



Hapat e Parë në Tregun e Punës

Vrojtim ndërkombëtar për studentë
dhe të sapo-diplomuar

Kapitulli i Shqipërisë, 2018

Tabela e përmbajtjes

Hyrje	3
Hapat e parë në tregun e punës	5
Pjesëmarrësit në vrojtim	6
Katër grupet e personaliteteve	9
Pikëpamje personale	13
Eksperienca, edukimi dhe pritshmëritë	14
Kompetencat	19
Paga	23
Zgjedhja e punëdhënësit	25
Transferimi (Mobiliteti)	39
Debati për udhëheqjen	42
Imazhi i udhëheqësit të preferuar	43
Përparësitë e udhëheqjes	45
Organizimi i punës	47
Diversiteti dhe përfshirja	51
Këndvështrimi për punën	52
Kompetencat	60
Vlerat personale	62
Çështje të brezave dhe moshës	66
Konkluzion	68

Hyrje

Ju prezantojmë me përfundimet e edicionit të vitit 2017 të vërtetimit "Hapat e Parë në Tregun e Punës" i zhvilluar nga Deloitte Central Europe në të gjithë vendet ku operojnë entitetet e saj¹, përfshirë këtu Deloitte Albania dhe Kosova.

Objekti i këtij vërtetimi përfshin matjen dhe analizimin e mendimeve dhe perceptimeve të të rinjve me arsim të lartë, apo të atyre që janë ende duke ndjekur studimet.

Ky vërtetim ka për qëllim t'ju vijë në ndihmë, ndër të tjera, bizneseve, në mënyrë që të kuptojnë më mirë sjelljen, perceptimet dhe përjasjen ndaj punës nga ana e brezit të ri, të quajtur ndryshe, edhe si "Gjenerata Y"² apo "Millennials"³; brez i cili, në të ardhmen e afërt, do të përbëjë segmentin më përfaqësues të forcave të punës në vendin tonë. Duke kuptuar se çfarë i motivon dhe i shqetëson këta të rinj, punëdhënësit mund të planifikojnë dhe përshtatin politikën e tyre për të tërhequr, zhvilluar dhe ruajtur këtë pjesë të kapitalit tonë njerëzor, i cili do të jetë kyç për avantazhin konkurrues në vend dhe në rajon.

Në të vërtetë, çështja e këtij brezi është kthyer në një temë të nxehtë dhe objekt studimi kudo në botë, përfshirë edhe rajonin e Evropës Qendrore. Kjo, për shkak se kjo çështje shfaqet si një nga faktorët më sfidues për të ardhmen dhe ekzistencën e organizatave fitimprurëse dhe zhvillimin e tregjeve të punës, ndër të tjera edhe si rezultat i ndryshimit të vazhdueshëm dhe të shpejtë që sjell zhvillimi teknologjik dhe zhvillimi i inteligjencës artificiale, si dhe automatizimi i proceseve të punës në shkallë të gjerë.

Sado larg të duken këto zhvillime globale me realitetin shqiptar, ne mendojmë se çështja e përjasjes dhe e botëkuptimit të "Gjeneratës Y", ndaj punës, është njësoj e rëndësishme për aktorët ekonomikë në vendin tonë. Ashtu si në edicionin e kaluar të vitit 2015, edhe në këtë edicion konfirmohet se të rinjtë shqiptarë të këtij brezi shfaqin, në përgjithësi, sjellje të ngjashme me të gjithë moshatarët e tyre në vendet e Evropës Qendrore, por edhe më gjerë.



1. Vërtetimi për vitin 2017 u organizua dhe zhvillua nga zyrat e Deloitte Central Europe në këto vende të rajonit: Lituani, Letoni, Estoni, Poloni, Republika Çeke, Sllovaki, Hungari, Rumania, Slloveni, Kroaci, Bullgari, Serbi, Kosovë dhe Shqipëri.

2. Në "Gjeneratën Y" klasifikohen të gjithë individët lindur ndërmjet viteve 80-të dhe vitet e para 90-të (mosha 26 – 35 vjeç).

3. Në "Gjeneratën Millennials" klasifikohen të gjithë individët e lindur ndërmjet viteve 1990-1996. Millennials janë pjesë e "gjeneratës Y".

Në një pjesë të këtij raporti do të vëreni se të rinjtë në Shqipëri, ashtu si edhe në vende të tjera, janë të gatshëm të angazhohen në punë dhe të japin 100 për qind të potencialit të tyre, ndërkohë që shprehen se do të preferonin një balancë të shëndetshme punë-jetë dhe mundësinë për të ndjekur pasionet e tyre jashtë jetës profesionale. Nga ana tjetër, ata shprehen me bindjen më të madhe në rajon, se do të punonin edhe nëse do t'i kishin të zgjidhura nevojat e tyre financiare. Kjo përforcohet edhe nga fakti që nga 4 grupimet e personaliteteve të ndara sipas kriterit të përjasjes ndaj punës, të rinjtë shqiptarë i përkasin, në nivelin më të madh në rajon, grupimit *“Eager Beavers”* - *“Punëtorët e zellshëm”* – persona, të cilët punojnë shumë dhe që e konsiderojnë të punuarit si shpërblim në vetvete.

Një aspekt tjetër që shfaqet në këtë raport dhe që thyen stereotipin e krijuar mbi brezin e ri, është fakti që, në pjesën dërrmuese, të rinjtë pjesëmarrës në këtë vrojtim kanë synim, që më së pari, të arrijnë të bëhen ekspertë në fushën e tyre profesionale, duke vendosur, kështu, në plan dytësor arritjen me shpejtësi në majat e karrierës.

Në vendimmarrjen për të zgjedhur një punëdhënëse, më shumë se sa niveli i pagës, ata do të vlerësonin një organizatë, e cila u mundëson zhvillim dhe avancim të vazhdueshëm profesional, si dhe përfitim të aftësive të reja. Mungesa e këtyre mundësive do të përbënte shkak për zgjedhjen e një punëdhënësi tjetër. Megjithatë, arsyeja kryesore për të marrë një vendim të tillë do të ishte, në fakt, vlerësimi i pamjaftueshëm i kontributit të tyre, një karakteristikë kjo e Millennials kudo në botë.

Një gjetje tjetër, në këtë edicion të vrojtimit, është fakti që të rinjtë shqiptarë perceptojnë se nuk janë të përgatitur siç duhet për të kërkuar punë dhe për detyrat e tyre të ardhshme profesionale nga institucionet akademike, rezultat ky i përkeqësuar në krahasim me atë të edicionit të vitit 2015.

Ashtu si moshatarët e tyre në të gjithë rajonin, një pjesë e mirë e të rinjve do të ishin të gatshëm të lëviznin jashtë vendit për një punë profesionale të mirë. Kjo, e kombinuar me faktin që shumica e të rinjve do të preferonin të punonin në korporata të madha ndërkombëtare, apo në biznesin e tyre personal, mund të lexohet si një sinjal alarmi për sfidën për talente me të cilën do të ndeshen, gjithnjë e më shumë, bizneset vendase në Shqipëri, si në çdo vend tjetër të rajonit.

Një nga rekomandimet në këtë raport për bizneset shqiptare, do të ishte thirrja që këta të fundit të marrin në konsideratë këto aspirata dhe përjasje të brezit të ri, duke inkurajuar dëshirën e tyre të madhe për zhvillim profesional, nevojën për vlerësim të vazhdueshëm të kontributit në punë, si dhe aspektet kryesore që i motivojnë ata më shumë. Në këtë mënyrë, do të mund të tërhiqnin talentet, si dhe të merrnin më të mirën prej tyre për një kohë më të gjatë.

Pavarësisht se bëhet fjalë për perceptime, fakti që të rinjtë në Shqipëri e ndjejnë veten të papërgatitur, nga institucionet akademike për detyrat e tyre profesionale, bën më urgjente nevojën e bashkëpunimit të ngushtë të bizneseve me institucionet akademike për të kuptuar cilat janë arsyet e këtyre perceptimeve dhe si ti adresojnë ato.

Deloitte Albania shpreson se ky raport dhe rezultatet e tij do tu vijë në ndihmë bizneseve vendase për të përshtatur strategjitë e tyre të menaxhimit të talentëve. Gjithashtu, shpresojmë se ai do të jetë, për politikë-bërësit, një burim i vlefshëm informacioni për vendimmarrjen e tyre strategjike për zhvillimin ekonomik dhe të tregut të punës në vendin tonë.

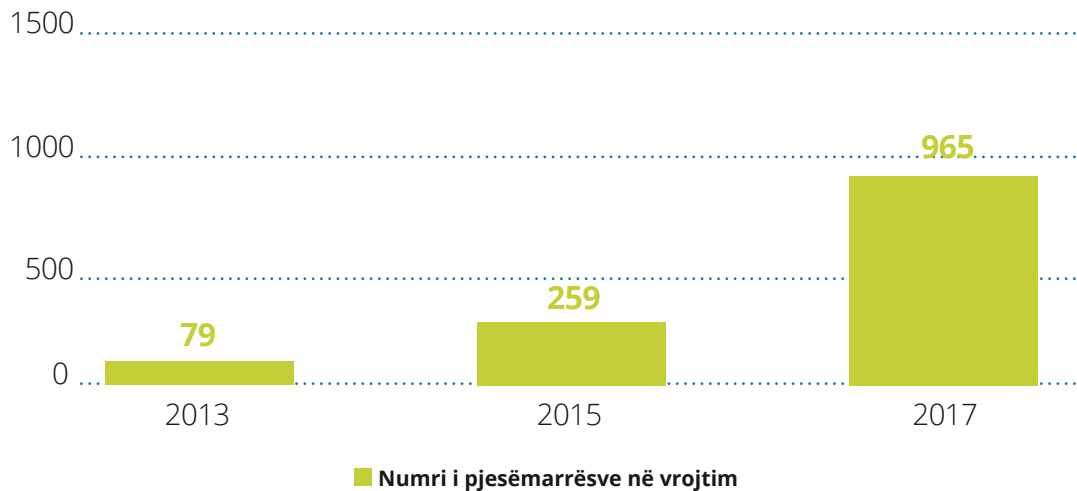
Hapat e parë në tregun e punës

Vrojtimi

Vrojtimi me temë “Hapat e Parë në Tregun e Punës” është realizuar në muajt Tetor - Nëntor 2017, gjatë një periudhë pesë javore. Për promovimin e këtij vrojtimi dhe arritjen e një numri sa më të madh të pjesëmarrësve, Deloitte Albania ka bashkëpunuar dhe ka gjetur mbështetjen e plotë të universiteteve publike dhe private, të drejtuesve dhe qendrave të karrierës, të organizatave studentore, vendase dhe ndërkombëtare, me prezencë aktive në Shqipëri, si dhe të institucioneve qeveritare. Numri i studentëve dhe i të diplomuarve të cilët plotësuan pyetësorin arrin në 965, nga 259 që ishin në vitin 2015 dhe 79 në edicionin e vitit 2013.

Vrojtimi dhe pyetësori u ofruan on-line dhe pjesëmarrja në të ishte në baza vullnetare. Po ashtu, këtë vit, në bashkëpunim edhe me studentët ambasadorë të Deloitte Albania në mjediset akademike, zhvilluam aktivitete për t'i njohur studentët më nga afër me vrojtimin.

Ky vrojtim ndalet dhe analizon disa fusha të rëndësishme, siç është perceptimi i të rinjve për tregun e punës dhe roli i universitetit në përgatitjen drejt tij, si dhe karakteristikat e punëdhënësit dhe eksperiencën e të rinjve si punëmarrës në një organizatë.

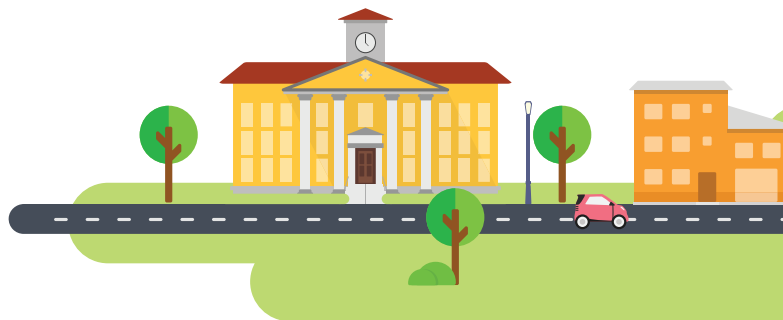
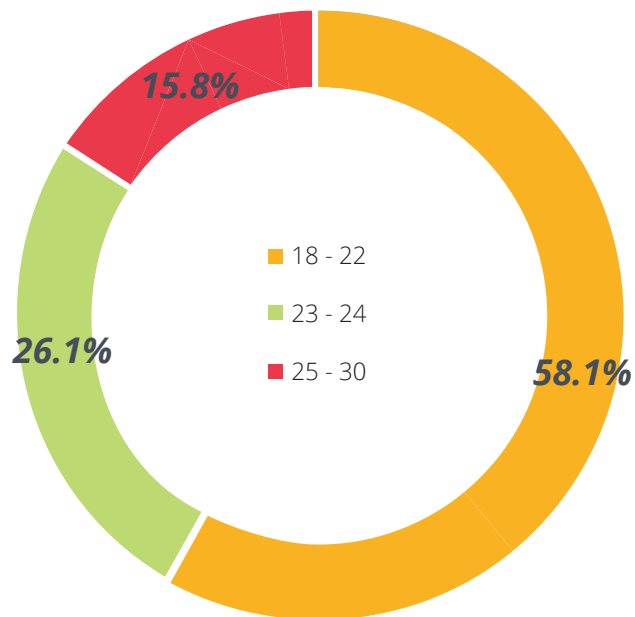


Pjesëmarrësit në vrojtim



Diferenca në moshë dhe në gjini

Të rinjtë të cilët kanë marrë pjesë në studim janë të moshës 18 deri në 30 vjeç, ku moshë mesatare e tyre është 22 vjeç. Pjesën më të madhe të pjesëmarrësve e zë grup-moshë nga 18 deri në 22 vjeç me 58 përqind. Për sa i përket diversitetit gjinor, rreth 75 përqind janë femra dhe 25 përqind meshkuj, çfarë pasqyron dhe raportet gjinore të studenteve në institucionet akademike në vend.





Arsimimi

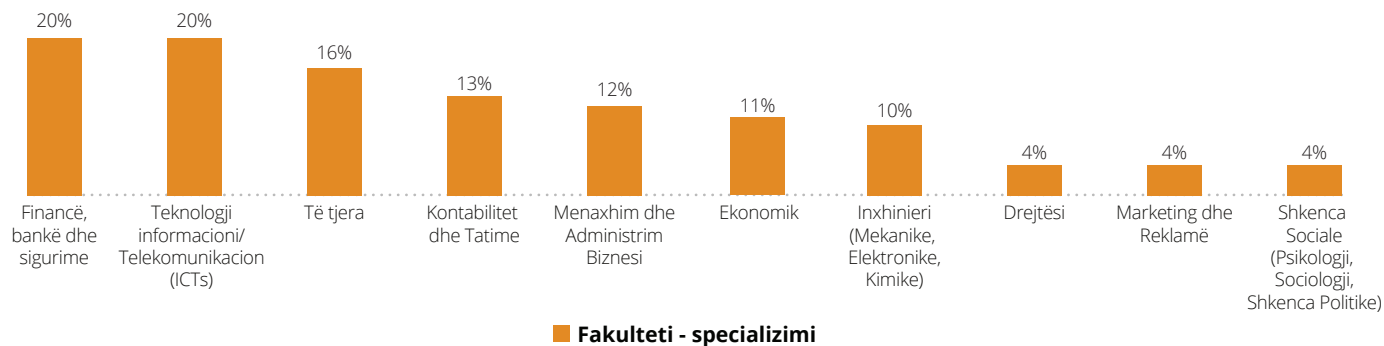
34 përqind e të rinjve janë duke ndjekur studimet e tyre në nivel Bachelor dhe 40 përqind e tyre i kanë përfunduar këto studime; 25 përqind e pjesëmarrësve po studiojnë në nivel Master.



Rëndësia e punësimit

E veçantë për këtë edicion është larmia e fushave të studimit që ndjekin apo kanë përfunduar pjesëmarrësit në vrojtim në universitete publike dhe private ku pjesën më të madhe e zënë ato ekonomike, si kontabilitet, ekonomiks, finance-bankë dhe sigurime, administrim biznesi dhe marketing (48 përqind). Pjesa tjetër e pjesëmarrësve ndjekin apo kanë përfunduar studime në fusha si drejtësi, shkenca sociale, inxhinieri, teknologji informacioni, shkenca natyrore si biologji, kimi industriale, etj. (52 përqind). Megjithatë, vihet re se të rinjtë që kanë marrë iniciativën të shprehin mendimin e tyre nëpërmjet këtij vrojtimi, në 84 përqind të rasteve ndjekin, apo kanë përfunduar, studimet në universitete publike.





Përvoja në punë

Sa i përket përvojës në punë, 59 përqind shprehen se janë duke ndjekur një praktikë mësimore ose duke punuar, ku 42 përqind e tyre po punojnë mesatarisht 41 deri në 50 orë në javë. Duke vijuar me këtë temë, 65 përqind e tyre raportojnë se përvoja e tyre e punës apo e praktikave të punës lidhen me fushën e tyre të studimit, brenda dhe jashtë vendit (59 përqind brenda vendit dhe 6 përqind jashtë vendit).

Ajo që vihet re është se të rinjtë tanë kanë zhvilluar përvoja të larmishme, ku 40 përqind e tyre shprehen se kanë marrë pjesë në aktivitete vullnetare (2 pikë përqindje (p.p.) më shumë se në vitin 2015), 44 përqind kanë kryer punë të përkohshme apo sezonale, brenda dhe jashtë vendit (39 përqind brenda vendit dhe 5 përqind jashtë vendit), pa lënë mënjanë dhe ndjekjen e trajnimeve apo aktiviteteve edukuese në lidhje me të ashtuquajturat “aftësi të buta” (“soft skills”) mbi prezantimin e vetes në një intervistë punë apo shkruajtja e një CV-je (29 përqind), si dhe programe edukative praktike të ofruara nga punëdhënësit të ndryshëm (20 përqind).

Katër grupet e personaliteteve

Me gjithë ngjashmëritë dhe karakteristikat e përbashkëta që mund të kenë të rinjtë e një brezi, është e padiskutueshme se, si individë, ata shfaqin dallime në sjelljen e tyre.

Thënë kjo, na shfaqen katër grupime kryesore të Millennials në Evropën Qendrore, të cilët dallojnë nga njëri-tjetri, në varësi të sjelljes apo përqasjes ndaj punës dhe aspekteve të tjera të jetës. Vlen të theksohet se, pavarësisht dallimeve të tjera, familja e lumtur dhe shëndeti janë dy aspektet më të rëndësishme për të katër grupimet, ndërsa puna renditet e treta për nga rëndësia, vetëm për njërin prej tyre.

Grupimet e identifikuara sipas kritereve të mësipërme janë:



'Fast Trackers' – 'Përparuesit e shpejtë'

Qëllimi më i rëndësishëm për të rinjtë e këtij grupimi është avancimi i shpejtë në karrierë. Megjithatë për ta është e rëndësishme që të arrijnë një balancë mes progresit në të ardhurat financiare dhe afirmimit personal në shoqëri. Ky aspekt është motivi kryesor për ta për të dhënë 100 përqind të potencialit të tyre në punë. Madje, për të arritur qëllimet e tyre, ata do të sakrifikonin edhe kohën e tyre të lire për të kryer sa më shumë të jetë e mundur detyra shtesë. Të rinjtë e këtij grupimi kanë vetëbesim të plotë dhe pritshmëri, që nëse përpiqen sa duhet mund t'i tejkalojnë të tjerët.



'Eager Beavers' - 'Punëtorët e zellshëm'

Për të rinjtë e këtij grupimi, thjesht puna apo të punuarit është shpërblim në vetvete. Asgjë tjetër nuk u jep më shumë kënaqësi, sesa një ditë e mirë pune në zyrë. Ata janë të gatshëm të bëjnë shumë sakrificë në jetën e tyre personale për hir të punës, pasi nuk e shohin atë si një detyrim. Megjithatë, ndërkohë që ata e konsiderojnë punën si çelës për avancimin e tyre social dhe financiar, po ashtu, ata i kushtojnë vëmendje dhe interesave të tjera jashtë punës.



'All Rounders' - 'Të gjithanshmit'

Pjesëtarët e këtij grupi janë më të balancuarit. Puna nuk u shërben vetëm për tu rritur si individ, por gjithashtu për të përmbushur detyrimet e tyre ndaj shoqërisë. Është e sigurt që do të punonin dhe në rast se nuk do të kishin nevoja financiare. Megjithëse puna është shumë më e rëndësishme se sa promovimet dhe të ardhurat, për ata nuk është arsyeja më jetësore. Jeta jashtë punës është po njësoj e rëndësishme dhe ata nuk janë gati ta sakrifikojnë për hir të punës.



'By-Standers' - 'Spektatorët'

Puna është angazhimi më pak i rëndësishëm në jetën e tyre. Madje as nuk e konsiderojnë atë si themel të zhvillimit të tyre personal apo të të mësuarit në jetë. Anëtarët e këtij grupi nuk ka gjasa që të lejojnë punën të bëhet pengesë për të shijuar jetën e tyre jashtë saj. Për ta, puna është thjesht diçka që duhet bërë për të siguruar jetesën. Në rast se do të kishin mundësi për të jetuar pa punuar, nuk do të punonin kurrë.

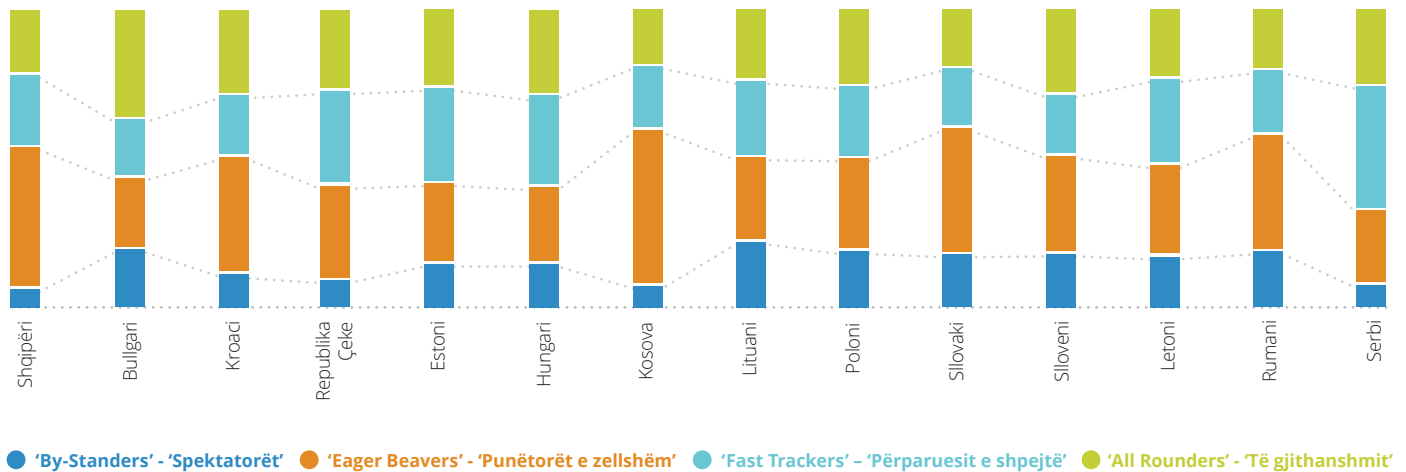
Po të rinjtë shqiptarë si grupohen? Kush është grupimi më përfaqësues i tyre dhe si krahasohen ata me moshatarët e tyre në rajon në këtë aspekt?

Një konstatim befasues nga rezultatet e këtij vrojtimi ishte fakti se edhe në këtë edicion, ashtu si në atë të vitit 2015, të rinjtë shqiptarë grupohen më shumë rreth personalitetit "Eager Beaver" – "Punëtorët e zellshëm"; madje të dytët me përqindjen më të lartë në rajon, pas të rinjve në Kosovë. Megjithatë, vihet re se, në krahasim me edicionin e vitit 2015, shënohet një rënie e këtij grupimi me 7.4 p.p. Ky devijim mund të jetë rezultat i numrit të pjesëmarrësve në edicionin e fundit. Megjithatë, pavarësisht kësaj, ky devijim nuk ka peshë në përcaktimin e trendit të sipërpërmendur.

Grupimi i dytë vijues me i lartë në përqindje është ai “Fast Trackers” – “Përparuesit e shpejtë”, të cilët zënë 24.1 përqind të pjesëmarrësve (3.1 p.p. më shumë se në 2015), i ndjekur, më pas, nga grupimi “All Rounders” – “Të gjithanshmit”, me 21.5 përqind (e njëjtë me 2015) dhe “By-Standers” – “Spektatorët”, me 6.9 përqind. Në këtë grupim të fundit vihet re, gjithashtu, një devijim nga edicioni i vitit 2015, ku të rinjtë në këtë grupim në vitin 2017 janë shtuar me 4.2 p.p.

