



# Qëllimi

## Nxitja e ndjenjës së përkatësisë tek forcat e punës

### **HENDEKU NDËRMJET RËNDËSISË DHE GATISHMËRISË**

Rreth 76% e pjesëmarrësve pohojnë se trendi “Nxitja e ndjenjës së përkatësisë tek forcat e punës” është i rëndësishëm ose shumë i rëndësishëm për suksesin e organizatës, por vetëm 41% e tyre shprehen se janë gati për ta adresuar këtë trend.

Trendi “Nxitja e ndjenjës së përkatësisë tek forcat e punës” renditet si trendi i pestë për nga rëndësia për vitin 2020 në Shqipëri nga 76% e pjesëmarrësve në vrotim.

Përkatësia është konsideruar ndër vite si një nevojë bazike njerëzore. Studime të ndryshme arrijnë në përfundimin se individët motivohen në mënyrë rrënjësore nga ndjenja e përkatësisë e cila mund të përkufizohet si një dëshirë e fortë për të formuar dhe mbajtur lidhje të qëndrueshme njerëzore<sup>15</sup>.

Ashtu siç trajtohet edhe në raportin global të vrotimit mbi trendet në kapitalin njerëzor për 2020, ndjesia e përkatësisë është rezultat i tre faktorëve. Punonjësit duhet të ndihen komodë në punë, si pasojë e trajtimit në mënyrë të drejtë dhe me respekt nga kolegët dhe eprorët e tyre. Ata duhet të ndihen të lidhur me njerëzit e tjerë me të cilët punojnë, ku kultura e kompanisë është sa më gjithëpërfshirëse, dhe të ndjejnë e dallojnë se kontributi i tyre ka ndikim në arritjen e suksesit të organizatës<sup>16</sup>.

Studimet tregojnë se organizatat të cilat arrijnë të krijojnë një kulturë të tillë kanë dy herë më tepër mundësi për të arritur dhe tejkaluar objektivat financiarë, tre herë më tepër mundësi për të qenë një organizatë me performancë të lartë në treg, gjashtë herë më tepër mundësi për të sjellë risi në shërbimet e tyre dhe tetë herë më tepër mundësi për

të arritur rezultate më të mira biznesi.<sup>17</sup>

Por në çfarë niveli maturiteti shfaqet ky trend në Shqipëri? Të pyetur lidhur me rëndësinë që i kushton kompania disa prej aspekteve të nxitjes së ndjenjës së përkatësisë tek forcat e punës, 76.47% e pjesëmarrësve në vrotim u shprehën se për ta është e rëndësishme të nxisin një ambient pune ku punonjësit të ndihen pjesë e një komuniteti dhe të jenë të bashkuar me pjesën tjetër të organizatës përpos ekipit të tyre. Rreth 71 % shprehen se është gjithashtu shumë e rëndësishme për ta të krijojnë një mjedis ku punonjësit të trajtohen në mënyrë të drejtë dhe ku të ecin në të njëjtin drejtim me qëllimin, misionin dhe vlerat e organizatës. Një aspekt tjetër i rëndësishëm që vërehet është edhe pohimi se punonjësit vlerësohen për kontributin e tyre individual. Kjo është me rëndësi pasi lidhet drejtpërdrejtë me procesin e vlerësimit të performancës dhe sistemet e shpërblimit sipas kontributit të dhënë. Kompanitë duhet të investojnë në këtë drejtim, pasi është ndër faktorët kryesorë që ndikon ndjeshëm në motivimin e punonjësve.

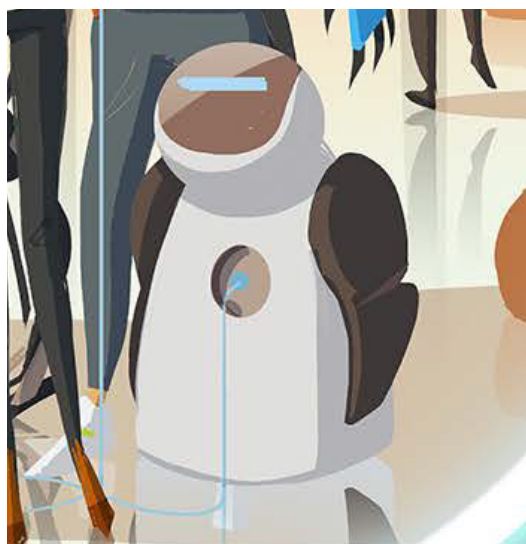
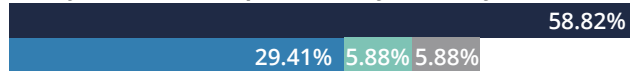


FIGURA 15

**Sa e rëndësishme është për kompaninë tuaj që të nxisë një mjedis pune ku:**

■ Aspak e rëndësishme    ■ Pak e rëndësishme    ■ E rëndësishme    ■ Shumë e rëndësishme

