në vendin e punës, se në Maqedoninë e Veriut (**38%** kundrejt **10%**).

Sipas mendimit tonë, arsyeja kryesore për vlerësimet më të larta në Shqipëri, krahasuar me Maqedoninë e Veriut, në Indeksin e parë, është rrjedhojë e madhësisë së kompanive që marrin pjesë në secilin prej vendeve. Sidoqoftë, duhet të theksohet se në Shqipëri, vitin e parë u përfshinë vetëm bizneset private dhe jo Institucionet Shtetërore dhe OJF-të.

Bazuar në sa më sipër, ne tani jemi edhe më të bindur se zhvillimi i Indeksit LGBTIQ ka qenë një domosdoshmëri për mjedisin e punës në Maqedoninë e Veriut dhe ka vend për shumë punë, në mënyrë që të përmirësohet qasja ndaj Diskriminimit të pakicave, dhe konkretisht personave LGBTIQ, në vendin e punës.

### **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 individët LGBTIQ nga ligji Kundër Diskriminimit, tek komuniteti LGBTIQ.
- Të shohin për mundësi që të zbatojnë në praktikë mbrojtjen duke arritur përfitime reale për jetën e qytetarëve LGBTIQ të Maqedonisë së Veriut.

### **Për Sektorin Privat të Maqedonisë se Veriut:**

- 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 dhe mundësitë e barabarta, si për individët 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 e Maqedonisë së Veriut:**

- Të përforcojë dhe të vazhdojë të zbatojë me rreptësi ligjin kundër diskriminimit me një plan veprimesh që të përmbajë objektiva dhe afate konkrete. Kjo mund të përfshijë materiale 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 individëve 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 LGBTIQ të Maqedonisë së Veriut.

Raporti vjetor mbi gjetjet për vitin 2020  
për Maqedoninë e Veriut është përgatitur  
me mbështetjen financiare të  
Mbretërisë së Hollandës





# lgbt+ eei

EMPLOYMENT  
EQUALITY  
INDEX



Kingdom of the Netherlands

**the HeadHunter**<sup>®</sup>

DIGNITY  
GLOBAL 

PEOPLE  FIRST