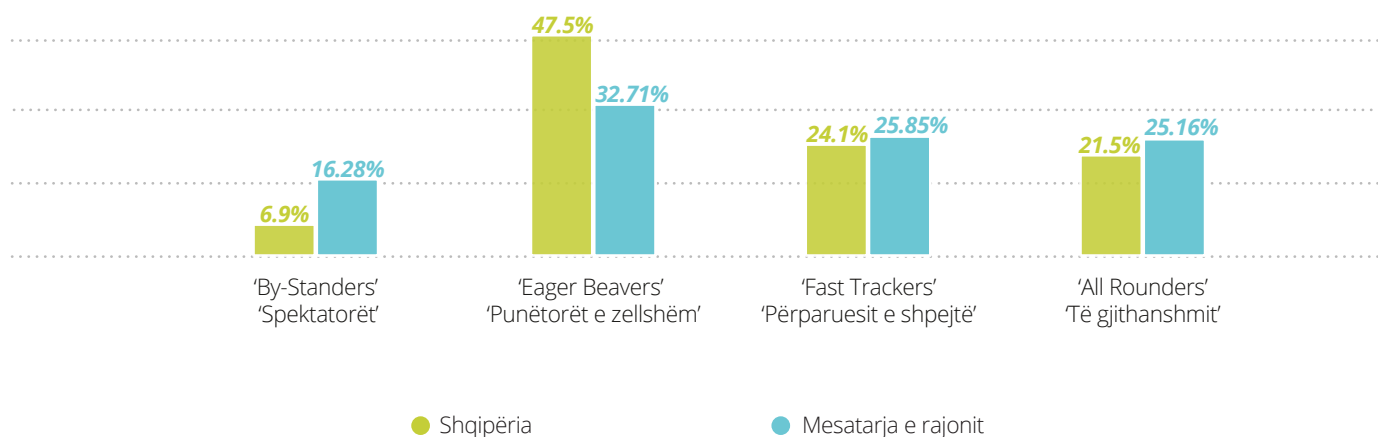
Duhet theksuar se secili grup personaliteti shfaq aspekte pozitive dhe negative të sjelljes në punë⁴. Shpesh punëdhënësve do t’ju duhet të krijojnë skuadra me kombinime të duhura të personaliteteve dhe sjelljeve të ndryshme ndaj punës, për të arritur efikasitet në produktivitet dhe rezultate.

Grupet e personalitetit në rajon



4. Shiko shpjegimin përkatës në faqen 70.

Grupet e personalitetit



Fakti që pjesa më e madhe e të rinjve Shqiptarë i përkasin grupimit “Eager Beaver” – “Punëtorët e zellshëm”, konfirmohet edhe nga raportimi se 59 përqind e tyre, në periudhën e vërtetimit, kanë qenë duke ndjekur një praktikë mësimore ose duke punuar, nga të cilët 42 përqind punonin, mesatarisht, 41 deri në 50 orë në javë. Kjo mund të jetë vazhde e sjelljes ndaj punës, nga shqiptarët në përgjithësi. Sipas revistës Monitor⁵, shqiptarët janë të dytët në botë, pas meksikanëve, që punojnë me orë të gjata pune; konkretisht, 2231 orë në vit.

5. Revista Monitor. “Kriza e djesh”. Mars, 2018.

Pikëpamje personale

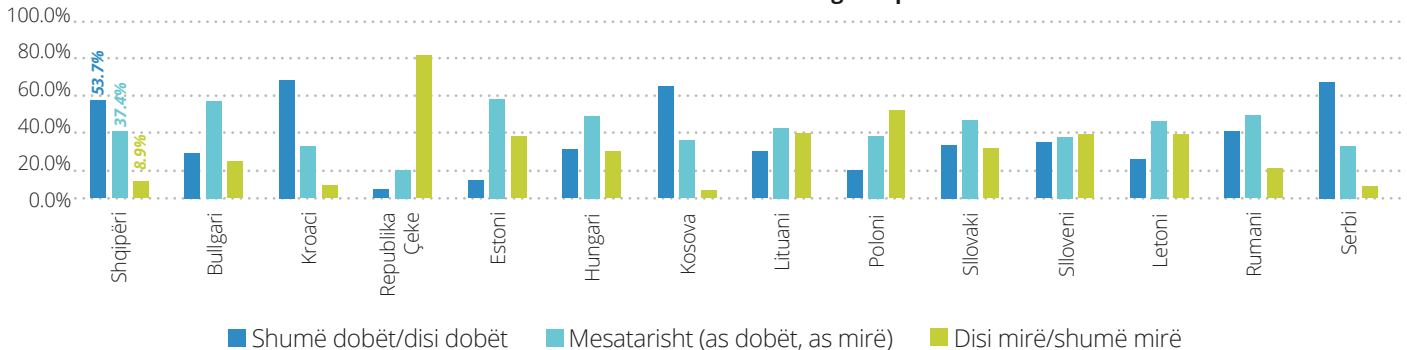
Nga ky vërtetim vëhet re se Millennials të rajonit në pjesën më të madhe e perceptojnë situatën ekonomike në vendet e tyre përkatëse si të dobët. Përjashtim përbëjnë të rinjtë e Republikës Çeke, Polonisë dhe Estonisë, të cilët kanë vlerësim më të lartë lidhur me situatën ekonomike. Në rastin e të rinjve Shqiptarë, vetëm 2.7 përqind e tyre vlerësojnë se situata ekonomike është e mirë, ndërkohë që 73 përqind e tyre mendojnë se ajo është e dobët ose shumë e dobët. Vihet re një përmirësim i lehtë në krahasim me edicionin e vitit 2015 (2.88 p.p. me pak). Perceptim më negativ për situatën ekonomike në vendet e tyre përkatëse shënohet nga të rinjtë kroatë (82.6 përqind), serbë (81.7 përqind), dhe të Kosovës (73 përqind).

Një pyetje tjetër e vërtimit synonte të maste perceptimin e të rinjve mbi situatën e tregut të punës. Edhe në këtë rast një pjesë e mirë e pjesëmarrësve në vërtim, në nivel rajoni, kanë në përgjithësi një perceptim negativ mbi këtë aspekt. Përjashtim bëjnë, sërish, të rinjtë e Republikës Çeke dhe të Polonisë, të cilët mendojnë se situata e tregut të punës në vendet përkatëse është mirë ose shumë mirë (Republika Çeke 79 përqind, Polonia 48.7 përqind).

Të rinjtë shqiptarë, ashtu si moshatarët e tyre në vendet e tjera të rajonit, veçanërisht ato ballkanike, (Kroacia, Serbia nga 64 përqind dhe Kosova 62 përqind), kanë një perceptim më negativ në lidhje me këtë aspekt të rëndësishëm për të ardhmen e tyre. 54 përqind e pjesëmarrësve mendojnë se situata aktuale në tregun e punës është e dobët ose shumë e dobët, 37 përqind kanë mendim asnjans dhe vetëm 9 përqind e tyre e vlerësojnë atë si disi të mirë. Edhe në këtë rast, vëhet re një rënie e perceptimit negativ në raport me vitin 2015 (me 7.5 p.p.), e cila nuk është pasqyruar në përmirësimin e ndjeshëm të përqindjes së të rinjve që mendojnë se situata ekonomike është disi e mirë apo shumë e mirë (rritur me vetëm 1.2 p.p.).

Megjithatë vërehet një paradoks në këto perceptime. Më shumë se gjysma e të rinjve në vend mendojnë se do të arrijnë të punësoheshin në një periudhë kohore të shpejtë (nga 1-3 muaj), çfarë nuk përkon me perceptimin e tyre mbi situatën ekonomike dhe atë të tregut të punës. Një burim i këtij paradoksi, mund të supozojmë se është vetëbesimi i lartë që karakterizon brezin Millennials lidhur me nivelin e aftësive që ata zotërojnë.

Si e vlerësoni situatën aktuale në tregun e punës?



Eksperienca, edukimi dhe pritshmëritë

Të rinjtë në Shqipëri i kushtojnë një vëmendje të veçantë investimit në përgatitjen e tyre, qoftë kjo eksperiencë profesionale apo eksperiencë të tjera, ku 59 përqind e pjesëmarrësve në vrojtim kanë ndjekur ose janë duke ndjekur një praktikë mësimore, 40 përqind kanë kryer punë vullnetare dhe 39 përqind kanë patur një punë sezonale. Krahasuar edhe me rezultatet e edicionit të vitit 2015, vërejmë se studentët vazhdojnë të shfrytëzojnë çdo mundësi që ju jepet për të investuar nga koha dhe përpjekjet e tyre për të përfituar përvoja pothuajse në të njëjtat fusha si ato të evidentuara në vitin 2015.

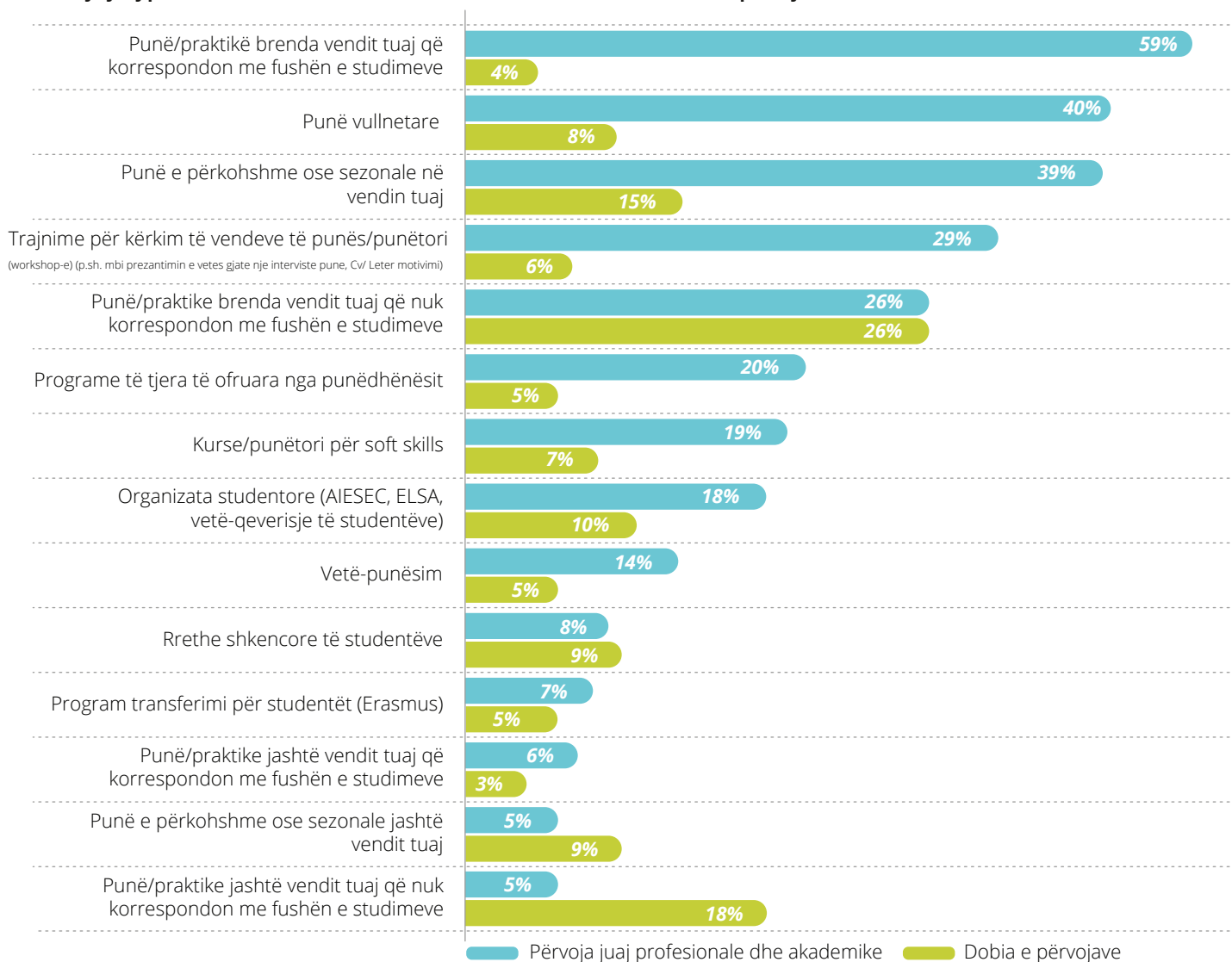
Ajo që duhet të shihet me interes është hendeku mes përvojave që studentët janë duke përfituar dhe vlerësimit që ata kanë për dobinë e tyre. Më tej, vlen për tu analizuar fakti se studentët shqiptarë vlerësojnë si më të vlefshme përvojat e punës, apo praktikën e punës që ata kryejnë, brenda dhe jashtë vendit, të cilat nuk lidhen me fushën e studimit, si dhe punët e përkohshme ose sezonale në vend. Ndërkohë që, në nivel rajonal⁶, këto eksperiencë vlerësohen nga të rinjtë e vendeve të tjera si më pak të vlefshme. Nga ana tjetër, ata vlerësojnë si më pak të dobishme përvojat të ngjashme por që lidhen me fushën e tyre të studimeve.

Ne mendojmë se ky aspekt duhet të kthehet në objekt diskutimi në radhët e politikë-bërësve, bizneseve dhe institucioneve akademike, me qëllim përmirësimin dhe ristrukturimin e institucionit të praktikës mësimore dhe asaj të punës. Kjo, me synimin për ta kthyer atë në një përvojë profesionale kuptimplote dhe të dobishme për të rinjtë që përgatiten për të hyrë në tregun e punës, ashtu si edhe për vetë punëdhënësit në lidhje me marrjen e vendimeve të duhura, përfundimtare, në përzgjedhjen e talenteve.



6. Deloitte Central Europe. "First Step in the labor market". Deloitte, 2018 <https://www2.deloitte.com/al/en/pages/about-deloitte/articles/first-steps-labour-market0.html>.

Përvoja juaj profesionale dhe akademike deri me sot krahasuar me dobinë e përvojave

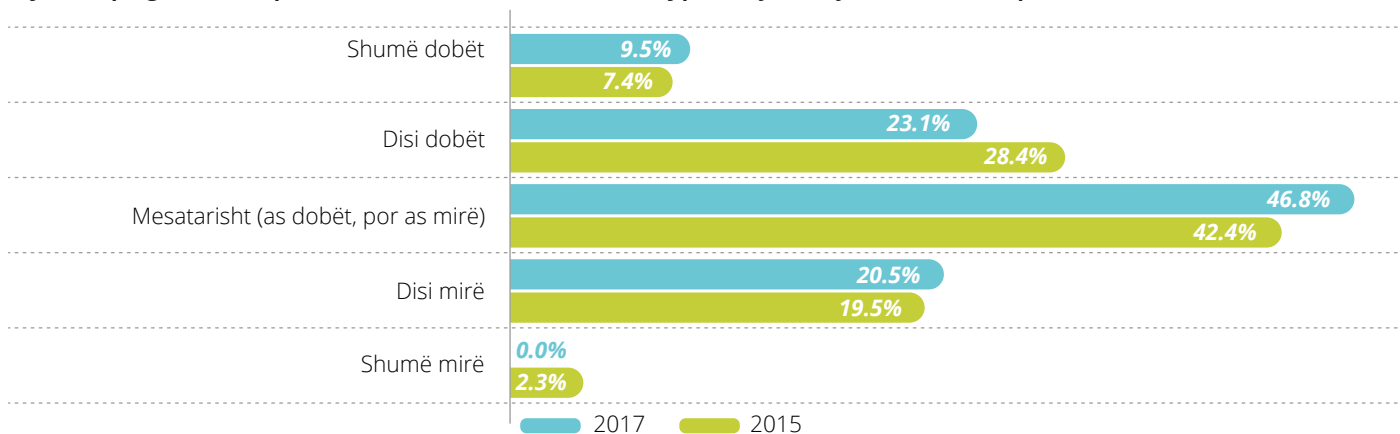


Përgatitja për detyrat e ardhshme profesionale

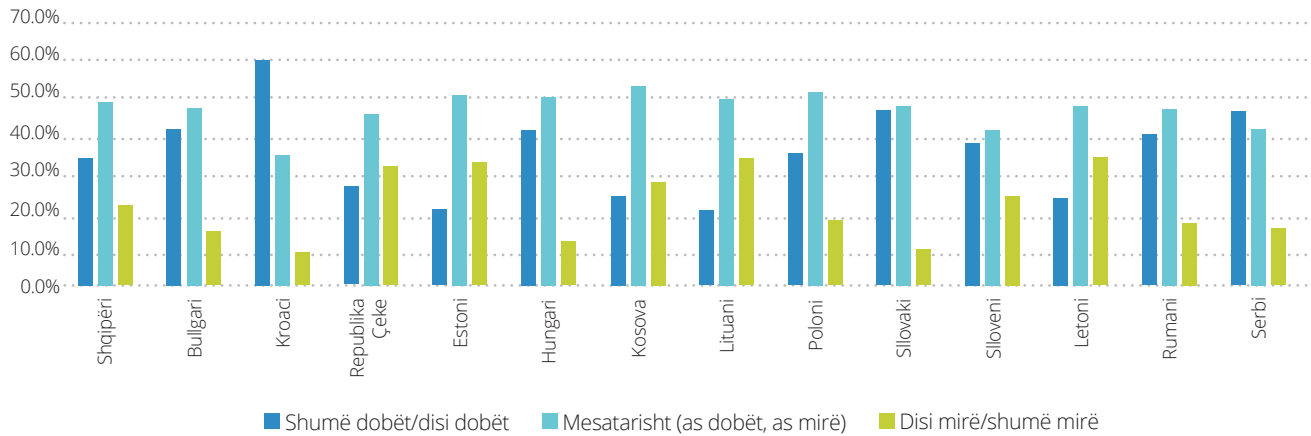
Pjesëmarrësit në vrojtim e vlerësojnë përgatitjen e tyre për të kryer detyra profesionale si asnjëse, në 47 përqind të rasteve, si dhe të dobët, në 33 përqind të tyre.

Krahasuar me edicionin e vitit 2015, vihet re një përkeqësim i perceptimit, çfarë evokon edhe një herë nevojën e një bashkëpunimi të ngushtë dhe pa vonesë mes institucioneve akademike dhe bizneseve si punëdhënës, për të përshtatur kurrikulat akademike sipas nevojave të tregut të punës, qofshin këto fusha studimi biznesi, ose jo. Paraqitet e nevojshme që, në fokusin e këtyre përpjekjeve, të jetë edhe aftësimi i studentëve që në auditor, në drejtim të prezantimit të vetvetes në intervista pune, analizimin e kërkesave të një pozicioni pune të shpallur nga punëdhënësit, mënyrat e kërkimit të informacionit për punëdhënës të ndryshëm, etj.

Si janë të përgatitur të diplomuarit universitarë në vendin tuaj për detyrat e tyre të ardhshme profesionale?



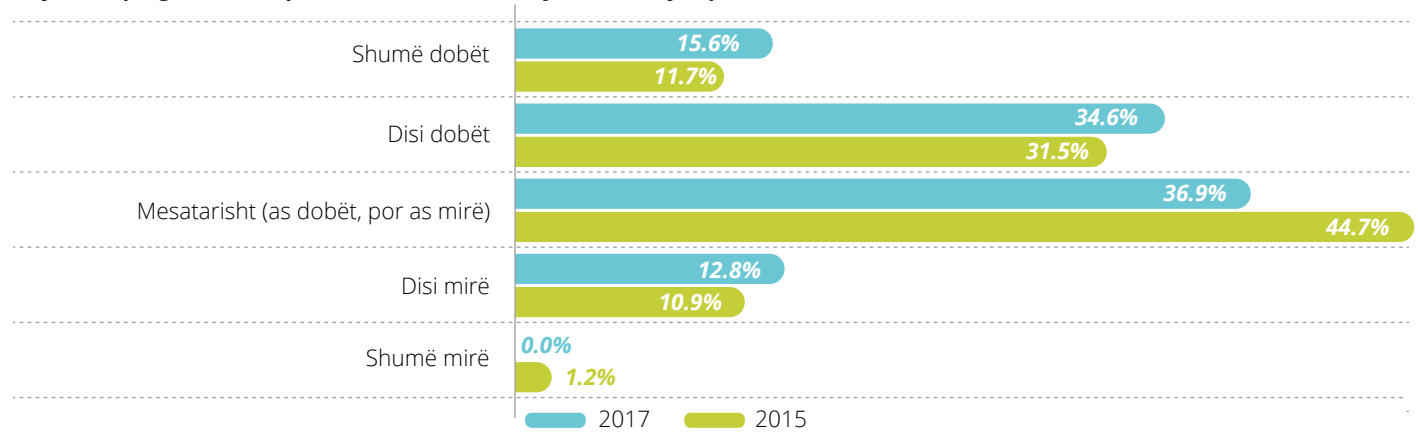
Si janë të përgatitur të diplomuarit universitarë në vendin tuaj për detyrat e tyre të ardhshme profesionale?



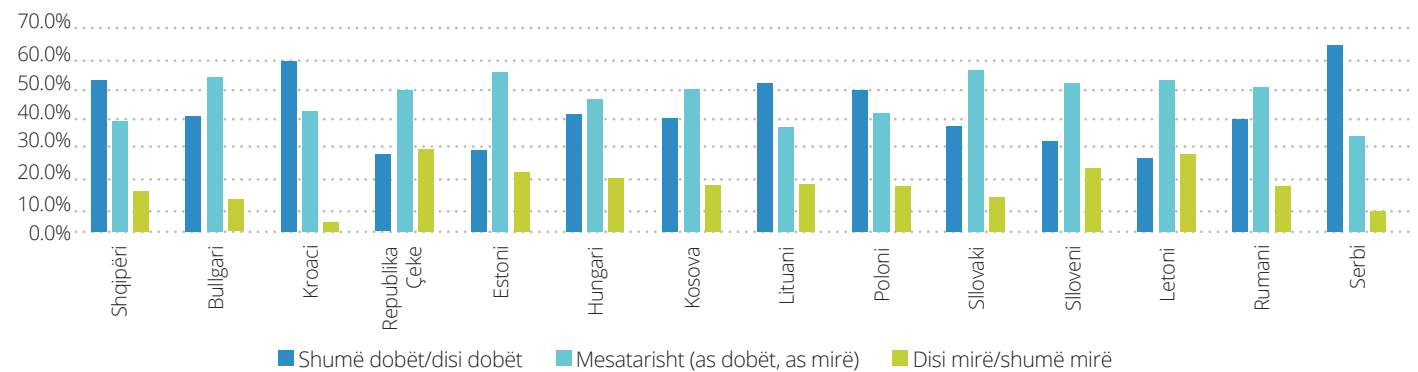
Përgatitur për të kërkuar punë

Përgjithësisht, në të gjithë rajonin vihet re një vlerësim i ulët lidhur me përgatitjen për të kërkuar punë. Përgjashtim bëjnë të rinjtë e Republikës Çeke me numrin e tyre më të madh në rajon, të cilët mendojnë se janë të përgatitur për këtë aspekt. Nga ky konstatim mund të nxirret si përfundim se duhet të shtohen më shumë përpjekjet dhe angazhimet, nga aktorët përkatës, në të gjitha vendet, për të përmirësuar dhe lehtësuar hyrjen e të rinjve në tregun e punës, nëpërmjet aftësimit të tyre në kërkimin e një pune. Kjo do të ndihmonte edhe vetë bizneset për të reduktuar kostot e procesit të rekrutimit të të rinjve, si dhe për të rritur efikasitetin e tij.

Sa janë të përgatitur të diplomuarit në vendin tuaj si të kërkojnë punë?



Sa janë të përgatitur të diplomuarit në vendin tuaj si të kërkojnë punë?



Kompetencat

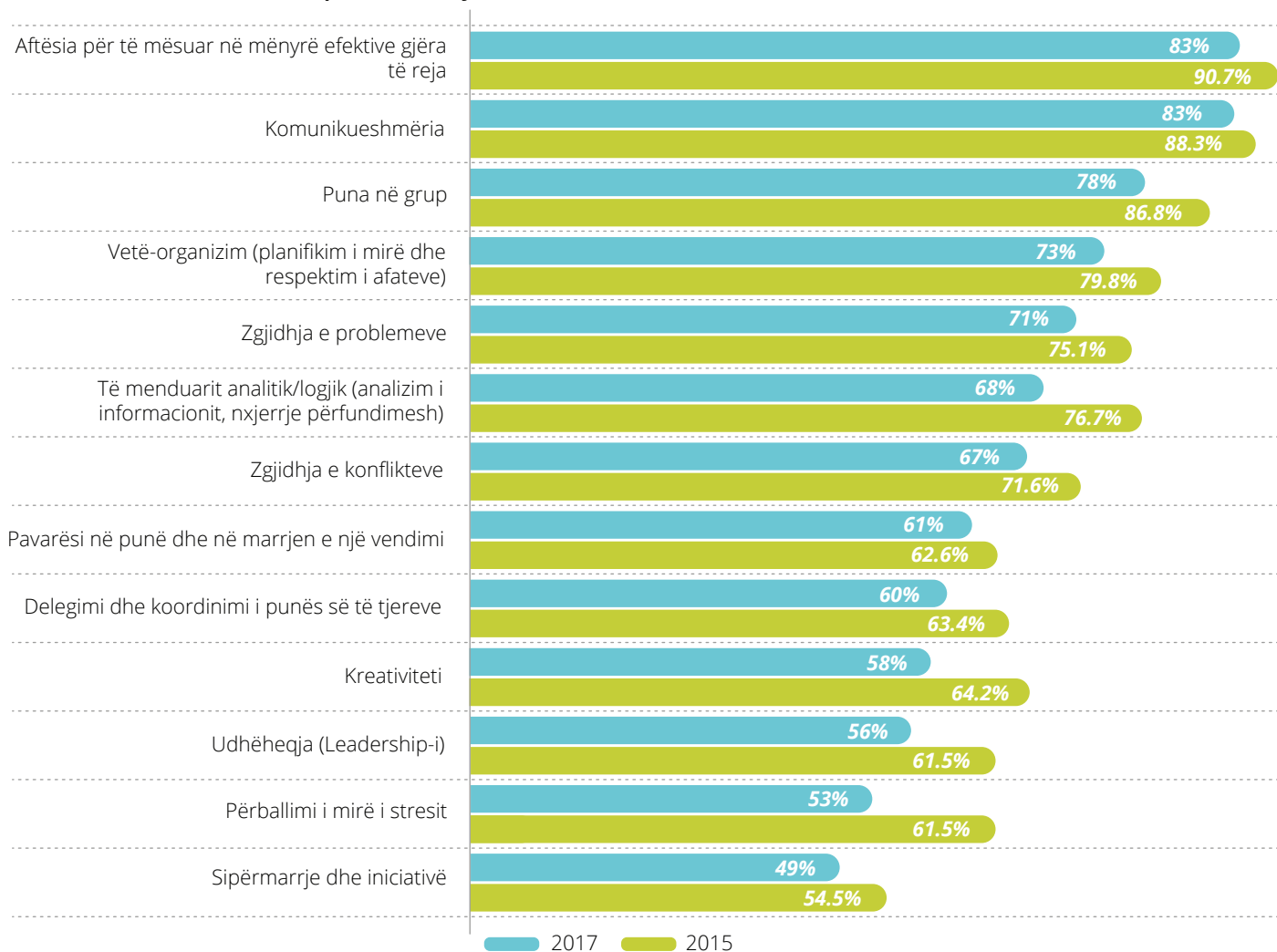
Me ndryshimet e mëdha teknologjike dhe trendet e reja globale, shumë prej proceseve të punës janë duke u automatizuar. Nisur nga këto ndryshime, sipas një studimi të ndërmarrë nga Lewis dhe Cutler (profesionistë të kompanisë Deloitte),⁷ aftësitë që duhet të kenë punonjësit në ditët e sotme janë empatia, zgjidhja e problemeve, komunikimi dhe marrja e vendimeve.