**Punonjësit mund të shfaqin aftësitë e tyre në mënyrë autentike në vendin e punës**



**Punonjësit ndihen pjesë e komunitetit dhe të bashkuar me pjesën tjetër të kompanisë**



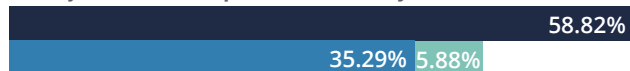
**Punonjësit ecin në të njëjtin drejtim me qëllimin, misionin dhe vlerat e kompanisë**



**Punonjësit mund të identifikohen me një ekip të caktuar**



**Punonjësit vlerësohen për kontributin e tyre individual**



**Punonjësit trajtohen në mënyrë të drejtë**



Burimi: Vrojtimi Global i Trendeve të Kapitalit Njerëzor, të dhënat për Shqipërinë, 2020

Faktorët të cilët ndikojnë më tepër në aftësinë e organizatës në krijimin e ndjenjës së përkatësisë, konsiderohet Kultura Organizative për 53 % të pjesëmarrësve në vrojtim si dhe Mundësitë dhe Rritja (për 41.18% e pjesëmarrësve në vrojtim). Ndërkohë në raportin global të trendeve të kapitalit njerëzor janë renditur si faktorë kryesorë edhe sjellja e lidershit/drejtuesve dhe ndërtimi i marrëdhënieve personale.

Kultura organizative i referohet sistemit të vlerave, besimeve dhe sjelljeve të cilat formëzojnë mënyrën sesi puna kryhet në organizatë. Kjo kulturë, nxit punonjësit të tregojnë më të mirën e tyre, të flasin dhe shprehen lirshëm në mjedisin e punës duke i siguruar se do të trajtohen në mënyrë të drejtë dhe me respekt, duke ofruar mekanizmat e nevojshëm për të matur sesi kontributi që ata japin, ndikon në performancën e kompanisë.

Në këtë aspekt shikohet e nevojshme që krijimi i ndjenjës së përkatësisë të jetë pjesë dhe të riformojë kulturën organizative të kompanisë, duke u orientuar më së tepërmi në përcaktimin dhe artikulimin e një qëllimi të përbashkët, kuptimplotë dhe gjithëpërfshirës.

FIGURA 16

## Cilët faktorë ndikojnë më shumë aftësinë e kompanisë tuaj për të krijuar një ndjenjë përkatësie?

Mundësitë dhe rritja

41.18%

Trajtimi i drejtë

17.65%

Kultura Organizative

52.94%

Marrëdhëniet personale

11.76%

Drejtimesit

23.53%

Natyrë e punës

5.88%

Qëllimi i kompanisë

17.65%

Burimi: Vrojtimi Global i Trendeve të Kapitalit Njerëzor, të dhënat për Shqipërinë, 2020

Studimet tregojnë se rëndësia e nxitjes së ndjenjës së përkatësisë tek punonjësit ndikon në mënyrë të qenësishme edhe performancën organizative. Kompanitë të cilat nxisin ndjenjën e përkatësisë tek punonjësit e tyre raportojnë një rritje të nivelit të përgjithshëm të performancës prej 56%, krahasuar me ato kompani për të cilat ndjenja e përkatësisë nuk është në qendër të vëmendjes së tyre. Gjithashtu raportohet se në këto kompani rreziku i largimit të punonjësve ulet me 50% dhe punonjësit të cilët ndihen pjesë e kompanisë marrin 75% më pak ditë leje për arsye shëndetësore.<sup>18</sup>

Në këtë linjë mendimi janë edhe pjesëmarrësit tanë në vërtetë, të cilët pohojnë se krijimi i ndjenjës së

përkatësisë përmirëson performancën e organizatës dhe anasjelltas. Ajo rrit përputhshmërinë mes objektivave individuale dhe atyre të kompanisë si dhe forcon marrëdhëniet mes kolegëve dhe promovimin e kohezionit mes forcave të punës.

Përpos ndikimit pozitiv që nxitja e përkatësisë ka në performancën organizative, ky proces ka dhe disa barrierë të cilat ndikojnë në zbatimin e saj. Pjesëmarrësit, në 41% të tyre, shprehën se barrierë kryesore qëndron në faktin se nuk ka një përgjegjësi të përcaktuar brenda kompanisë për adresimin e këtij trendi i cili në të vërtetë duhet të jetë një atribut, prioritet dhe përgjegjësi e udhëheqjes së organizatës.