Përgjithësisht, vihet re se, për secilën nga aftësitë e listuara në pyetësor, të rinjtë kanë një vetë-vlerësim të lartë. Ndër aspektet e vlerësuara më shumë janë: aftësia për të mësuar gjëra të reja, aftësitë komunikuese, të punuarit në grup dhe vetë-organizimi, të ndjekura nga zgjidhja e problemeve dhe kërkimi analitik. Këto kompetenca janë vlerësuar njëjloj të rëndësishme, ashtu si në edicionin e vitit 2015. Sipërmarrja dhe iniciativa, edhe në këtë edicion, listohen përsëri ndër kompetencat të cilat të rinjtë ndjejnë se zotërojnë më pak (madje, 5 p.p. më pak se në edicionin e vitit 2015). Të gjitha kompetencat që ata kanë renditur më mirë lidhen me përvojat që ata kanë përfituar gjatë periudhës së studimeve të tyre. Interesant është fakti se ndaj pyetjes se si do ti vlerësonin kompetencat e tyre si një punonjës potencial në krahasim me të tjerët, rreth 70 përqind e pjesëmarrësve në vrojtim mendojnë se janë më të zotë.



7. Angus Knowles-Cutler and Harvey Lewis. "Talent for survival: Essential skills for humans working in the machine age". Deloitte, 2016, p. 1. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/Growth/deloitte-uk-talent-for-survival-report.pdf>

Si do ta vlerësonit nivelin e kompetencave tuaja?



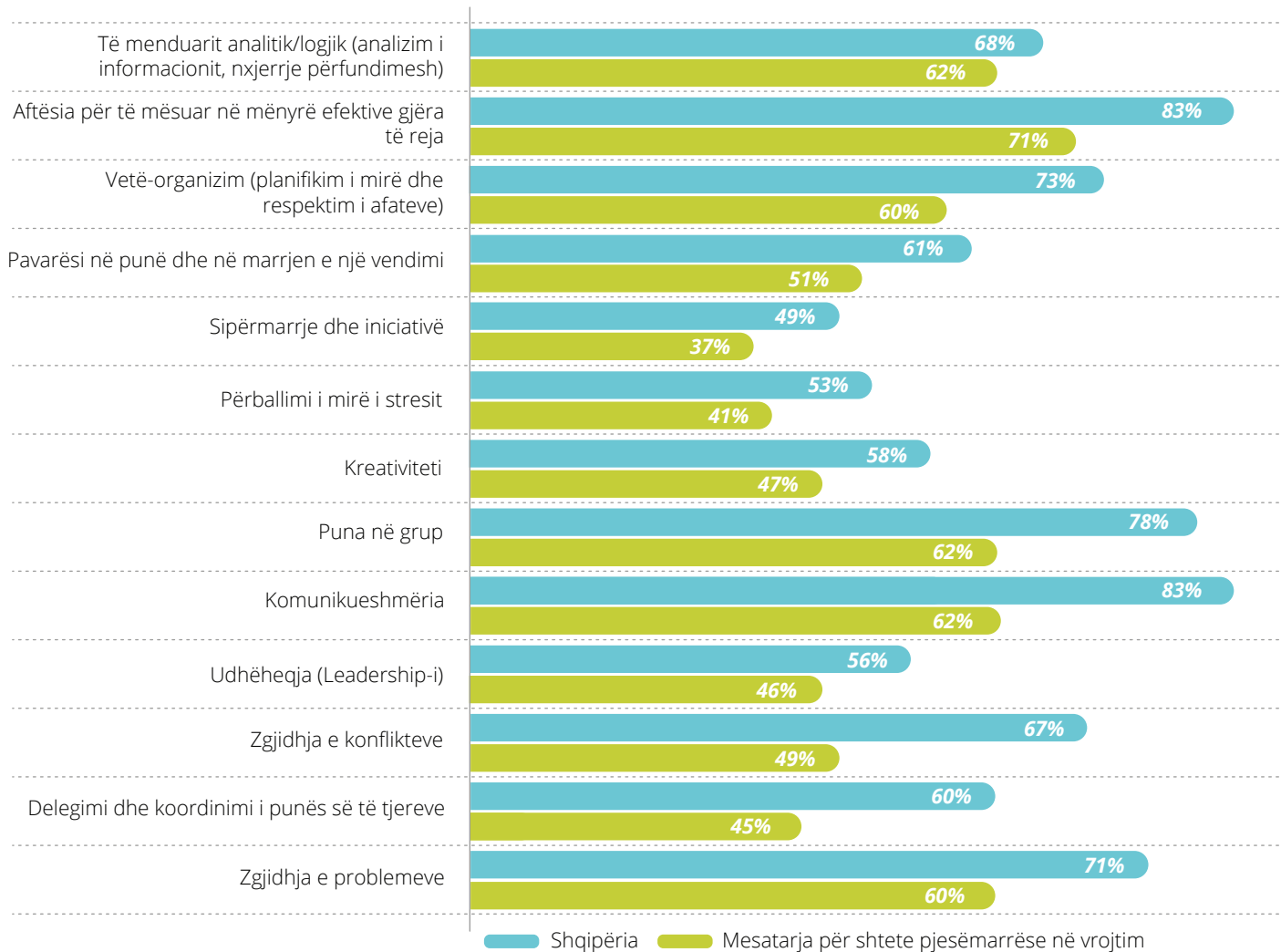
Por le të analizojmë më hollësisht çështjen e këtij vetëbesimi të lartë. Është ai një karakteristikë e të gjitha grup-moshave?

Në të vërtetë, nga të dhënat e vërtetimit, rezulton se niveli i vetë-vlerësimit ndryshon midis grup-mosha të ndryshme. Vetë-vlerësimin më të ulët rreth kompetencave të tyre e kanë të rinjtë e grup-moshës 18-22 vjeç. Kjo paraqitet, në fakt, realiste, pasi të rinjtë e kësaj moshe ende nuk janë përballur me sfidat dhe aspektet e të punuarit. Në përgjithësi, ata nisin të kenë të tilla përvoja në një moshë më të vonshme. Vetë-vlerësimi për disa kompetenca, si përballimi i stresit, zgjidhja e konflikteve apo kreativiteti, rezulton më i lartë tek të rinjtë e grup-moshës 25-30 vjeç, pasi ky grup është tashmë pjesë e tregut të punës, me të paktën 2-3 vjet eksperiencë pune. Nga ana tjetër, të rinjtë e grup-moshës 23-24 vjeç, të cilët sapo kanë nisur të punojnë, vlerësojnë më shumë tek vetja aftësinë për të mësuar në mënyrë efektive gjëra të reja.

Në grafikun e mëposhtëm është paraqitur vetë-vlerësimi i kompetencave të të rinjve shqiptarë, krahasuar me mesataren e të rinjve të të gjithë rajonit. Siç paraqitet në grafik, të rinjtë e vendit tonë renditen të dytët në të gjitha kompetencat, pas të rinjve të Kosovës. Për tu theksuar është fakti se, krahasuar me të gjitha shtetet një për një, të rinjtë shqiptarë, pjesëmarrës në vërtetim, kanë vetë-vlerësim më të lartë për aftësitë komunikuese, zgjidhjen e konflikteve, punën në grup si dhe delegimi dhe koordinimi i punës së të tjerëve.



Si do ta vlerësonit nivelin e kompetencave tuaja?



Cilat janë kompetencat që të rinjtë në Shqipëri mendojnë se janë më të vlerësuara nga punëdhënësit?

Pavarësisht vetë-vlerësimit dhe besimit të lartë që i karakterizon të rinjtë në Shqipëri, mund të themi se, në të njëjtën kohë, ata janë edhe realistë. Nga përgjigjet ndaj pyetjes se cilat do të ishin pesë kompetencat më të vlerësuara apo kërkuara nga punëdhënësit, vërejmë se ka një zhvendosje midis kompetencave të evidentuara nga vetë-vlerësimi i të rinjve dhe atyre që ata mendojnë se punëdhënësit aktualë vlerësojnë më shumë tek kandidatët për punësim.

Sipas tyre, në sytë e një punëdhënësi, një punëmarrës i mirë në punë do të ishte dikush që ka këto kompetenca: të menduarit analitik/logjik (analizim informacioni dhe nxjerrje konkluzionesh), puna në grup, aftësitë e komunikimit, aftësia për të mësuar në mënyrë efektive gjëra të reja si dhe vetë-organizimi (planifikim i mirë dhe respektimi i afateve).

Në fakt, nisur edhe nga pikëpamja jonë si punëdhënës me fokus tek të rinjtë, gjykojmë se të menduarit analitik/logjik është një aftësi, e cila duhet zhvilluar më shumë tek të rinjtë që në auditorët e universiteteve. Një përjasje e tillë mund të kërkonte, ndër të tjera, edhe rishikimin e metodikës së përcimit të dijes, duke u zhvendosur, nga kërkesa për riprodhim informacioni, drejt zhvillimit dhe nxitjes së procesit të të menduarit analitik dhe logjik mbi temat e studimit.

Gjithashtu, aftësia e të punuarit në grup është vërtetë një kërkesë realiste, në kohën kur modeli tradicional funksional dhe hierarkik i organizatave po pëson transformim në ditët e sotme, duke i dhënë më shumë përparësi punës në ekip dhe organizimit në skuadra sipas projekteve.

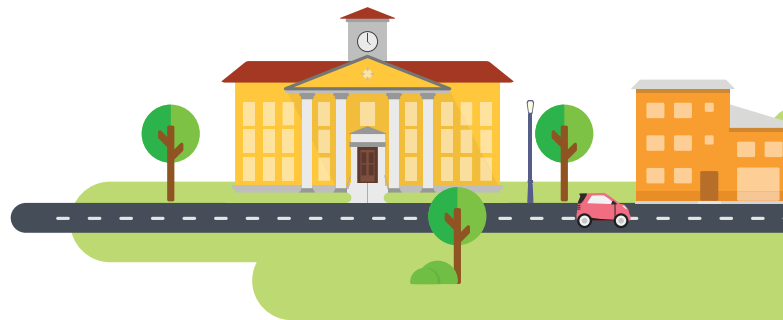
Si do ta vlerësonit nivelin e kompetencave tuaja?	Nga kompetencat e listuara, veçoni pesë që sipas mendimit tuaj janë më të vlerësuara/ kërkuara nga punëdhënësit aktualë apo potencialë?
Aftësia për të mësuar gjëra të reja në mënyrë efektive	Të menduarit analitik/logjik (analizim i informacionit, nxjerrje përfundimesh)
Komunikimi	Puna në grup
Puna në grup	Komunikimi
Vetë-organizim (planifikim i mirë dhe respektimin i afateve)	Aftësia për të mësuar gjëra të reja në mënyrë efektive
Zgjidhja e problemeve	Vetë-organizim (planifikim i mirë dhe respektimin i afateve)

Paga

Të rinjtë shqiptarë, ashtu siç rezultoi edhe në edicionin e vitit 2015, kanë pritshmëri të ndryshme lidhur me nivelin e pagës. 17 përqind e tyre presin që të paguhet midis 35.000 dhe 45.000 Lekë; 17.6 përqind, mes 45.000 dhe 55.000 Lekë; 11.5 përqind, mes 55.000 dhe 65.000 Lekë; dhe 17.6 përqind nga 65.000 në 100.000 Lekë.

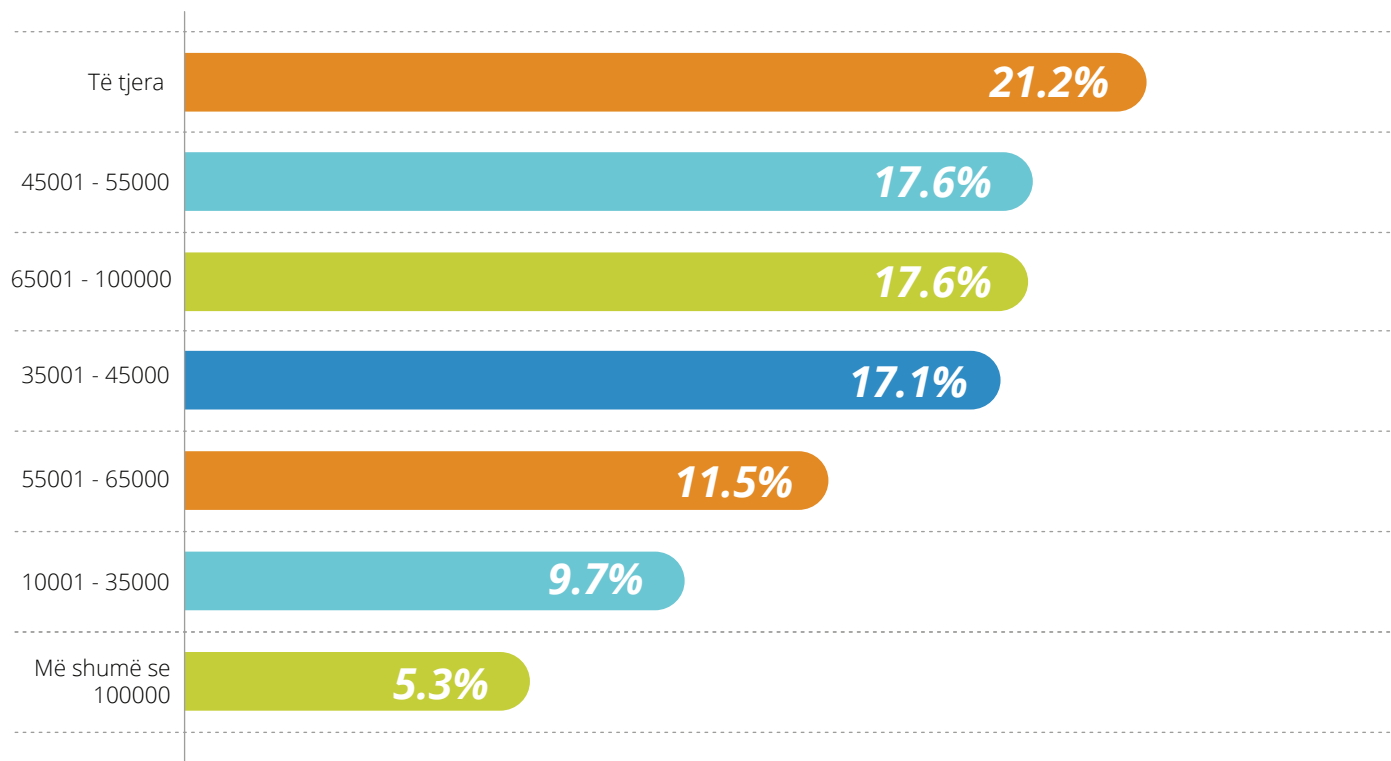
Mendojmë se arsyeja, për këtë larmi pritshmërisë mbi nivelin e pagës, vijon të jetë e njëjtë me atë të edicionit të vitit 2015. Konkretisht, ajo mund të jetë rezultat i konfuzionit, mungesës së informacionit të duhur ose ndryshueshmërisë së pagesës në profesione të ndryshme. Tendenca e të rinjve është që të kërkojnë punë në fusha të përafërta me fushat e studimit ku dhe kanë investuar kohën dhe përpjekjen e tyre për arsimim. Për këtë arsye, ndoshta edhe shpërblimi apo paga nuk është më përparësi për ta. Kjo, edhe për faktin se duke u përpjekur për të hyrë rishtazi në tregun e punës, ata janë të ndërgjegjshëm se nuk kanë mundësi ndikimi mbi këtë aspekt. Gjithashtu, lidhur kjo dhe me dëshirën e tyre për të përfituar aftësi të reja dhe përparim në zhvillimin profesional dhe personal, paga, në këtë fazë të përvojës së tyre në punë, mund të mos jetë faktori kryesor përcaktues.

Nga ana tjetër, pavarësisht larmisë në pritshmëri mbi pagën, në përgjithësi të rinjtë shqiptarë shfaqen relativisht realistë, për shkak se paga mesatare në Shqipëri ishte 45.845 Lekë bruto në fund të vitit 2016⁸.



8. Revista Monitor. "Paga mesatare bruto në ekonomi ra me 2.1 për qind më 2016". Prill, 2017

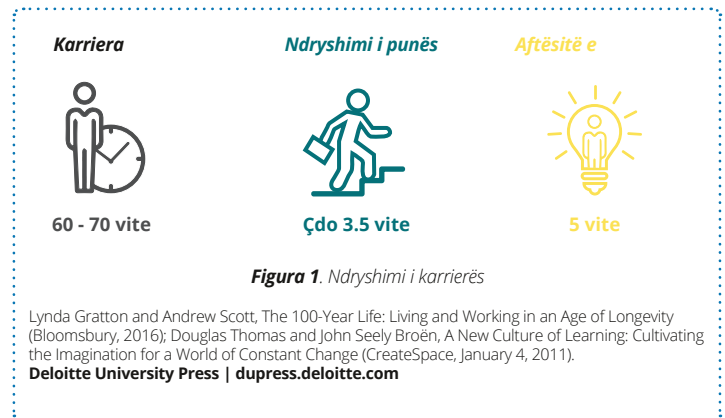
Sa do të donit të fitonit nga puna juaj e preferuar që mund të ju ofrohet?



Zgjedhja e punëdhënësit

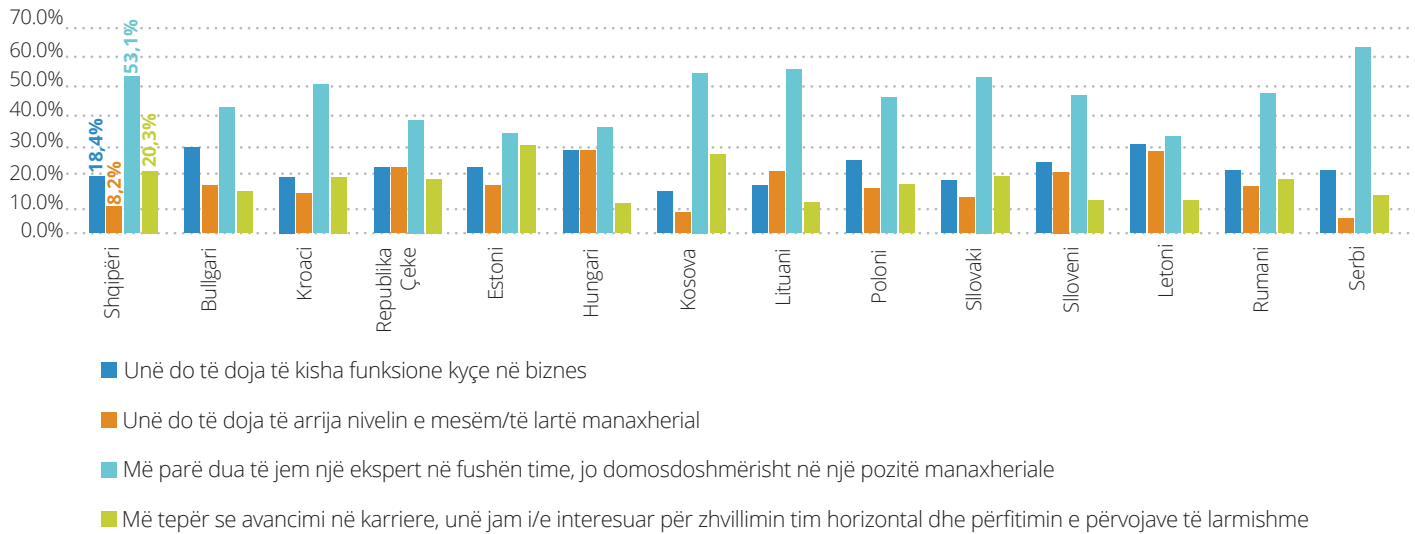
Tashmë, vendimmarrja për fushën e përgatitjes akademike, zgjedhjen e profesionit dhe të punëdhënësit nuk është më diçka e parashikueshme. Pas hyrjes me sukses në tregun e punës, si dhe pranimit nga një punëdhënësi, linja e karrierës gjithmonë është konsideruar lineare dhe suksesi, në përparim, i ndërvarur nga performanca individuale e punëmarrësit dhe vendimmarrja menaxheriale. Madje, në setin tradicional organizativ, janë menaxherët ata që diktojnë zhvillimin e aftësive profesionale, si dhe rrjedhën e karrierës për punëmarrësit e rinj.

Në ditët e sotme, tregu i punës në vendet e zhvilluara dhe ato në zhvillim, sidomos në rajonin e Evropës Qendrore, është duke u përballur me fenomenin e të rinjve "Millennials", të cilët kërkojnë të kenë autonomi për të përcaktuar drejtimin e zhvillimit të tyre profesional dhe fushat ku kërkojnë të zhvillojnë karrierën. Sot, vëmendja e të rinjve nuk është zhvillimi i karrierës së tyre në mënyrë lineare si dhe në një profesion të caktuar. Më së tepërmi, ata janë të interesuar që të përfitojnë sa më shumë aftësi dhe kompetenca në fusha të ndryshme. Kjo përkthehet në devijime të shpeshta në profilin profesional, çfarë sjell edhe ndryshimin e shpeshtë të punëdhënësit. Këta të fundit, në shumicën e rasteve, duket sikur nuk janë ende të përgatitur për të kuptuar brezin e ri, apo për të ofruar drejtime të karrierës, si vertikalisht edhe horizontalisht, sipas nevojave të këtij segmenti të rëndësishëm të kapitalit të punës.



Nga vrojtimi ynë, konfirmohet se edhe për të rinjtë shqiptarë, ashtu si edhe për ata të vendeve të tjera në rajon⁹, karriera duket se ka kaluar në plan të dytë. Zhvillimi profesional nëpërmjet përfuturit të ekspertizës dhe të përvojave të larmishme, mbetet ndër prioritetet më kryesore.

Shënoni përgjigjen që do të përshkruante më së miri planet tuaja për karrierë.

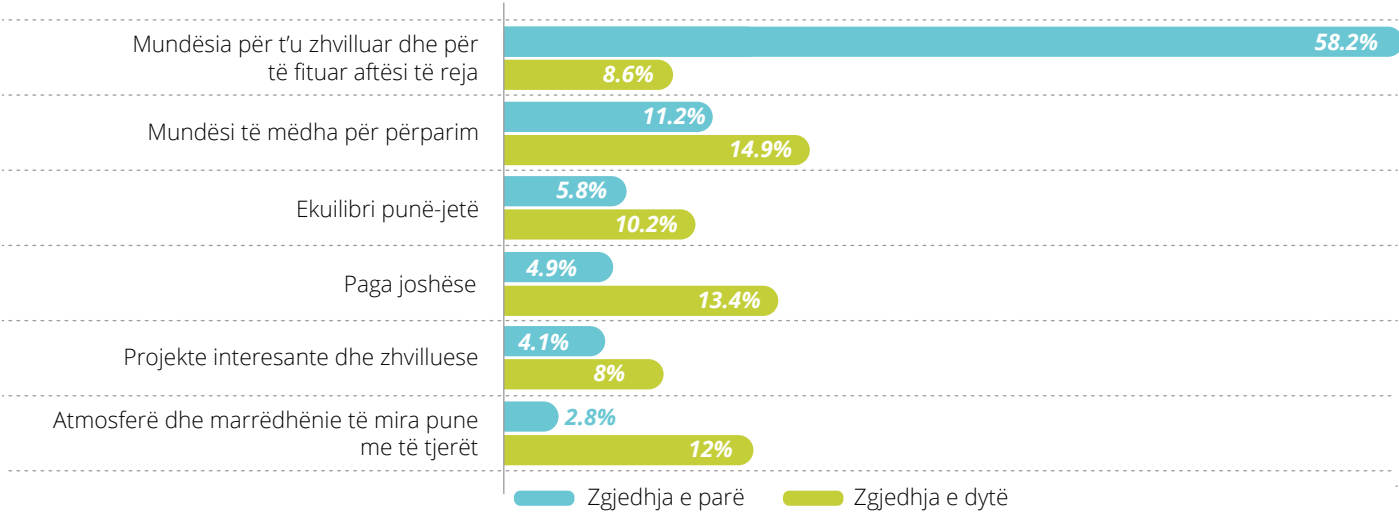


9. Deloitte Central Europe. "First Step in the labor market". Deloitte, 2018 <https://www2.deloitte.com/al/en/pages/about-deloitte/articles/first-steps-labour-market0.html>.

Ata do të preferonin të punonin me atë punëdhënë, i cili ju ofron mundësinë për t'u zhvilluar dhe për të fituar aftësi të reja si dhe për të përparuar në karrierë (70 përqind). Megjithatë, si Millennials tipikë si të gjithë moshatarët e tyre kudo në botë, balanca punë-jetë mbetet përsëri një prioritet kryesor.

Vlerësimi i faktorit pagë është ai që bie më shumë në sy. Në krahasim me raportin e publikuar nga Evropa Qendrore¹⁰, vërejmë se paga (faktor i renditur i katërti nga të rinjtë shqiptarë për të përzgjedhur një punëdhënë) është faktori i dytë më i vlerësuar në nivel rajoni. I njëjti ndryshim vihet re edhe tek balanca punë-jetë. Kjo tregon se të rinjtë e vendit tonë janë më të orientuar drejt zhvillimit profesional, marrjes së eksperiencave që do t'ju shërbejnë për përgatitjen e tyre dhe të pasurit e një jete sociale, sesa tek aspekti financiar, një tipar dallues ky nga moshatarët e tyre në rajon. Nga ana tjetër, të njëjtët faktor do të ndikojnë edhe në vendimmarrjen e tyre për të ndryshuar punëdhënësin.

Cilat janë aspektet më të rëndësishme për ju kur zgjidhni një punë?

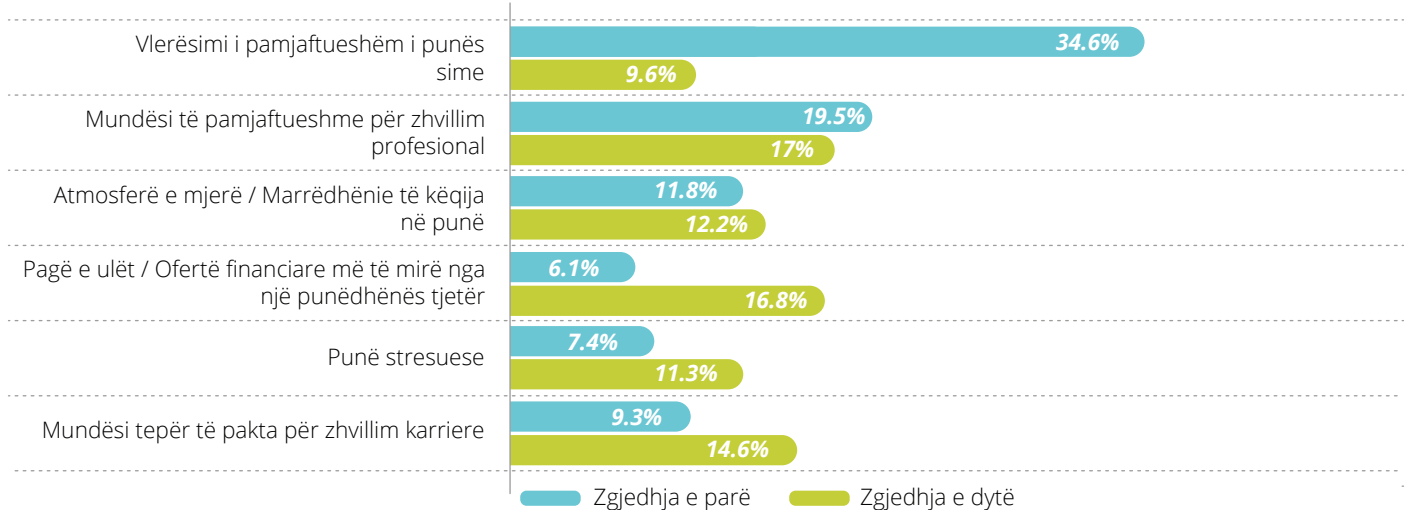


10. Si më sipër

Ndaj pyetjes se cilat do të ishin arsyet kryesore të tyre për të ndryshuar punëdhënësin, ata sërish e rendisin çështjen e nivelit të pagës si arsye të katërt në radhë. Duket se ata do të merrnin një vendim të tillë, nëse nuk do të kishin vlerësim të mjaftueshëm të punës së tyre, mundësi të mjaftueshme për zhvillim profesional, si dhe nëse atmosfera në punë do të linte për të dëshiruar.

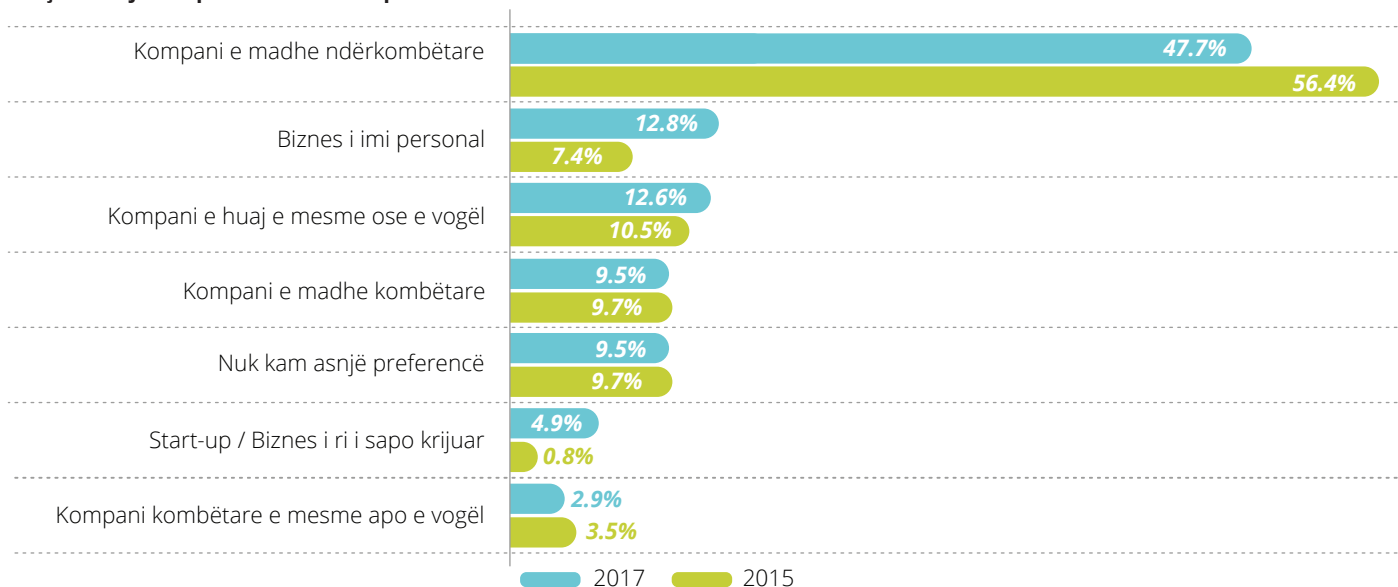
Ne besojmë se, pikërisht, këto gjetje janë një burim i drejtpërdrejtë informacioni për punëdhënësit. Ky informacion mendojmë se është tepër i vlefshëm për ta, duke shërbyer si pikë referimi për të vlerësuar situatën e tyre aktuale të menaxhimit të burimeve njerëzore në lidhje me këtë brez, apo për të rishikuar politikat e tyre në këtë drejtim.

Cilat janë ose mund të jenë arsyet kryesore për ju për të ndryshuar një punëdhënësin?



Lidhur me pyetjen se në çfarë organizatash do të donin të punonin të rinjtë në Shqipëri, na rezultojnë se tendenca për të zgjedhur organizata të mëdha, të mesme e të vogla ndërkombëtare, vijon të mbetet e fortë edhe këtë edicion (60 përqind). Por, në 2017, vërejmë se ka disa zhvillime që ja vlejné për tu ndalur. Krahësuar me edicionin e vitit 2015, rezultojnë se, konkretisht, 8 p.p. më pak të rinj do të dëshironin të punonin në korporata të mëdha ndërkombëtare, ndërkohë që 5 p.p. më shumë do të dëshironin të punonin në biznesin e tyre personal (13 përqind) dhe 4 p.p. më shumë në “start up”-e (5 përqind). Krahësuar me 14 vendet e rajonit të përfshirë në studim, të rinjtë në vendit tonë renditen të shtatët në lidhje me zgjedhjen për të punuar në biznes personal.

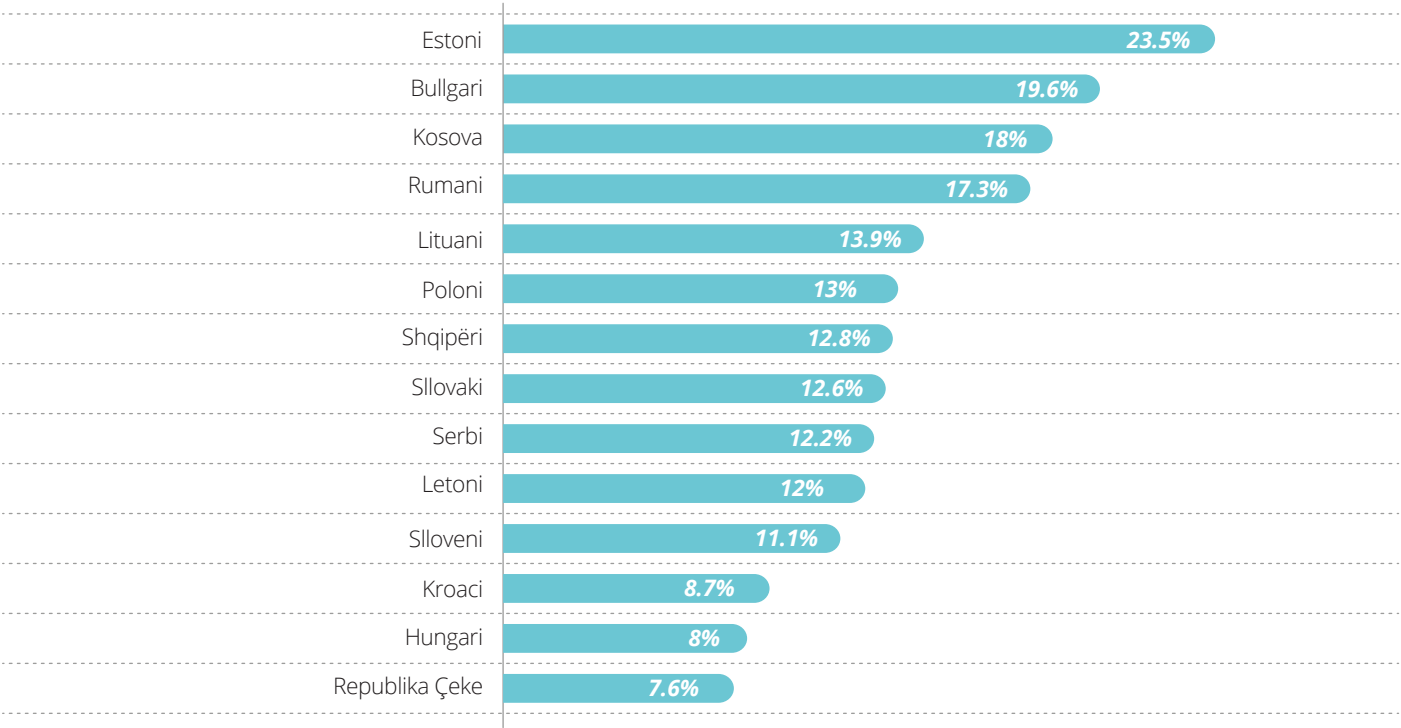
Në çfarë lloji kompanie do donit të punonit?



Mendojmë se kjo gjetje është një aspekt i rëndësishëm për tu analizuar dhe konsideruar më tej nga politikë-bërësit, me orientimin për të zhvilluar më tutje kushtet dhe lehtësirat e nevojshme për të rinjtë që të përfshihen në sipërmarrje kreative dhe novatore.

Nga ana tjetër, shoqëritë e mëdha tregtare vendase mbeten një zgjedhje alternative për të rinjtë (9.5 përqind), pas atyre ndërkombëtare dhe biznesit personal. Si punëdhënës më pak i preferuar vijnë të mbeten sërish shoqëritë tregtare të mesme dhe të vogla; e lidhur kjo me arsyet e zgjedhjes së një punëdhënësi nga të rinjtë, mund të supozojmë se këto organizata nuk ofrojnë mundësi zhvillimi profesional dhe përfitimin e përvojave të larmishme për të rinjtë e arsimuar.

Biznesi juaj personal



Gjetjet e mësipërme konfirmohen edhe nga raporti i përvitshëm i Deloitte Global për vitin 2017 “Human Capital Trends”¹¹. Sipas tij, punëdhënës të suksesshëm, në tërheqjen e talentëve në organizatat e tyre, do të ishin ata që do të mundësonin një eksperiencë pozitive pune. Një eksperiencë e tillë për të rinjtë e këtij brezi do të ishin: puna në vetvete, udhëheqje (leadership) mbështetëse dhe e besueshme, mjedis pune pozitiv, si dhe mundësia për tu rritur profesionalisht.

Modeli më i mirë organizativ				
				
Punë domethënëse	Menaxhim mbështetës	Mjedis pune pozitiv	Mundësi për t'u rritur profesionalisht	Besimi tek udhëheqja
Pavarësi	Objektiva të qarta dhe transparente	Mjedis pune fleksibël	Trajnim dhe mbështetje në punë	Misioni dhe qëllim
Punë që të përshtatet	Mentorim	Ambient pune njerëzor	Mundësi për t'u rritur	Investim i vazhdueshëm tek njerëzit
Ekipe të vogla dhe të fuqishme	Investim për zhvillimin e menaxherëve	Kultura e mirënjohjes	Të mësuarit dinamik	Transparencë dhe ndershmëri
Kohë e lirë	Menaxhim performance	Ambient pune gjithëpërfshirës, i ndershëm & divers	Kultura e të mësuarit	Inspirim
Bashkëpunim dhe komunikim				

Figura 2. Faktorët që kontribojnë në një eksperiencë pozitive punësimi
Burim: Deloitte University Press | dupress.deloitte.com

11. Deloitte University Press. “Deloitte Global Human Capital Trends: Rewriting the rules for the digital age, 2017”. Deloitte, 2018.

Një aspekt tjetër që synohet të matet nëpërmjet këtij vrojtimi janë edhe vlerat personale më të rëndësishme për brezin e ri. Të rinjtë e vendit tonë rezultojnë tepër të qëndrueshëm në këtë aspekt. Pesë vlerat kryesore, ashtu si dhe renditja e tyre, nuk kanë pësuar asnjë ndryshim në raport me edicionin e vitit 2015. Për këta të rinj, familja e lumtur mbetet vlera më kryesore, e ndjekur nga shëndeti i mirë, puna profesionale, edukimi dhe jeta e ndershme. Dimensioi kulturor, ashtu si edhe ai social-ekonomik, ka ndikim në vlerat më të rëndësishme që përqafojnë të rinjtë në vendet e rajonit të Evropës Qendrore. Për shembull, nëse për të rinjtë, si në Shqipëri dhe në Kosovë, të pasurit një jetë të ndershme është një ndër pesë vlerat më kryesore, ajo nuk renditet aspak si e tillë nga ata të vendeve të tjera. Për këta të fundit, shfaqen vlera të tjera të rëndësishme si miqtë dhe të pasurit një jete plot me aventura dhe përvoja.



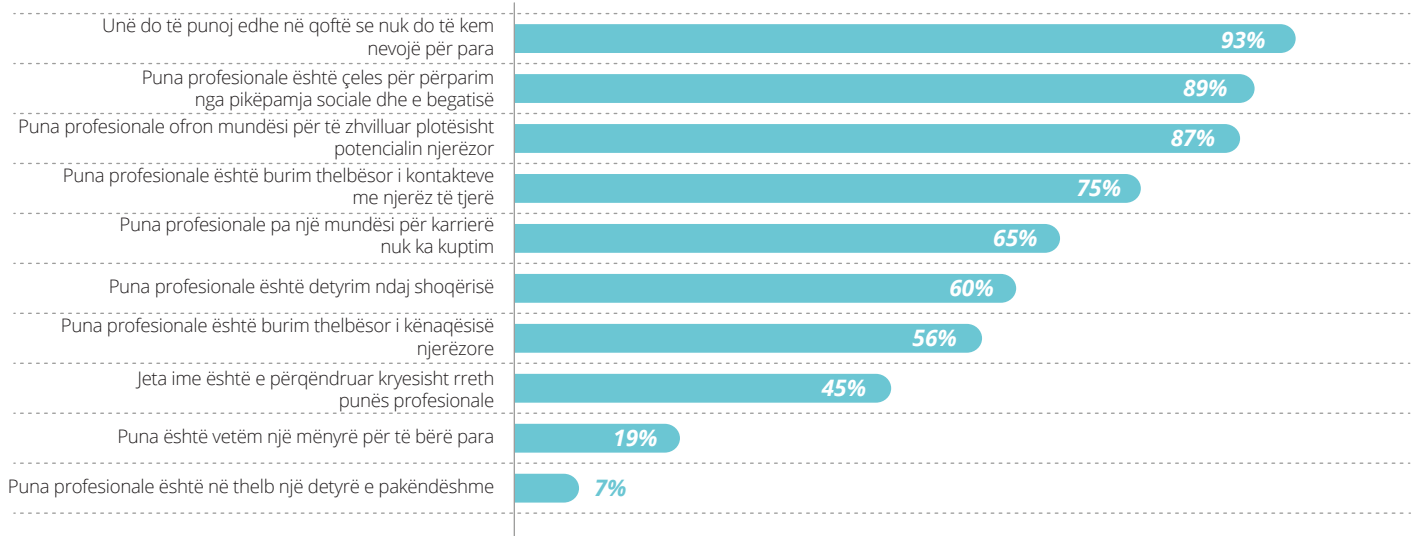
5 vlerat më të rëndësishme						
Shqipëri	Bullgari	Kroaci	Republika Çeke	Estoni	Hungari	Kosova
Familje e lumtur	Shëndet i mirë	Shëndet i mirë	Shëndet i mirë	Shëndet i mirë	Familje e lumtur	Shëndet i mirë
Shëndet i mirë	Familje e lumtur	Familje e lumtur	Familje e lumtur	Familje e lumtur	Shëndet i mirë	Familje e lumtur
Puna profesionale	Miq të	Puna profesionale	Miq të	Një jetë plot me aventura dhe përvoja	Miq të	Puna profesionale
Edukimi	Puna profesionale	Edukimi	Edukimi	Miq të	Puna profesionale	Edukimi
Jeta e ndershme	Edukimi	Miq të	Një jetë plot me aventura dhe përvoja	Paqja	Një jetë plot me aventura dhe përvoja	Jeta e ndershme

5 vlerat më të rëndësishme						
Lituani	Poloni	Sllovaki	Slloveni	Letoni	Rumani	Serbi
Shëndet i mirë	Familje e lumtur	Shëndet i mirë	Shëndet i mirë	Familje e lumtur	Shëndet i mirë	Shëndet i mirë
Familje e lumtur	Shëndet i mirë	Familje e lumtur	Familje e lumtur	Shëndet i mirë	Familje e lumtur	Familje e lumtur
Puna profesionale	Miq të	Edukimi	Puna profesionale	Mirëqënia dhe begatia	Edukimi	Edukimi
Një jetë plot me aventura dhe përvoja	Puna profesionale	Miq të	Miq të	Edukimi	Puna profesionale	Miq të
Respekti për njerëzit e tjerë	Edukimi	Puna profesionale	Një jetë plot me aventura dhe përvoja	Paqja	Respekti për njerëzit e tjerë	Një jetë plot me aventura dhe përvoja

“Ethosi”¹² i punës

Për të kuptuar përjashten e të rinjve ndaj punës nga një këndvështrim ndryshe, atyre iu kërkua të zgjidhnin si më të rëndësishme për ta, disa pohime rreth ethosit të punës. Për shumicën e tyre (56 përqind) puna profesionale është burim thelbësor i kënaqësisë njerëzore dhe një detyrim ndaj shoqërisë (60 përqind). Kjo konfirmohet bindshëm, pasi 93 përqind e tyre mendojnë se do të punonin edhe nëse do ti kishin të zgjidhura nevojat e tyre financiare. Përveç kësaj, ata e shikojnë punën si çelës për përparim nga pikëpamja sociale dhe e begatisë (89 përqind), si dhe për zhvillimin e potencialit njerëzor (87 përqind).

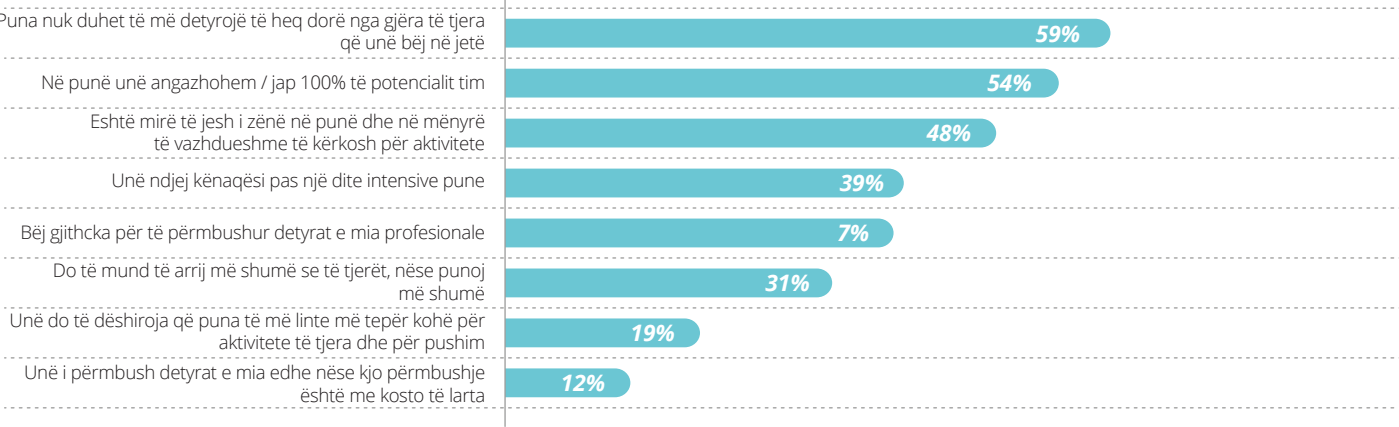
Deri në çfarë mase pajtoheni me pohimet e mëposhtme?



¹²“Ethos” lidhet me arsyet se përse ne punojmë, çfarë na udhëheq dhe na jep qëllime përkatësi në vendin e punës. Lidhet direkt me angazhimin që ndërmerr një punonjës ndaj organizatës.

Megjithatë, ata shfaqin interes edhe për mundësinë e zhvillimit në karrierë, por nëpërmjet punës (65 përqind), si dhe janë të gatshëm të angazhohen dhe të japin maksimumin e potencialit të tyre në punë (54 përqind). Nga ana tjetër, pavarësisht se puna për ta është tepër e rëndësishme, ata mendojnë se ajo nuk duhet t'i detyrojë të heqin dorë nga pasione të tjera që ndjekin në jetë (59 përqind) dhe as t'i pengojë në të eksploruarit e mundësive dhe aktiviteteve të tjera (48 përqind).

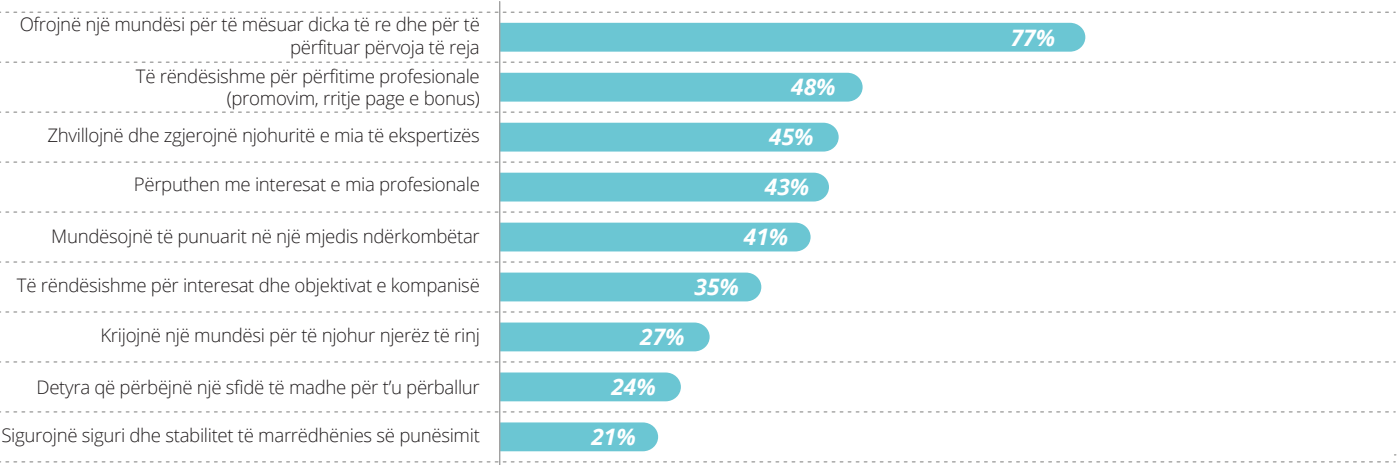
Zgjidhni tre pohimet me të cilat jeni më shumë dakord.



Motivimi

Rëndësia për të pasur një punë që ofron zhvillim profesional, aftësim, ekspertizë dhe përvoja të reja theksohet edhe nga renditja që të rinjtë i bëjnë detyrave, të cilat do t'i motivonin më shumë në punë. Megjithatë, detyra motivuese për ta, në këtë rast, janë edhe ato që stimulojnë përfitime profesionale si promovim, rritje page dhe shpërblime. Përveç kësaj, ata do të motivoheshin nëse detyrat e tyre do të kishin një kontribut të rëndësishëm jo vetëm për interesat e tyre profesionale, por dhe për interesat dhe objektivat e organizatës ku punojnë, apo do të punonin në të ardhmen.