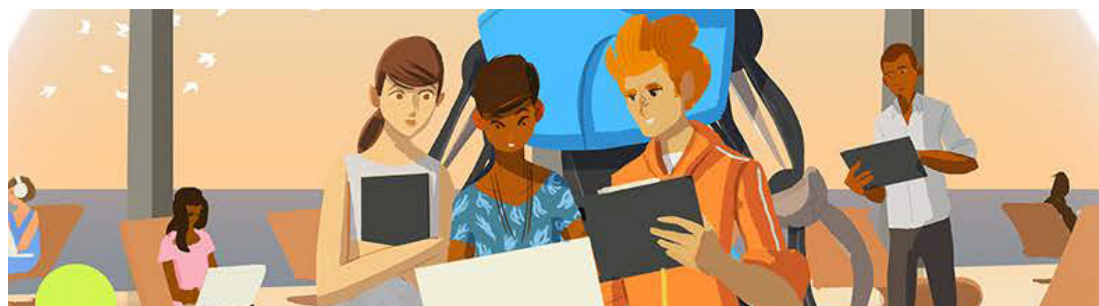
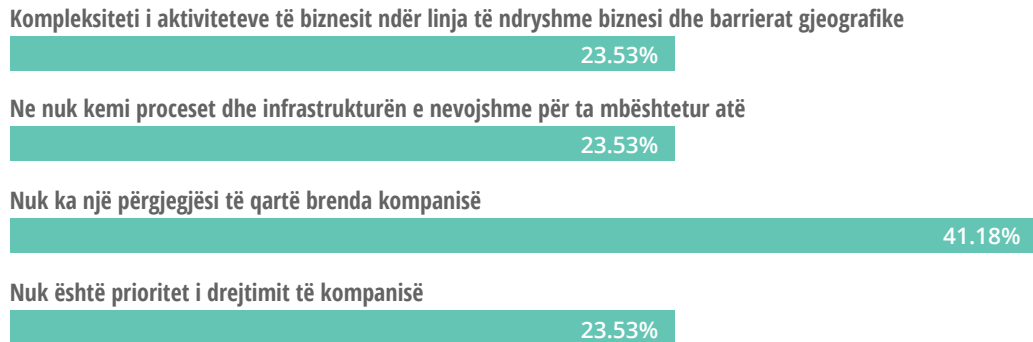


FIGURA 17

## Cilat mendoni se janë barrierat kryesore për krijimin e ndjenjës së përkatësisë në kompaninë tuaj?



Burimi: Vrojtimi Global i Trendeve të Kapitalit Njerëzor, të dhënat për Shqipërinë, 2020

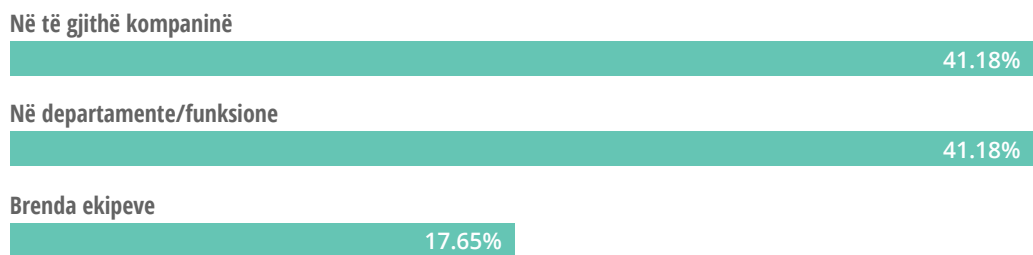
Në raportin global të trendeve të kapitalit njerëzor 2020, pjesëmarrësit në të gjitha vendet e përfshira në vërtetim, janë shprehur se përkatësia duhet të promovohet në të gjithë organizatën (43.86% e pjesëmarrësve në vërtetim) ndjekur nga promovimi i përkatësisë në ekipe (28.96% e pjesëmarrësve në vërtetim). Ndërkohë në rastin e organizatave shqiptare të përfshira në vërtetim shikohet një qasje tjetër. Rreth 41.18% e pjesëmarrësve shprehën se përkatësia duhet të promovohet në të gjithë

organizatën dhe gjithashtu 41.18% e tyre shprehën se përkatësia duhet të promovohet në departamente.

Pavarësisht këtyre barrierave, për vetë rëndësinë e lartë që ky trend ka për punonjësit dhe për organizatat, sugjerojmë për kompanitë që adresimin e tij, ta kenë pjesë thelbësore të strategjisë së tyre të menaxhimit të kapitalit njerëzor dhe në linjë me strategjinë e biznesit të tyre.

FIGURA 18

## Në cilin prej niveleve të hierarkisë është më i rëndësishëm krijimi i ndjenjës së përkatësisë?



Burimi: Vrojtimi Global i Trendeve të Kapitalit Njerëzor, të dhënat për Shqipërinë, 2020

## Shënime

15. Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). "The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation". ["Nevoja e përkatësisë: Dëshira për lidhjet ndërpersonale si një motivim themelor njerëzor."] *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529
16. Deloitte, Raporti Global i Trendeve të Kapitalit Njerëzor "The social enterprise at work: Paradox as a path forward", ["Ndërmarrja sociale në veprim: Paradoksi si një formë zhvillimi]" faqe 25, 2020
17. Juliet Bourke and Bernadette Dillon, "The Diversity and inclusion revolution: Eight powerful truths," ["Revolucioni i larmisë dhe përfshirjes: Tetë të vërteta të forta,"] *Deloitte Review*, 22 Janar, 2018
18. BetterUp, "The value of belonging at work: New frontiers for inclusion". ["Vlera e përkatësisë në punë: Kufinj të rinj për përfshirjen"]