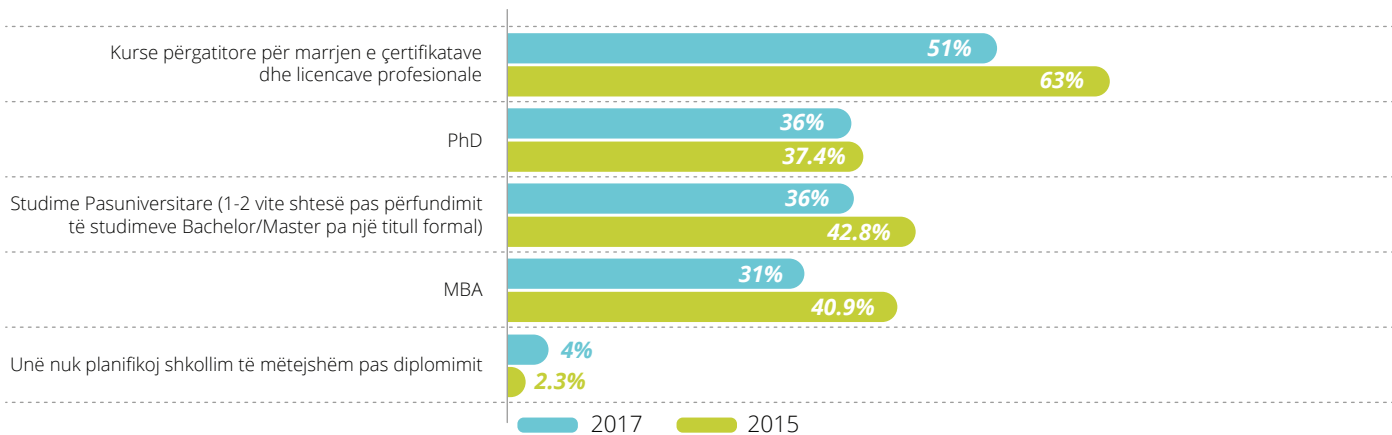
Çfarë detyrash ju motivojnë në punë?



Planet për studime të mëtejshme

Vetëm 4 përqind e të rinjve nuk planifikojnë të vijojnë më tej shkollimin e tyre pas diplomimit. Nga ana tjetër, vërehet se për shumicën e të rinjve, nëse planifikojnë studime të mëtejshme, ato do të ishin të fokusuara më shumë në përgatitjen e tyre profesionale për tregun e punës, duke ndjekur kurse përgatitore për marrjen e çertifikatave dhe licencave profesionale (51 përqind) – megjithëse me trend rënës nga edicioni i vitit 2015 (12 p.p).

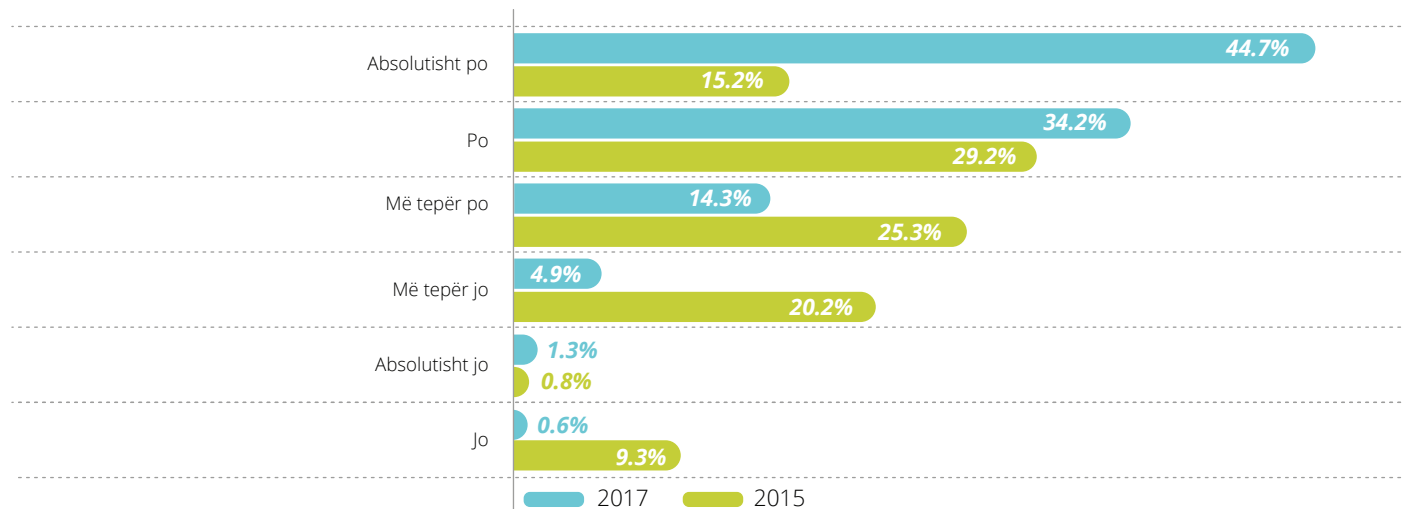
A planifikoni të vazhdoni shkollimin tuaj të mëtejshëm akademik?



Transferimi (Mobiliteti)

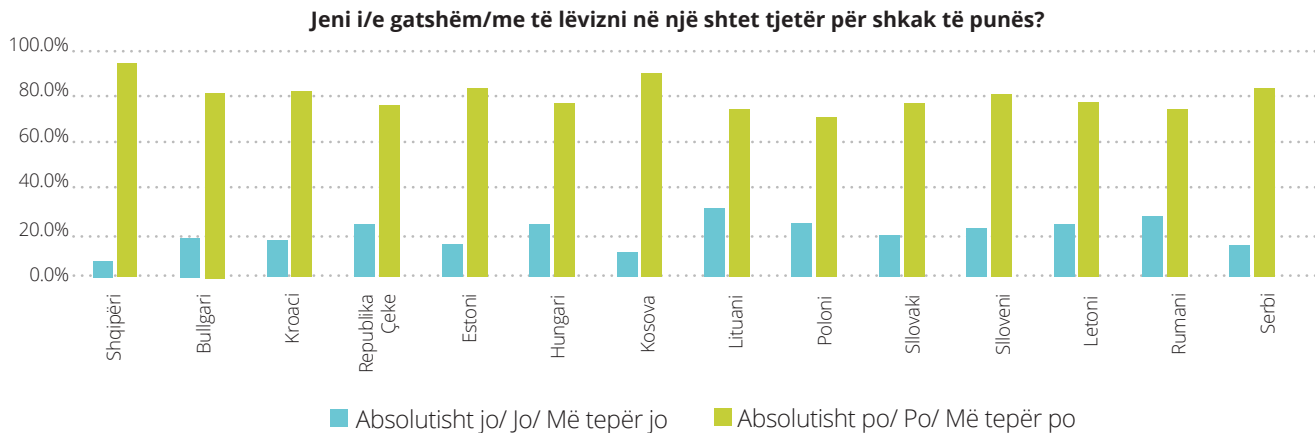
Sipas këtij vërtimit, rreth 93 përqind e të rinjve do të ishin të gatshëm (grupuar sipas përgjigjeve “Më tepër po”, “Po” dhe “Absolutisht Po”) të zhvendoseshin në një shtet tjetër për shkak të punës. Në krahasim me edicionin e vitit 2015 vërehet se ka një rritje me 23 p.p., ku numri i të rinjve, të cilët janë absolutisht të gatshëm për tu zhvendosur, ka rritjen më të ndjeshme.

Jeni i/e gatshëm/me të lëvizni në një shtet tjetër për shkak të punës?



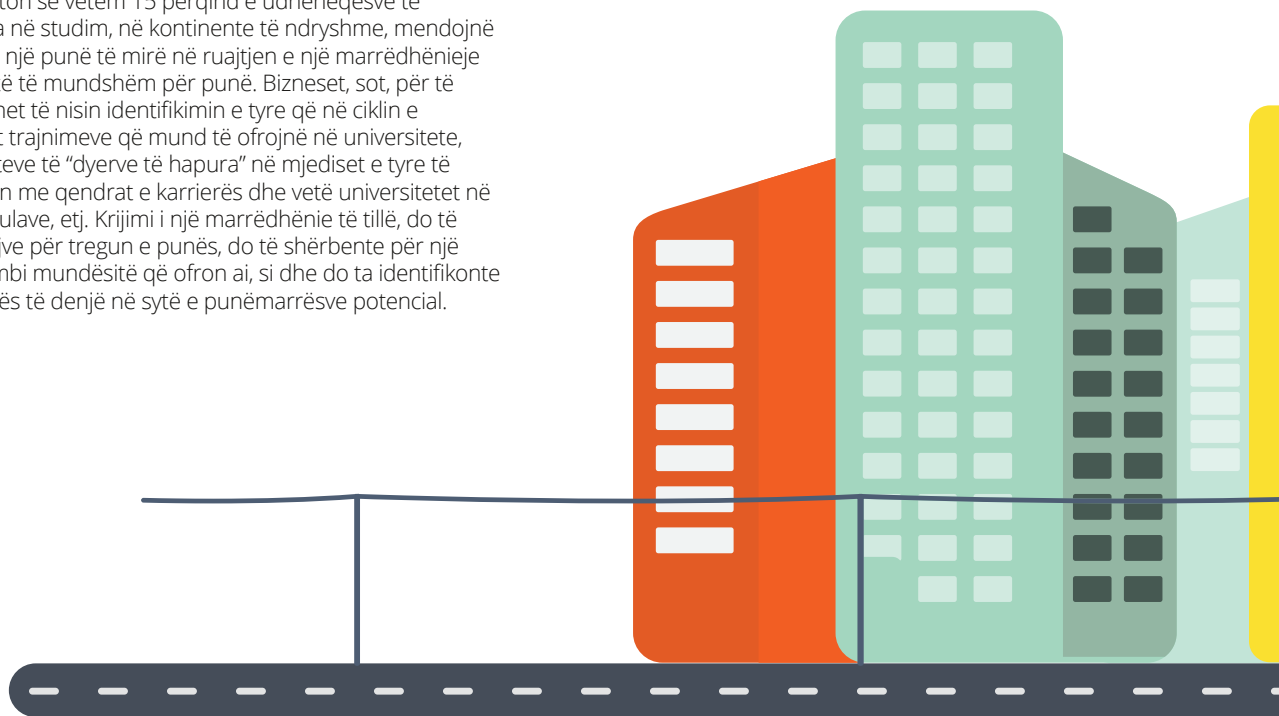
Edhe në nivel rajonal, në Evropën Qendrore¹³, 76,8 përqind e të rinjve, në total, do të ishin të gatshëm të zhvendoseshin jashtë vendit për shkak të punës. E lidhur kjo edhe me dëshirën e tyre për tu zhvilluar profesionalisht, për të përfituar përvoja të larmishme pune dhe jetësore, ky aspekt mund të konsiderohet si një karakteristikë e brezit Millennials.

Ky aspekt mund të shihet si pozitiv nga korporatat ndërkombëtare që e konsiderojnë mobilitetin e stafit dhe diversitetin kulturor si burim suksesi, mirëpo, nga ana tjetër, vlen të ndalemi tek lidhja që ky aspekt ka edhe me dimensione të tjera të matura dhe prezantuara më parë në këtë raport. Kështu, mund të konsiderohet si burim për këtë gatishmëri të lartë, kërkimi i mundësive për zhvillim profesional dhe aftësim të qenësishëm jashtë vendit. Disa argumente mbështetëse të këtij supozimi mund të jenë: preferenca e të rinjve për të punuar në korporata të mëdha ndërkombëtare të pranishme në vend, të cilat paraqesin mundësi të kufizuara punësimi në numër, në krahasim me numrin e të diplomuarve në vend; dëshira për tu zhvilluar shpejt në fusha të ndryshme në punëdhënës me kulturë organizative, ku kreativiteti, vlerësimi dhe njohja e kontributit është një nga shtyllat kryesore të kulturës organizative; ndjesia e të qenit të papërgatitur siç duhet nga institucionet akademike për kryerjen e detyrave të ardhshme profesionale, si dhe për të kërkuar punë, etj.



13. Deloitte Central Europe, 2018.

Mendojmë se biznesi vendas, i madh apo i mesëm, mund të luajë një rol më aktiv në ruajtjen e kapitalit njerëzor të tyre të ardhshëm. Krijimi i marrëdhënieve të vazhdueshme me talentet potenciale për punësim që në mjediset akademike, si dhe ruajtja e tyre në afatgjatë, deri në konkludimin me punësim, është një strategji e rëndësishme për tërheqjen e kapitalit njerëzor cilësor. Kjo është një sfidë e vështirë për punëdhënësit e sotëm kudo në botë. Deloitte Global, në raportin e saj¹⁴ për vitin 2017, evidenton se vetëm 15 përqind e udhëheqësve të bizneseve të përfshira në studim, në kontinente të ndryshme, mendojnë se ata janë duke bërë një punë të mirë në ruajtjen e një marrëdhënieje afatgjatë me kandidatë të mundshëm për punë. Bizneset, sot, për të tërhequr talentet, duhet të nisin identifikimin e tyre që në ciklin e studimeve, nëpërmjet trajnimeve që mund të ofrojnë në universitete, organizimin e aktiviteteve të “dyerve të hapura” në mjediset e tyre të punës, bashkëpunimin me qendrat e karrierës dhe vetë universitetet në përmirësimin e kurrikulave, etj. Krijimi i një marrëdhënie të tillë, do të rriste besimin e të rinjve për tregun e punës, do të shërbente për një orientim më të mirë mbi mundësitë që ofron ai, si dhe do ta identifikonte biznesin si punëdhënës të denjë në sytë e punëmarrësve potencial.



¹⁴ Deloitte University Press, 2018.

Debati mbi udhëheqjen

Sot kërkohet një model tjetër udhëheqësi (lideri). Nëse studimet dhe kërkimet shkencore kanë identifikuar disa stile udhëheqjeje, sot udhëheqësi duhet të jetë i aftë të vërë në zbatim stile të ndryshme udhëheqjeje, sipas situatës organizative, skuadrave, projekteve dhe personaliteteve të ndryshme të anëtarëve të skuadrës.

Nevoja është që udhëheqësi të jetë një person, i cili është i aftë dhe inteligjent emocionalisht për të frymëzuar, kuptuar dhe mbështetur ndjekësit e tij, të mund të krijojë dhe drejtojë ekipet, mbështesë kreativitetin dhe inovacionin, si dhe të mësuarit dhe përmirësimin e vazhdueshëm të skuadrës. Nëse të qenurit udhëheqës është konsideruar si një detyrë e vështirë apo aftësi e lindur, sot të rinjtë mendojnë se çdo kush mund ta ndërmarrë, në çdo moment, këtë rol. Për ta, një udhëheqës nuk është ai që vetëm drejton një funksion apo të gjithë organizatën, por është edhe personi i cili merr nisma, orienton dhe frymëzon të tjerët drejt një qëllimi të përbashkët¹⁵, duke krijuar ekipe dhe menaxhuar projekte. Ky lloj ndryshimi, në mendësi, mund të shpjegojë arsyen se përse të rinjtë në vend e mendojnë veten si udhëheqës të mundshëm.

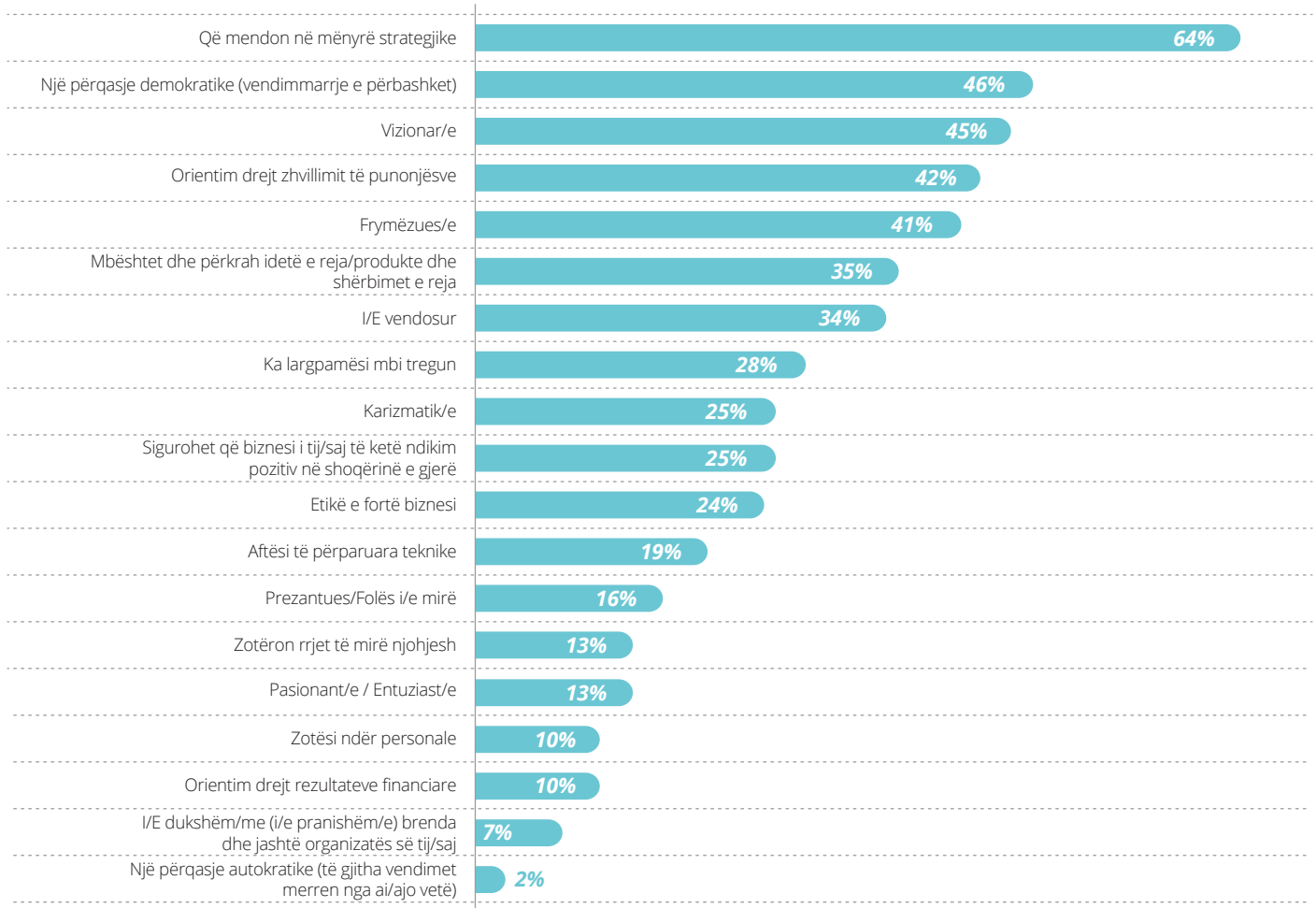


15. Deloitte University Press, 2018.

Imazhi i udhëheqësit të preferuar

Imazhi i udhëheqësit të preferuar tek të rinjtë në Shqipëri është dikush që, mbi të gjitha, mendon në mënyrë strategjike, ka vendimmarrje demokratike, është vizionar dhe frymëzues, si dhe që ka në fokus zhvillimin e punëmarrësve. Megjithatë, këtotribute të udhëheqësit ndryshojnë nga njëra grup-moshë në tjetrën. Kështu, për të rinjtë 25-30 vjeç, ata duhet të jenë të orientuar drejt zhvillimit të punëmarrësve, si dhe të kenë një përjasje demokratike. Për grup moshën 18-22 vjeç, një udhëheqës vizionar dhe i vendosur është shumë më i rëndësishëm për organizatën. Dallime vihen re edhe mes meshkujve dhe femrave, ku për meshkujt udhëheqësi duhet të jetë vizionar, i vendosur, karizmatik dhe të ketë aftësi të përparuara teknike; ndërsa për femrat, ai duhet të jetë në radhë të parë i orientuar drejt zhvillimit të punëmarrësve, të ketë etikë të fortë biznesi dhe të sigurojë që veprimtaria e biznesit ka ndikim pozitiv në shoqëri. Nga ana tjetër, në dallim nga të rinjtë shqiptarë, për të rinjtë e Evropës Qendrore të qenurit karizmatik dhe frymëzues janë ndër atributet kryesore që duhet të ketë një udhëheqës.

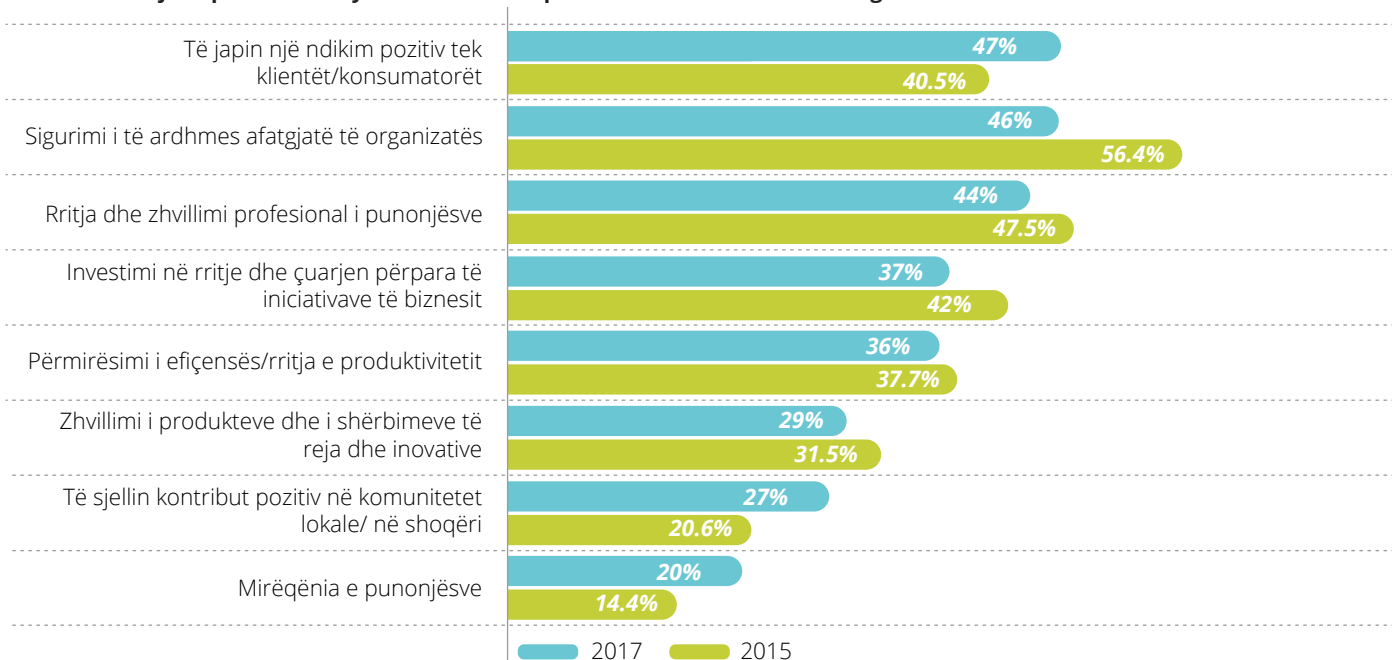
Si do ta përkufizonit një “udhëheqës/lider” të vërtetë? Cilat janë zotësitë, aftësitë, apo atributet që ata “duhet” të kenë?



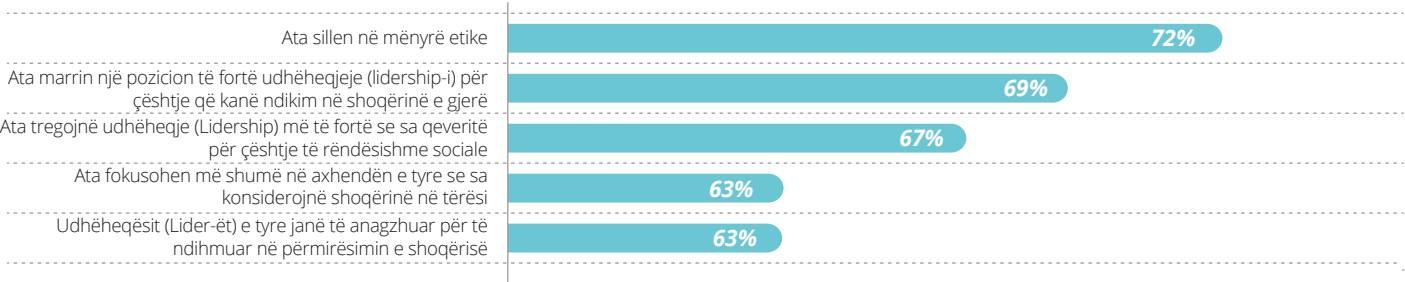
Përparësitë dhe sjellja aktuale e udhëheqësit

Pjesëmarrësit në vërtetim janë pyetur edhe për përparësitë që duhet të kenë udhëheqësit e bizneseve sipas mendimit të tyre. Lidhur me këtë, rezultoi se, nga këndvështrimi i të rinjve, udhëheqësit duhet të kenë në përparësi dhënien e një ndikimi pozitiv tek klientët (47 përqind), sigurimin e të ardhmes afatgjatë të organizatës (46 përqind), si dhe rritjen dhe zhvillimin profesional të punëmarrësve (44 përqind). Për grup-moshën më të re (18-22 vjeç), prioriteti kryesor i udhëheqësve duhet të jetë rritja dhe zhvillimi profesional i punëmarrësve (49 përqind) dhe, për ata me më shumë eksperiencë, sigurimi i të ardhmes afatgjatë të organizatës (54 përqind), si dhe dhënia e një ndikimi pozitiv tek klientët (45 përqind).

Cilat duhet të jenë prioritetet kryesore të udhëheqësve/lider-ëve të bizneseve/organizatave?



Duke pasur parasysh bizneset nëpër botë, pajtoheni apo jo se, deklaratat e mëposhtme përshkruajnë sjelljen e tyre aktuale?

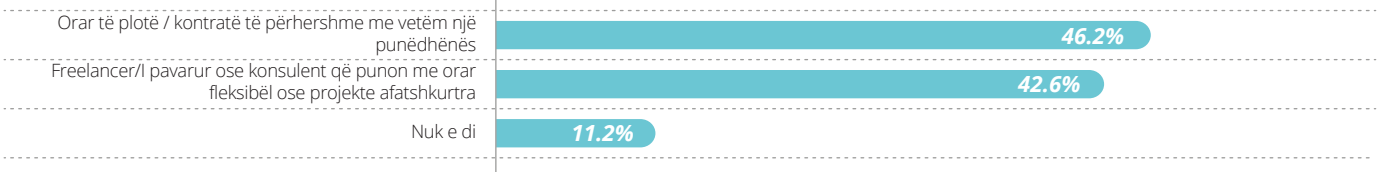


Organizimi i punës

Një rubrikë e vërtetimit ka qenë e fokusuar në mënyrën e organizimit të punës në aspektin e formës së marrëdhënies, kohës dhe ambienteve të punës. Kjo, për arsye se brezi i ri, në Shqipëri dhe kudo në botë, vlerëson shumë zgjedhjen e një punëdhënësi që mundëson balancën punë-jetë, si dhe fleksibilitetin për të ndjekur pasionet apo aktivitete të tjera jashtë jetës profesionale. Ky aspekt është kthyer në një çështje të rëndësishme për punëdhënësit, si dhe politikë-bërësit, për të krijuar kushtet e nevojshme ligjore dhe organizative me qëllim adresimin e këtyre kërkesave të këtij brezi, si një segment i rëndësishëm i kapitalit njerëzor sot dhe në të ardhmen e afërt.

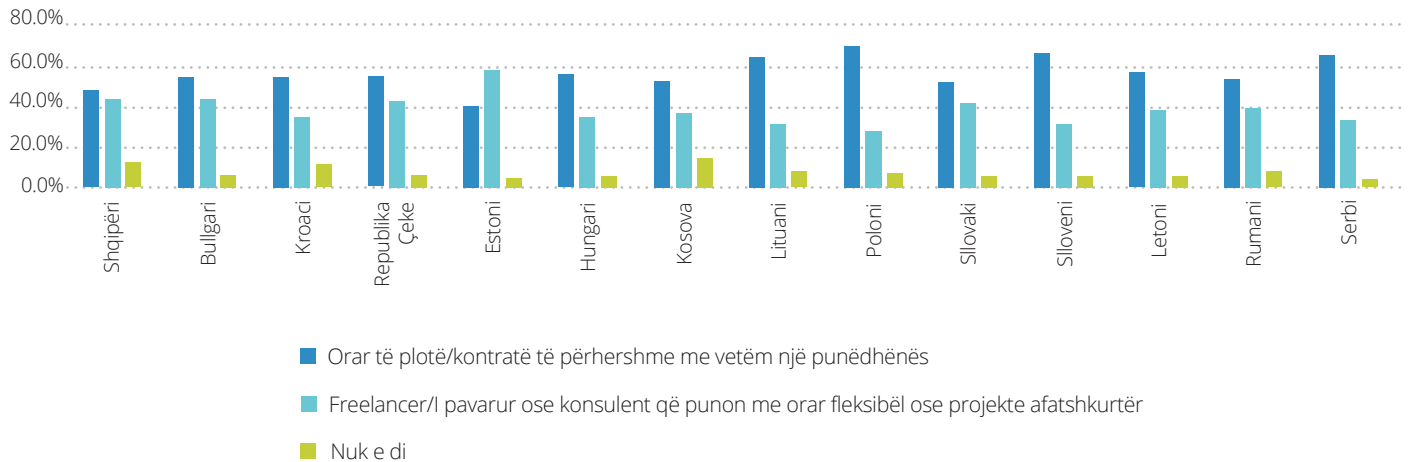
Për sa i përket formës së marrëdhënies së punësimit, rezultojnë se ka disa dallime të vogla në zgjedhjen mes një kontratë pune me kohëzgjatje të pacaktuar vetëm me një punëdhënësi (46 përqind), dhe të punuarit si konsulent i pavarur (42 përqind). Ky është një aspekt i ri, në krahasim me pyetësin e edicionit të vitit 2015. Nevoja e shtrimit të një pyetje kaq të drejtpërdrejtë, lindi nga shfaqja e fenomenit të të punuarit si profesionist i lirë (freelancer), një trend relativisht i ri edhe në Shqipëri.

Nëse do të kishit një zgjedhje dhe duke supozuar se do të fitonit një shumë të ngjashme parash, cilin prej dy opsioneve do të preferonit?



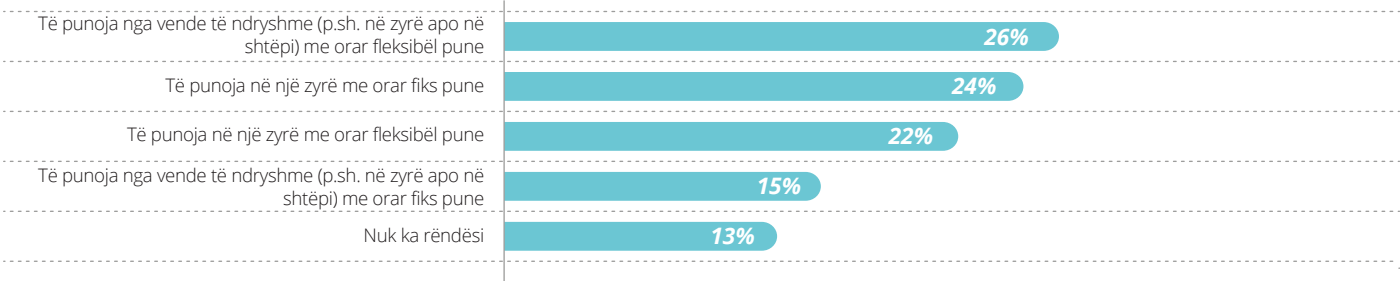
Ndryshe nga të rinjtë shqiptarë, të cilët paraqesin dallime të vogla, në rajon vihet re një tendencë për të zgjedhur si formë punësimi kontratat me kohë të plotë dhe me kohëzgjatje të pacaktuar me vetëm një punëdhënës, kryesuar nga Polonia, Sllovenia dhe Serbia. Vendi me numrin më të madh të të rinjve që synojnë të punojnë si profesionistë të lirë (freelancer) është Estonia.

Nëse do të kishit një zgjedhje duke supozuar se do të fitonit një shumë të ngjashme parash, cilin prej dy opsioneve do të preferonit?



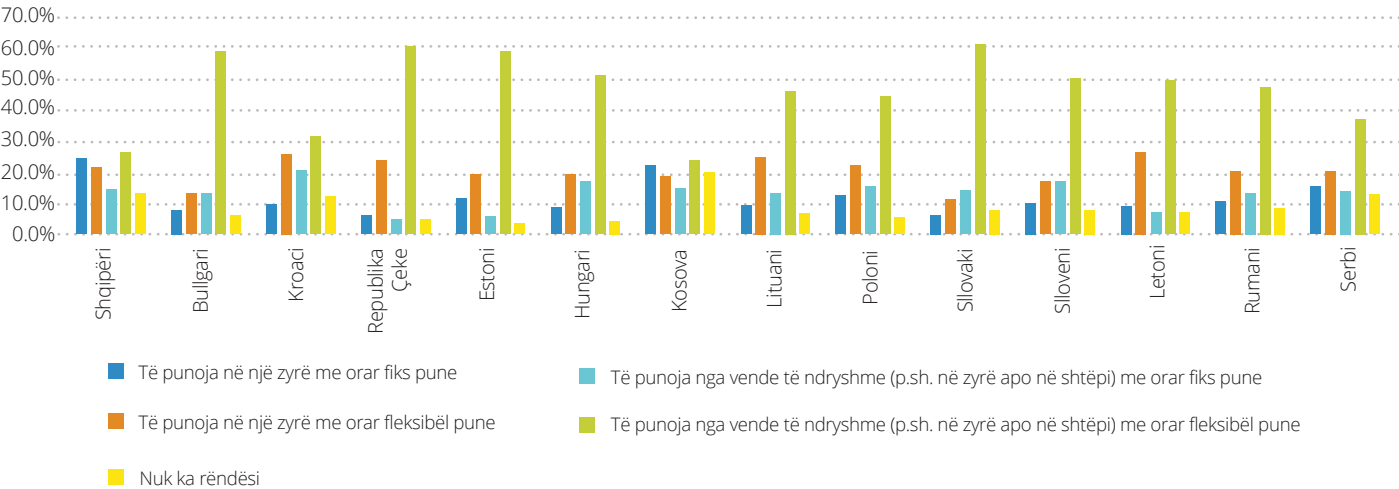
Lidhur me ambientin e punës, mund të thuhet se të rinjtë në Shqipëri kanë preferenca të ndryshme, pa një trend të përcaktuar qartë. Megjithatë, me një dallim të lehtë, si zgjedhje e parë rezulton puna me orar fleksibël, si dhe me fleksibilitet lidhur me vendin e kryerjes së saj, si për shembull në zyrë apo në shtëpi (26 përqind). Një e katërta e këtyre të rinjve do të preferonte të punonte me orar fiks në një zyrë (24 përqind).

Çfarë lloji organizimi të punësimit do të preferonit?



E njëjta tablo shfaqet edhe në vende si Kosova dhe Kroacia. Në pjesën tjetër të rajonit vihet re një tendencë e të rinjve për të punuar me orar fleksibël dhe nga vende të ndryshme të kryerjes së saj, kryesisht në Sllovaki, Republikën Çeke, Estoni dhe Bullgari. Me zhvillimin teknologjik dhe të platformave të komunikimit, aktivitete dhe detyra pune, të cilat më parë nuk perceptoheshin se mund të realizoheshin jashtë ambienteve të vendit të punës, sot mund të thuhet se janë thuajse një praktikë normale në vende të tjera. Nga ana tjetër, ashtu siç përmendet edhe më sipër në këtë vërtetim, fleksibiliteti në punë është një nga kërkesat e brezit të ri, si element dallues i tyre në krahasim me brezat e mëparshëm.

Çfarë lloji organizimi të punësimit do të preferonit?



Diversiteti dhe përfshirja

Diversiteti dhe përfshirja (inclusion), sipas raportit të Deloitte Global¹⁶, është një nga çështjet më të rëndësishme sot, pasi shihet si një burim suksesi në biznes, nëse promovohet dhe kurohet siç duhet. Madje për të rinjtë, sidomos për brezin “Millennials”, diversiteti dhe përfshirja në çështjet e organizatës, si dhe dëgjimi i zërit të tyre, është një nga nevojat thelbësore për ta në jetën organizative. Sipas Deloitte Global, ekipet e punës, që kanë një diversitet dhe kulturë të shëndetshme përfshirjeje, rezultojnë të jenë më inovatore, kreative e që performojnë më mirë, duke e kthyer diversitetin dhe përfshirjen një burim avantazhi konkurrues.

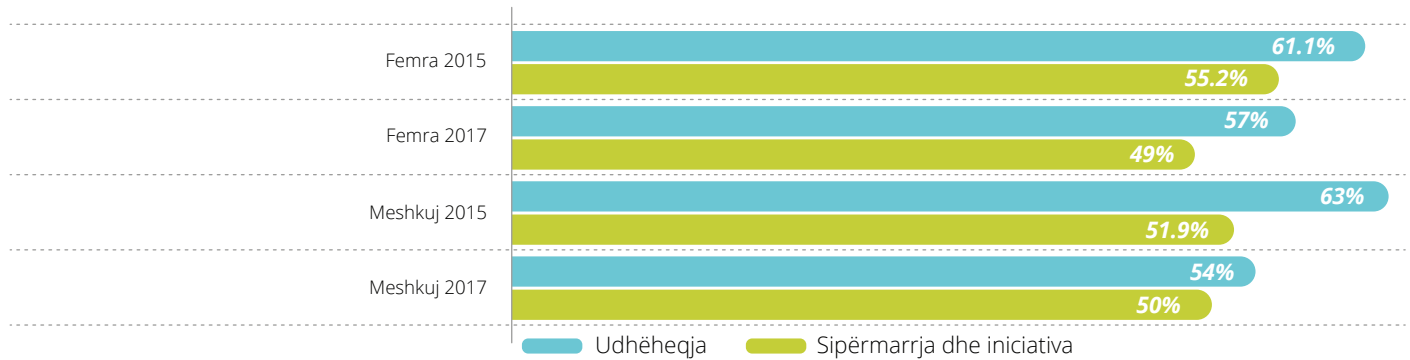


16. Deloitte University Press, 2018.

Këndvështrimi për punën

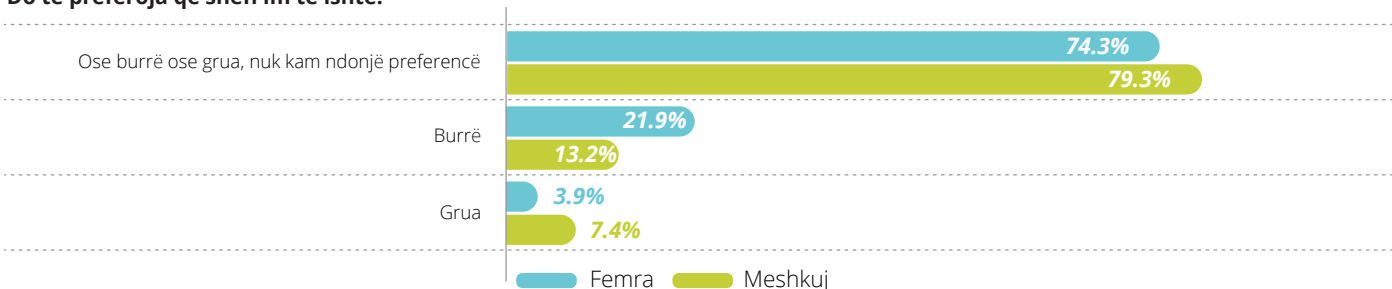
Në këtë edicion vihet re një rënie në vetë-vlerësimin lidhur me aftësitë udhëheqëse dhe sipërmarrëse të të rinjve shqiptarë. Në dallim nga edicioni i vitit 2015, në këtë edicion femrat rezultojnë me vetëbesim më të lartë se meshkujt në aftësi udhëheqëse, por lehtë më të ulët në aftësi sipërmarrëse.

Si do ta vlerësonit nivelin e kompetencave tuaja?



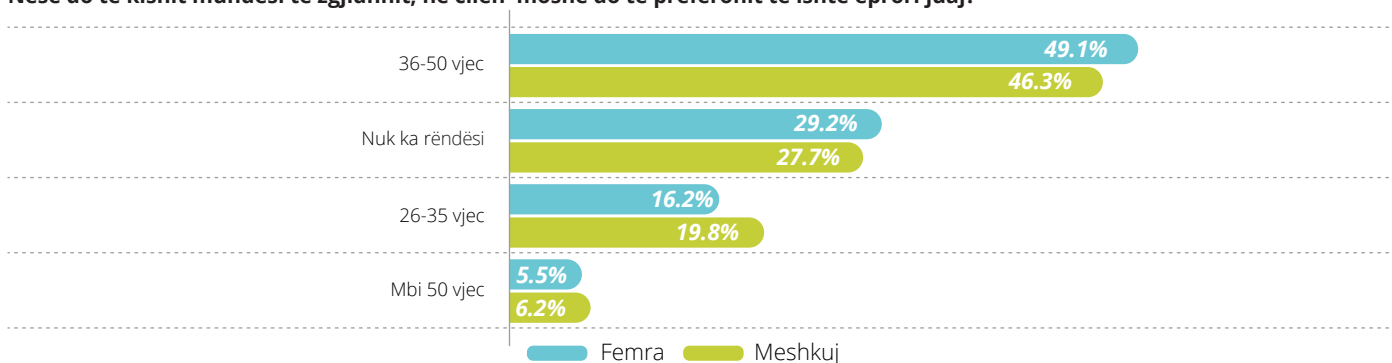
Për të rinjtë nuk ka rëndësi nëse eprori i tyre është femër apo mashkull, por aftësia e tij si udhëheqës. Megjithatë, shihet se ka një tendencë parapëlqimi të femrave për të bashkëpunuar me një udhëheqës mashkull (22 përqind); tendencë kjo e konfirmuar edhe në raport me edicionin e vitit 2015 (18 përqind).

Do të preferoja që shefi im të ishte:

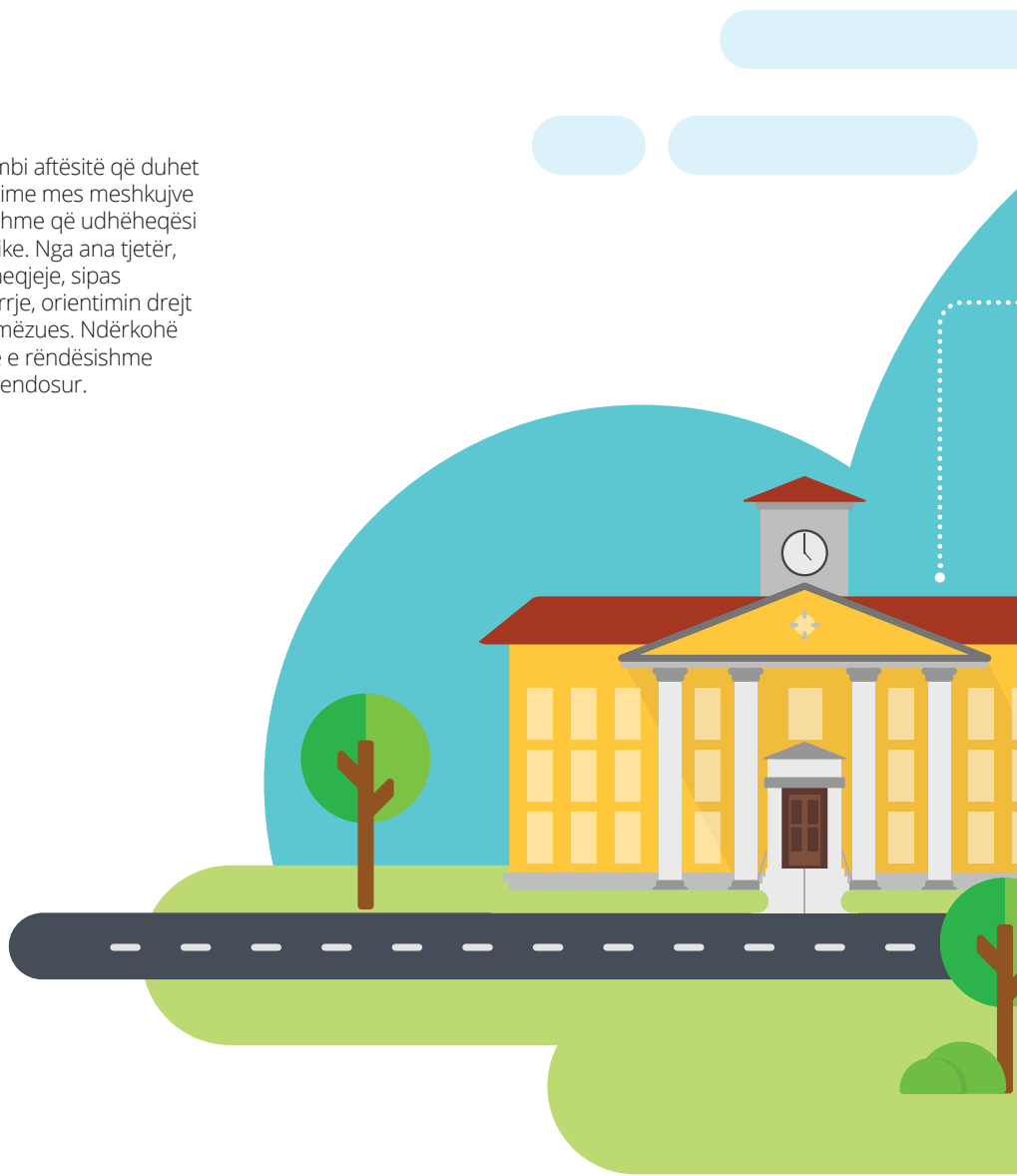


Në lidhje me moshën e eprorit, shumica e të rinjve parapëlqejnë që ai ose ajo të jetë në moshën nga 36 deri në 50 vjeç. Megjithatë, interesant është fakti që meshkujt, më shumë sesa femrat, do të parapëlqenin të kishin një epror të moshës nga 26 deri në 35 vjeç. Sidoqoftë, për një të tretën e pjesëmarrësve në vërtetim, femra apo meshkuj, mosha e eprorit nuk do të kishte rëndësi për ta.

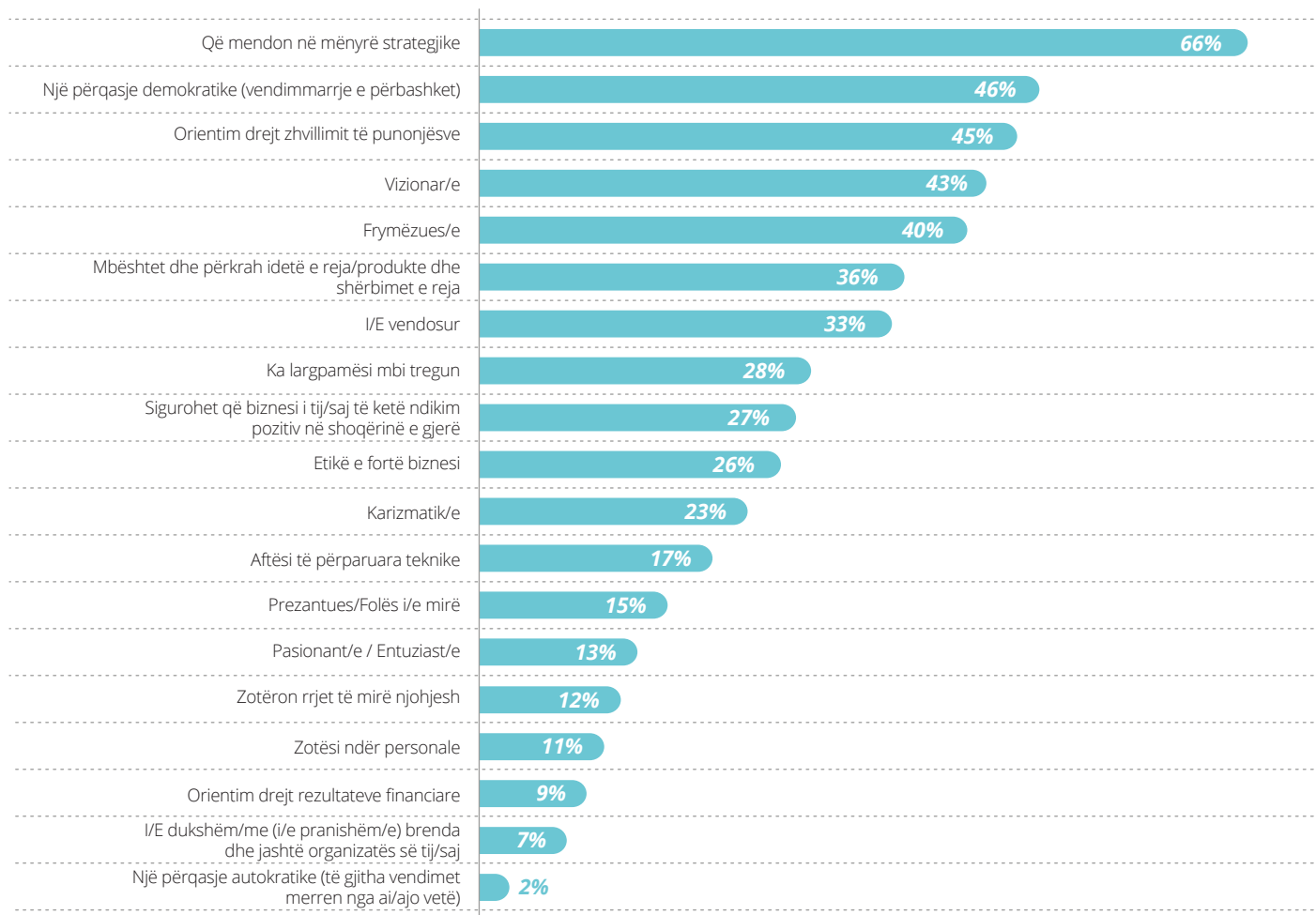
Nëse do të kishit mundësi të zgjidhnit, në cilën moshë do të preferonit të ishte eprori juaj?



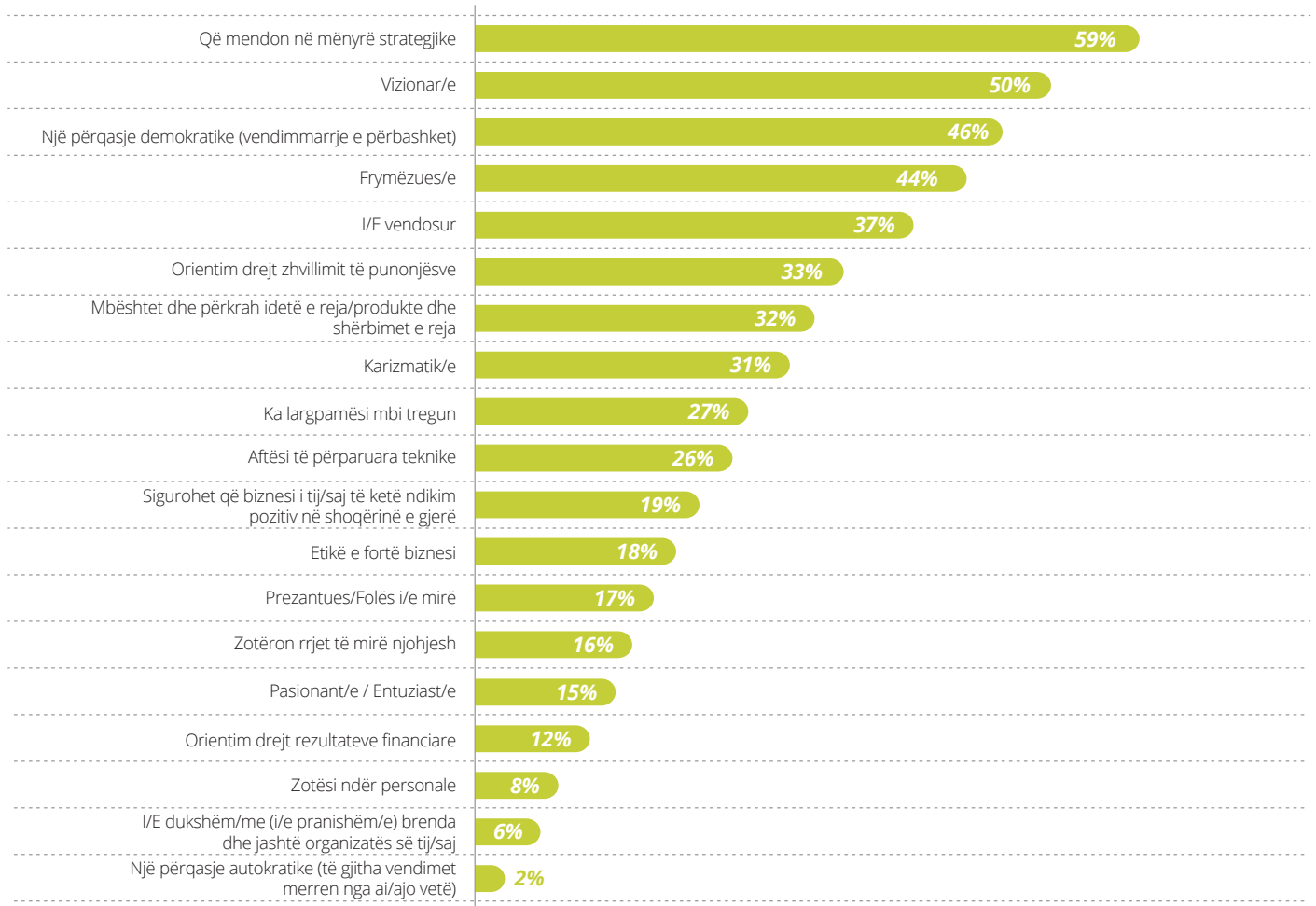
Duke e zbërthyer më tej perceptimin e të rinjve mbi aftësitë që duhet të ketë udhëheqësi, vihen re ngjashmëri dhe dallime mes meshkujve dhe femrave. Për të dyja grupet është e rëndësishme që udhëheqësi të ketë aftësi të të menduarit në mënyrë strategjike. Nga ana tjetër, femrat vlerësojnë si aftësi të rëndësishme udhëheqjeje, sipas rëndësisë, përqasjen demokratike në vendimarrje, orientimin drejt zhvillimit të punonjësve, të qenit vizionar dhe frymëzues. Ndërkohë për meshkujt, përveç përqasjes demokratike, më e rëndësishme është të qenit vizionar, frymëzues dhe më pas i vendosur.



Femrat

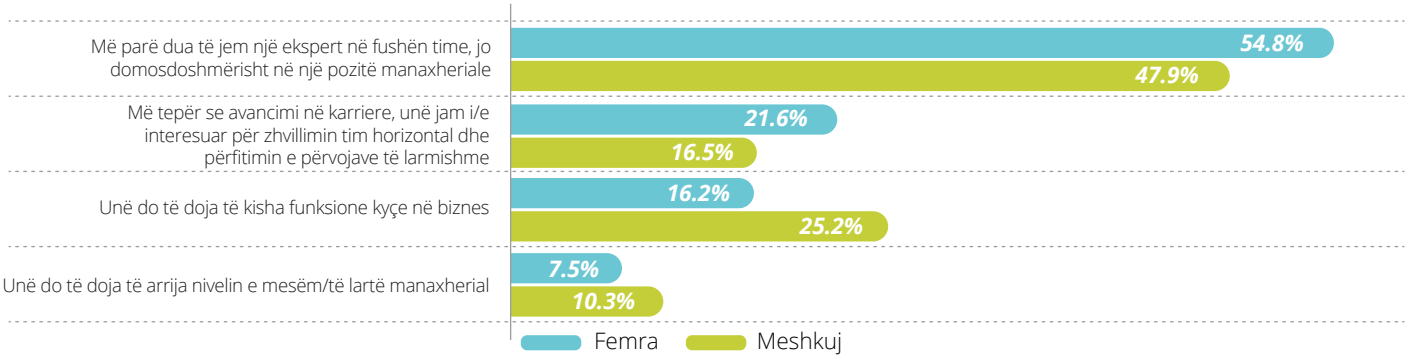


Meshkuj



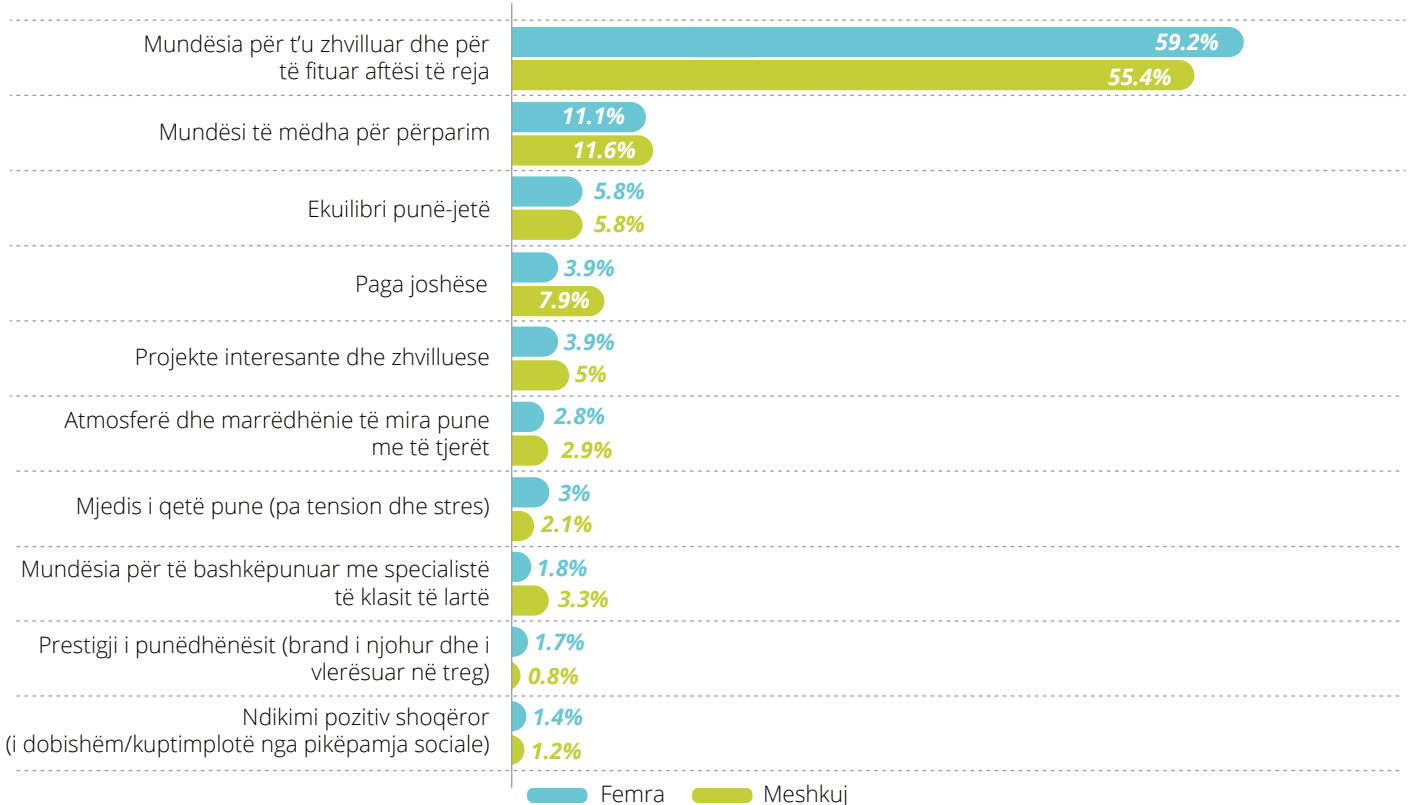
Më sipër, në këtë raport, u evidentua së të rinjtë shqiptarë janë të fokusuar më shumë në përfitimin e ekspertizës dhe zhvillimin profesional, sesa në ngjitjen e shpejtë të shkallëve të karrierës në pozicione menaxheriale. Duke analizuar më thellë në baza gjinore, rezultoi se kjo tendencë qëndron si për femrat dhe për meshkujt. Megjithatë ka një zhvendosje, pasi në rastin e meshkujve një e katërta e tyre, sidoqoftë, synojnë të marrin funksione kyçe drejtuese në biznes, gjë që nuk është kaq e theksuar tek femrat.

Shënoni përgjigjen që do të përshkruante më së miri planet tuaja për karrierë.



Aspektet për të zgjedhur një punë nuk dallojnë shumë mes femrave dhe meshkujve, sa i përket renditjes së tyre për nga rëndësia. Megjithatë, për meshkujt paga joshëse, projektet interesante dhe zhvilluese, si dhe mundësia për të bashkëpunuar me specialistë të klasit të lartë, është më shumë e rëndësishme sesa për femrat. Ndërkohë, vetë femrat vlerësojnë më shumë se meshkujt mundësinë për t'u zhvilluar dhe për të fituar aftësi të reja dhe të pasurit e një mjedisi të qetë pune.

Aspektet më të rëndësishme për të zgjedhur një punë.

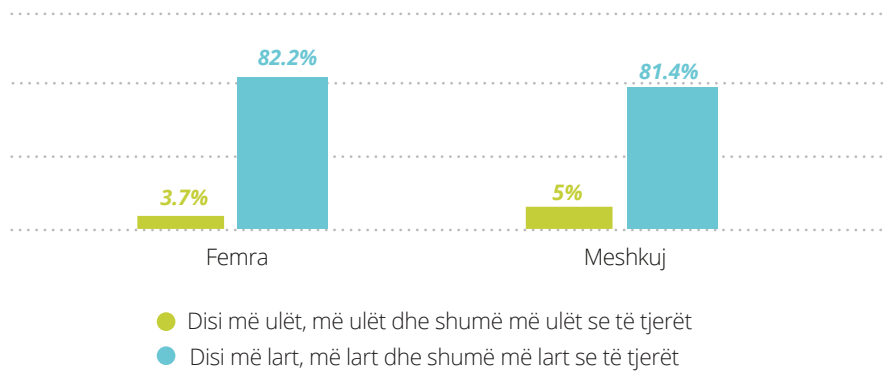


Në lidhje me pritshmëritë mbi nivelin e pagës, ashtu si në edicionin e vitit 2015, edhe në këtë edicion rezultojnë se femrat kanë pritshmëri për paga më të ulta në krahasim me meshkujt.

Median	Femra	Meshkuj
50,000	45,000	60,000

Ashtu siç argumentohet në raportin e vitit 2015, ky dallim, në lidhje me pritshmëritë për nivelin e pagave, nuk përputhet me nivelin e vetëbesimit të femrave dhe meshkujve sa i përket aftësive të tyre, në krahasim me të tjerët. Si femrat edhe meshkujt kanë nivel të ngjashëm vetëbesimi lidhur me aftësitë e tyre. Sipas raportit më të fundit të INSTAT, treguesi i hendekut gjinor në pagesë, mes meshkujve dhe femrave, është 10% më pak për femrat¹⁷.

Si do t'i vlerësonit kompetencat tuaja (njohuritë, zotësitë, aftësitë) si një punonjës potencial apo aktual?



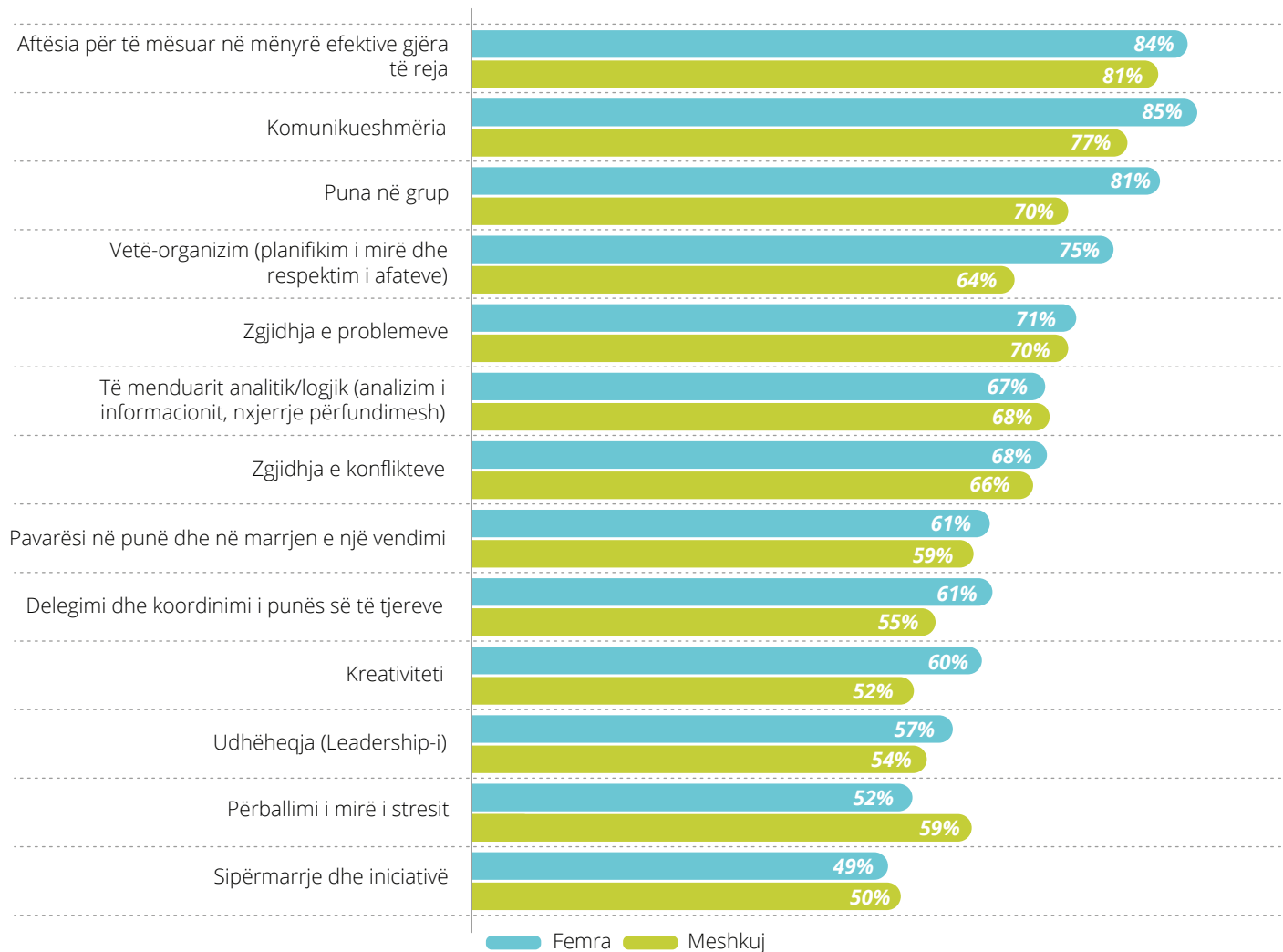
17. INSTAT - http://www.instat.gov.al/media/295842/femra_dhe_meshkuj_n_shqip_ri_2015.pdf, f. 72

Kompetencat

Gjithashtu, dallime të vogla vërehen mes meshkujve dhe femrave në lidhje me llojet e kompetencave që ata mendojnë se zotërojnë. Për shembull, meshkujt vlerësojnë (shprehur në përqindje) se kanë aftësi të përballimit të stresit (7 p.p.) më mirë se femrat. Ndërsa, femrat vlerësojnë (shprehur në përqindje) se kanë kompetenca të tilla si komunikimi (8 p.p. më shumë), puna në grup (11 p.p. më shumë) dhe vetë-organizimi (11 p.p. më shumë).

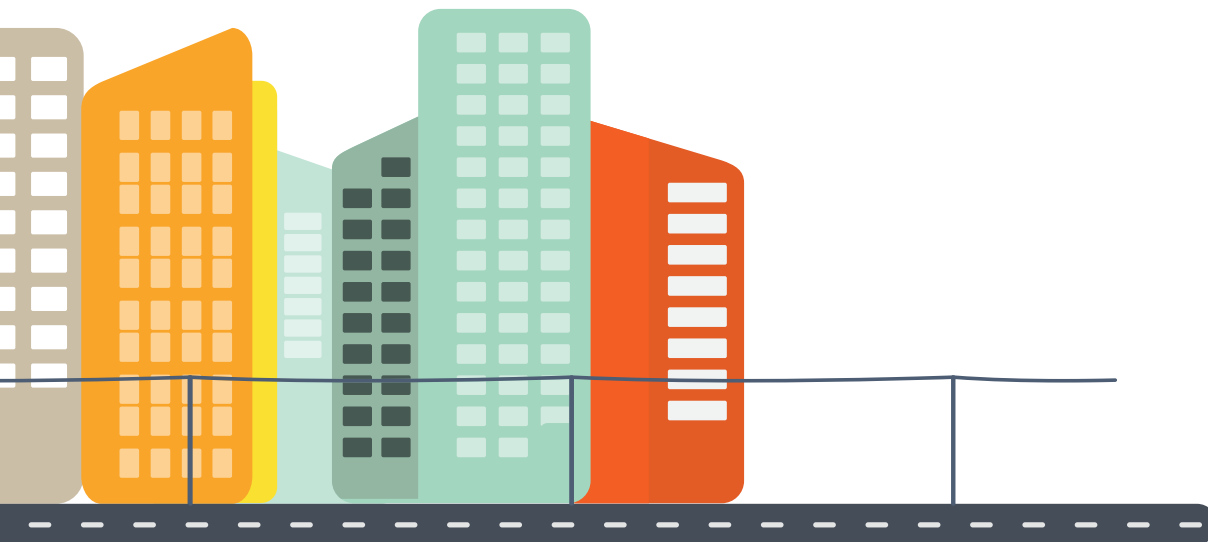


Si do ta vlerësonit nivelin e kompetencave tua (sipas gjinisë)?

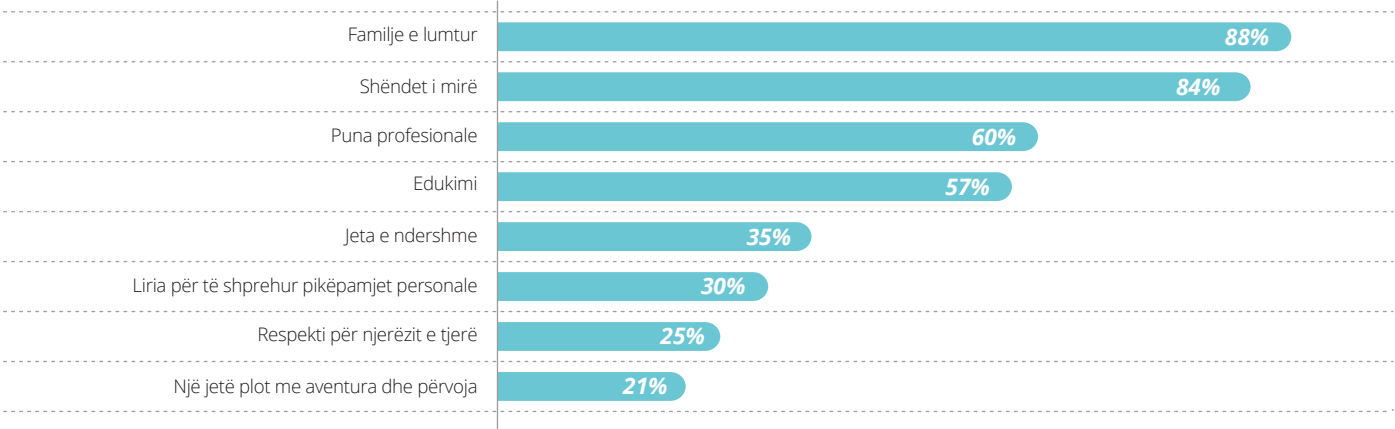


Vlerat personale

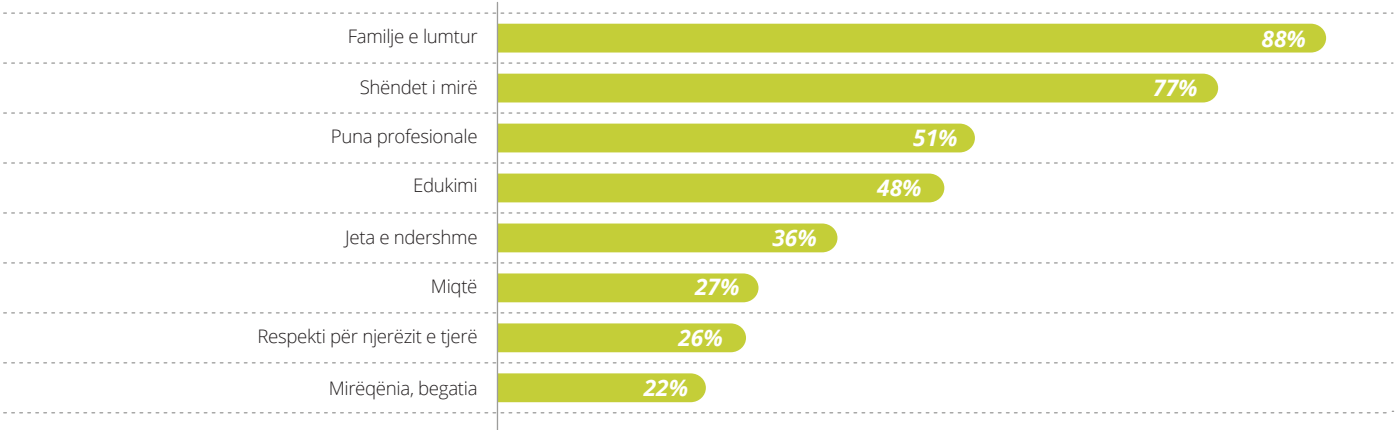
Si për meshkujt, ashtu edhe për femrat, pesë vlerat më të rëndësishme janë familja e lumtur, shëndeti i mirë, puna profesionale, edukimi dhe një jetë e ndershme. Por, përtej këtyre pesë vlerave më të rëndësishme, vërehet se meshkujt përqafojnë më shumë vlera si miqësia, respekti për njerëzit etj., si dhe mirëqenia dhe begatia. Ndërkohë, për femrat vlera të tjera me rëndësi janë liria për të shprehur pikëpamjet personale, respekti për të tjerët dhe një jetë plot me aventura dhe përvoja.



Vlerat kryesore personale: Femra



Vlerat kryesore personale: Meshkuj

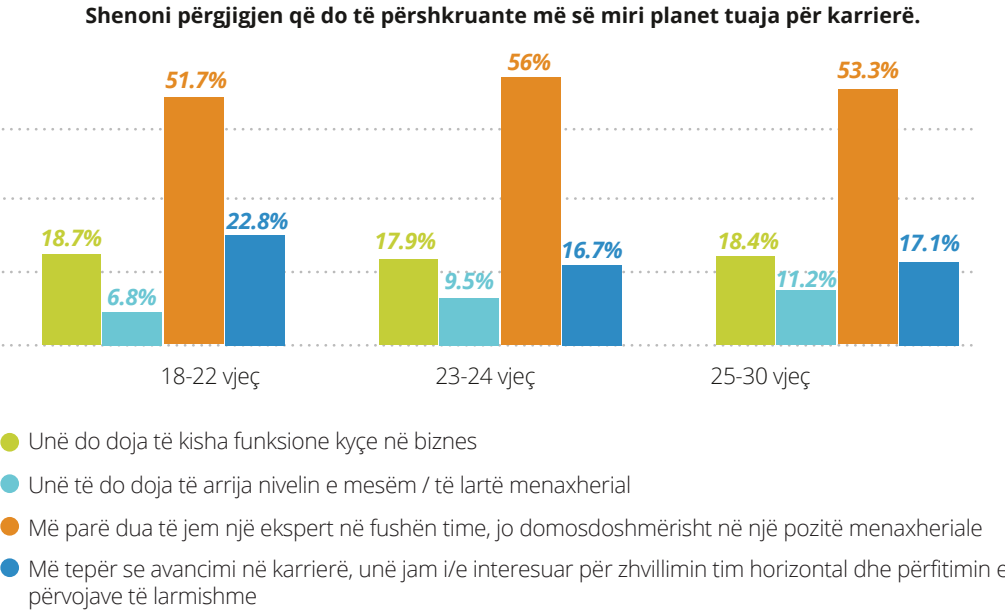


Planet për karrierë

Siç tregohet më sipër në këtë raport, të rinjtë e vendit tonë – pjesëmarrës në këtë vrojtim – në pjesën më të mirë të tyre nuk synojnë ngjitjen e shkallëve të karrierës, por zhvillimin profesional dhe fitimin e ekspertizës dhe përvojave të larmishme në punë. Duke analizuar më hollësisht këto përgjigje sipas grup-moshave, na rezulton se mosha e re nga 18 deri 22 vjeç, synon më shumë zhvillimin horizontal dhe përfitimin e përvojave të larmishme (23 përqind) dhe më pak arritjen e nivelit të mesëm dhe të lartë menaxherial (7 përqind). Nga kjo mund të thuhet se më të rinjtë shfaqen të ndërgjegjshëm se si fillim ata duhet të ndërtojnë përvoja pune dhe ekspertizë.

Nga ana tjetër, për grup-moshën nga 25 deri në 30 vjeç, pavarësisht se trendi është i njëjtë drejt fitimit të ekspertizës dhe përvojave, në dallim nga grup-moshat e tjera, vërehet se një përqindje më e lartë e tyre (11 përqind) synojnë të arrijnë pozicione në nivele të mesme dhe të lartë menaxherial. Mendojmë se kjo është e logjikshme, pasi kjo grup-moshë supozohet se tashmë ka hyrë në tregun e punës prej të paktën 2 vitesh. Si pasojë, ata mund të kenë forcuar vetëbesimin në aftësitë e tyre duke krijuar pritshmëri për avancim në karrierë.



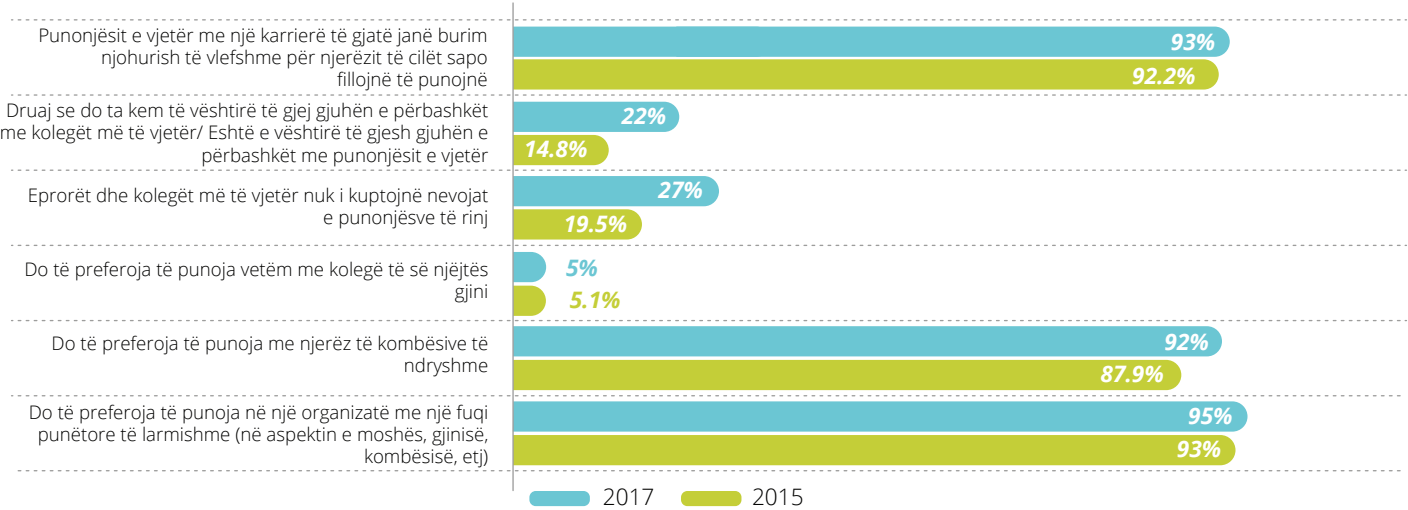


Çështje të brezave dhe moshës

95 përqind e të rinjve tanë e vlerësojnë diversitetin dhe do të donin të punonin në një organizatë me një fuqi punëtore të larmishme në aspektin e moshës, gjinisë, kombësisë, etj. Në lidhje me dallimet e brezave, është frymëzues fakti se 93 përqind e të rinjve pjesëmarrës në vrojtim, i vlerësojnë punonjësit e vjetër me një karrierë të gjatë, si burim njohurish të vlefshme dhe mbështetjeje për zhvillim profesional për ata që sapo nisin rrugëtimin në jetën profesionale. Krahasuar me edicionin e vitit 2015, vërehen disa ndryshime të rëndësishme që theksojnë edhe më shumë faktin se të rinjtë Millennials nuk i vuajnë dallimet mes brezave. Në dy pohimet: “Druaj se do ta kem të vështirë të gjej gjuhën e përbashkët me kolegët më të vjetër/ Është e vështirë të gjej gjuhë të përbashkët me punonjësit e vjetër” si dhe “Eprorët dhe kolegët më të vjetër nuk i kuptojnë nevojat e punonjësve të rinj”, konfirmimi i këtij pohimi ka pësuar një rënie domethënëse me nga 7 p.p. në secilën prej tyre.



Diversiteti në punë



Konkluzion

Të rinjtë shqiptarë të brezit Millennials, dëshirojnë të shprehin dhe t'ju dëgjohet mendimi i tyre mbi aspekte të tregut e punës, pikërisht në këtë fazë vendimtare për të ardhmen e tyre profesionale. Në duart e këtij brezi është, natyrshëm, e ardhmja e kapitalit të punës së vendit tonë në dekadat e ardhshme.

Aq sa i ndryshëm është çdo brez nga të tjerët, ashtu edhe secili prej tyre lë gjurmët e tij në tregun e punës, komunitet dhe shoqëri. Deloitte mendon se nëse në Evropën Qendrore tashmë ka filluar t'i kushtohet vëmendje sjelljes dhe rëndësisë që ka brezi i ri Millennials, në Shqipëri ende nuk ka një debat të shëndoshë mbi sjelljet, nevojat dhe ndikimin që të rinjtë e këtij brezi kanë apo do të kenë në suksesin apo dështimin e bizneseve, apo dhe të vetë ekonomisë dhe përparimit të vendit.

Ky raport, thekson shumë nga sjelljet, aspiratat dhe ambiciet e të rinjve shqiptarë. Ai nxjerr në pah, se çfarë i motivon ata, cilat vlera përqafojnë në jetë, çfarë synojnë për të ardhmen e tyre, cilat janë ngjashmëritë dhe dallimet nga moshatarët e tyre në rajon. Besojmë se gjetjet e këtij raporti sjellin në dritë, dukshëm, shumë aspekte pozitive të këtyre të rinjve, të cilat janë tepër domethënëse për aktorët e tregut të punës. Këto aspekte shkojnë përtej atyre që formëzojnë stereotipin e zakonshëm të krijuar për ta, si persona ambiciozë, tepër të sigurtë në vetvete për aftësitë e tyre udhëheqëse dhe individualistë të fokusuar në zhvillimin e tyre profesional.

Megjithatë, mund të thuhet se brezi Millennials, në Shqipëri, nuk është një grup homogjen. Edhe brenda tij evidentohen dallime të diktuar nga grup-mosha, përvojat që secili prej tyre ka patur, apo dhe thjesht botëkuptimet e ndryshme të tyre. Madje, duke qenë se ndarja në breza është një ndarje konvencionale për qëllime studimore si ky i këtij vrojtimi, mund të ndodhë që individë që i përkasin një brezi të mëhershëm të shfaqin sjellje dhe karakteristika të brezit Millennials dhe anasjelltas.

Sidoqoftë, mendojnë se ky vrojtim i pasqyruar në këtë raport na mundëson të dhëna të mjaftueshme për të evidentuar disa aspekte të cilat janë të dobishme për trinomën:

(i)punëdhënës privatë/publikë, (ii) politikë-bërës dhe (iii) institucione akademike.

Gjetjet tona mund tu vijnë në ndihmë punëdhënësve të rishikojnë apo përshtatin mënyrën e tyre të menaxhimit të burimeve njerëzore dhe, në veçanti, të brezit të ri. Politikë-bërësit mund të gjejnë vend për të nxitur dhe mbështetur me politika shtetërore bashkëpunimin, e ngushtë dhe konkret, midis bizneseve dhe institucioneve akademike me qëllim përshtatjen e kurrikulave akademike sipas nevojave të tregut të punës dhe përgatitjen më të mirë të të rinjve për fillimin e jetës së tyre profesionale. Për më tepër, për institucionet akademike, këto gjetje mund të jenë një nxitje për zhvendosjen e përqasjes së mësimdhënies, nga kërkesa e riprodhimit të informacionit, drejt zhvillimit dhe nxitjes së mendimit analitik dhe logjik të studentëve, si një nga aftësitë më të kërkuara nga punëdhënësit sot, përtej aftësive teknike dhe profesionale.

Për t'i ardhur në ndihmë çdo pale të interesuar, veçanërisht punëdhënësve në sektorin privat, në vijim, jemi ndalur, edhe një herë, në shpjegimin më hollësisht të katër grupeve të personaliteteve sipas kriterit të sjelljes dhe përqasjes ndaj punës, si dhe ndikimin që ata kanë në mjedisin e punës. Gjithashtu, në vijim paraqitet edhe profili apo "identiteti" i punëmarrësit të brezit Millennials dhe ai i Punëdhënësit të preferuar, të cilët janë ndërtuar bazuar në përgjigjet e dhëna nga pjesëmarrësit në këtë vrojtim.

Karakteristikat e katër grupeve të personaliteteve dhe ndikimi i tyre

Theksojmë se secili nga grupet e personaliteteve, të paraqitura në këtë raport, shfaq pikat e forta dhe të dobëta të tij. Në një organizatë apo në përbërjen e një skuadre mund të jetë i vlefshëm secili prej tyre. Ajo që shfaqet si sfidë për drejtuesit e ekipeve apo të organizatave është gjetja e balancës dhe kombinimit të duhur të të katër personaliteteve, në varësi të objektivave strategjikë, projektit, kulturës organizative në një moment të caktuar.

Në vijim, paraqiten edhe një herë katër grupet e personalitetit:

“Fast Trackers” – “Përparuesit e shpejtë”:

- Synojnë të arrijnë pozicione menaxheriale dhe nuk kanë interes për tu bërë domosdoshmërisht ekspertë të fushës përkatëse ku punojnë.
- Janë shumë herë më skeptikë në mënyrën si universitetet i përgatisin studentët për tregun e punës, sesa mund të jenë kategoria e “Spektatorëve” apo “Punëtorëve të zellshëm”.
- Janë të gatshëm të japin 100 përqind të potencialit të tyre në punë.
- Besojnë se puna është çelësi i përparimit në shoqëri dhe mirëqenies.

Konkluzioni: Me kusht që ambicia dhe vendosmëria e tyre për të ecur përpara të përputhet me interesat e organizatës, “Përparuesit e shpejtë” përbëjnë një aset vërtet të rëndësishëm për organizatën. Nga ana tjetër, ata, me qëllim që të arrijnë synimet e tyre, punojnë shumë, por krijojnë edhe riskun e vendosjes së përfitimeve personale përpara suksesit të organizatës, gjë që mund të shkaktojë situata konfliktuale në grup.

“Eager Beavers” – “Punëtorët e zellshëm”:

- Marrin kënaqësi të madhe pas një dite të lodhshme pune dhe nuk janë aspak dakord me mendimin se puna është thjesht një mënyrë për të fituar para.
- Pothuajse 98 përqind e tyre janë kundër idesë se puna nuk është tjetër veçse një detyrë e mërzitshme.
- Pjesa dërrmuese e tyre besojnë se puna është burimi thelbësor i kënaqësisë së njeriut.
- Edukimi dhe respekti ndaj të tjerëve janë më të rëndësishme për ta, në krahasim me grupet e tjera, dhe i atribuojnë më shumë vlerë prosperitetit dhe jetës plotë aventura.

Konkluzioni: “Punëtorët e zellshëm” janë të ndershëm dhe jashtëzakonisht të përkushtuar me një etikë pune të shkëlqyer, por mund t’iu mungojë shkëndija e kreativitetit që ofrojnë grupet e tjera të personalitetit. Kështu, nëse nuk menaxhohen si duhet, ata mund të errësojnë kreativitetin, inovacionin dhe imagjinatën që ju duhet organizatave për të qenë të suksesshme në kuadër të zhvillimit të shpejtë teknologjik.

“All Rounders” - “Të gjithanshmit”:

- Kanë më pak besim në vetvete, në krahasim me “Përparuesit e Shpejtë” apo “Punëtorët e zellshëm”, se miqtë dhe kolegët e tyre do t’i konsideronin si udhëheqës.
- Më shumë se grupet e tjera ata mund ta konsiderojnë punën si detyrim ndaj shoqërisë.
- Janë kundër idesë se të punuarit pa patur mundësinë e ngritjes në detyrë nuk ka kuptim dhe nuk mendojnë se puna duhet të jetë pengesë për tu marrë interesat e tyre jashtë saj.
- Në krahasim me të gjithë pjesëmarrësit në vrojtim, besojnë më pak se të punuarit me zell iu mundëson atyre të arrijnë rezultate më të larta se të tjerët.

Konkluzioni: “Të gjithanshmit”, me prirjen e tyre për të analizuar çdo argument, mund të sjellin kontribut në organizatë duke siguruar një ambient shpirti skuadre dhe empatie dhe, për rrjedhojë, duke ndihmuar atë të performojë në maksimumin e saj. Megjithatë, nëse kjo prirje e tyre nuk menaxhohet si duhet mund të shkaktojë vonesa në vendimmarrje. Gjithashtu përqendrimi në çështje të tjera jashtë punës mund të zbehtë fokusin e tyre tek puna.

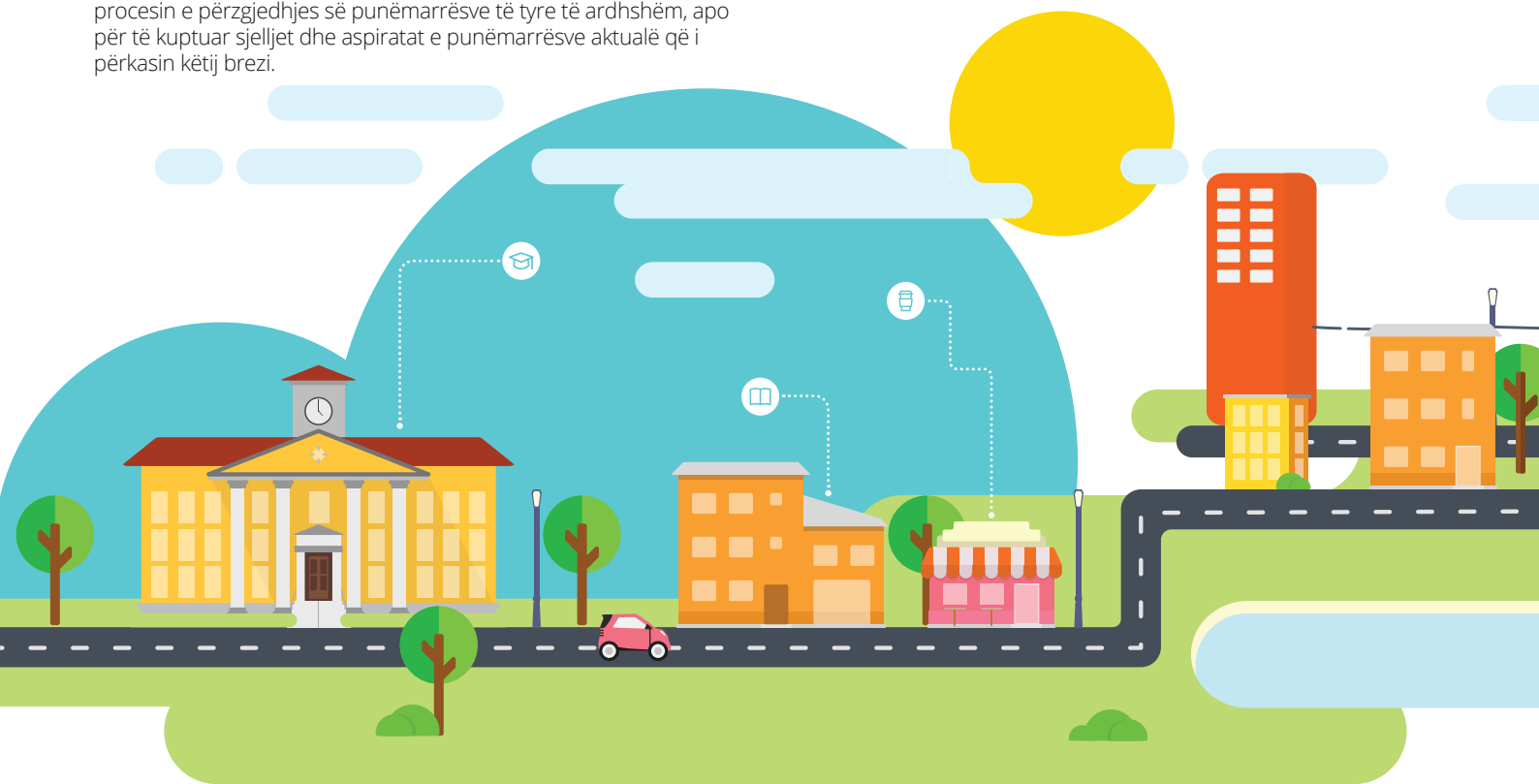
“By-Standers” - “Spektatorët”:

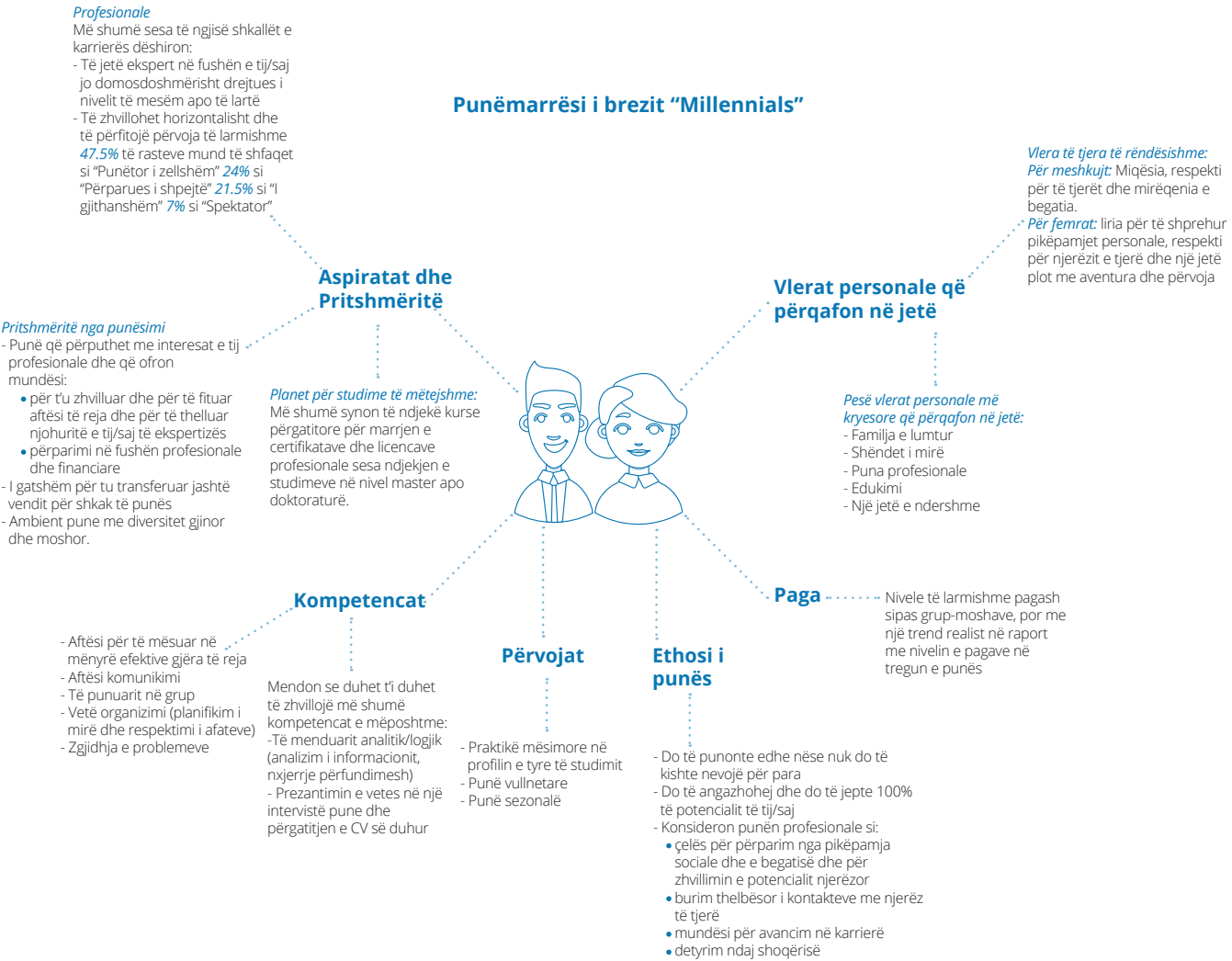
- E shohin punën në grup si më pak të rëndësishme në krahasim me grupet e tjera dhe nuk vlerësojnë mjaftueshëm si faktorë të rëndësishëm edukimin dhe profesionalizmin në punë.
- Dëshirojnë që puna të ofrojë më shumë kohë të lirë për pushim dhe aktivitete të tjera.
- Do të donin të punonin në fusha ku e gjejnë veten kompetentë; me fjalë të tjera, në fusha ku nuk do t’iu duhej të mësonin domosdoshmërisht aftësi të reja.
- Rrallë ndjejnë kënaqësi pas një dite të gjatë dhe intensive pune dhe thonë se nuk japin 100 përqind të potencialit të tyre në punë.

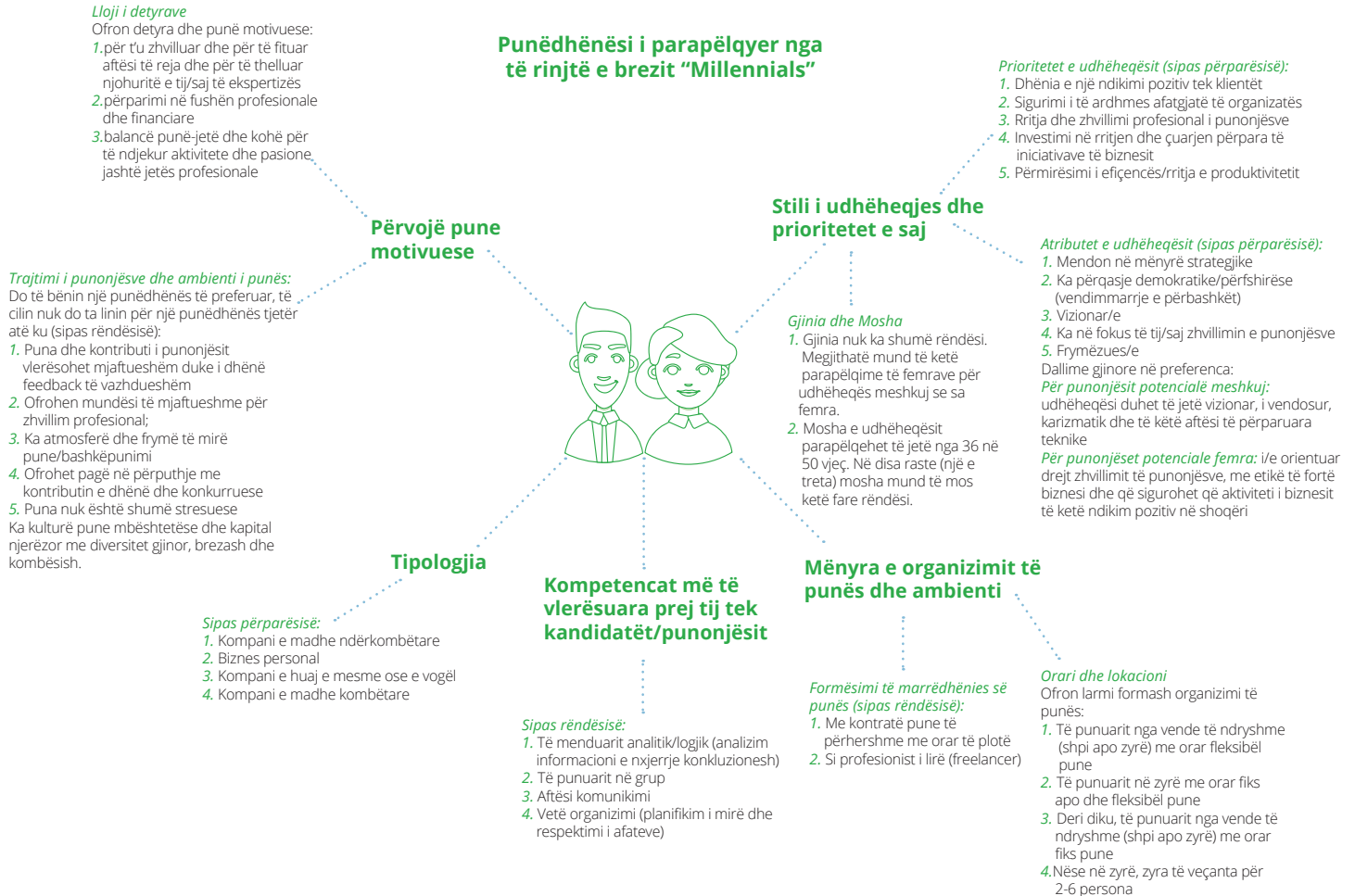
Konkluzioni: Ndërkohë që “Spektatorët” mund të shfaqen në sytë e punëdhënësve si kandidatë më pak tërheqës, ata gjithsesi mund të ofrojnë pikëpamje alternative autentike, të cilat mund të ndihmojnë organizatën të fitojë një pozicion më konkurrues të dallueshëm.

Profilet e “Punëmarrësit” dhe të “Punëdhënësit” të preferuar sipas perceptimit të të rinjve në Shqipëri

Në këtë seksion të vërtetimit, synohet të krijohet një profil i përgjithshëm i punëmarrësit të brezit Millennials, si dhe profilin e Punëdhënësit të preferuar prej tyre. Ndërtimi i këtyre dy profileve bazohet në rezultatet e vërtetimit të paraqitura në këtë raport. Këto profile, megjithëse mund të kenë një tipar përgjithësues, besojmë se mund të shërbejnë si orientim për punëdhënësit në vendin tonë në procesin e përzgjedhjes së punëmarrësve të tyre të ardhshëm, apo për të kuptuar sjelljet dhe aspiratat e punëmarrësve aktualë që i përkasin këtij brezi.







Kontaktet

Deloitte Albania shpk

Anisë Abazi

Assistant | Learning and Development Officer
Human Resources
aabazi@deloittece.com

Roden Pajaj

Director | Talent Leader
Human Resources
rpajaj@deloittece.com

Shildi Kuvarati

Brand & Visual Identity Assistant | Designer
Clients & Markets
skuvarati@deloittece.com



This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the "Deloitte Network") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte Network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more about our global network of member firms.

© 2018. For information, contact Deloitte Albania.

www2.deloitte.com/firststeps