


 fırsatı
eşitle
yetereneği
çeşitle

OTOMOTİV TEDARİK SEKTÖRÜNDE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ PROJESİ

Araştırma Raporu
// Şubat 2022

  fırsatı
 eşitle
yeteneği
çeşitle





OTOMOTİV TEDARİK SEKTÖRÜNDE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ PROJESİ

Araştırma Raporu
// Şubat 2022



İÇİNDEKİLER

AMAÇ, 7

YÖNTEM, 7

Örneklem Karakteristiği, 8

BULGULAR, 9

Eşitlik Politikaları, 10

Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Algılar, 17

Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Beklentiler /
Gelecek Tahayyülleri, 18

PAYDAŞLARDA OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN TOPLUMSAL CİNSİYET YAPISINA DAİR YAKLAŞIMLAR, 20

Mevcut Duruma Dair Algılar, 20

İyi Örnekler ve Başarı Kriterleri, 26

Paydaş Angajmanı, 32

Gelecek Tahayyülleri, 35

SONUÇ, 39

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1.** Kuruluş Statüsü, 8
- Şekil 2.** Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Çalışmalarına Karşı Tutum, 10
- Şekil 3.** Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Konusunda Geliştirilen Politikalar ve Çalışmalar, 10
- Şekil 4 .** Fırsat Eşitliği Politikası, 11
- Şekil 5.** Eşit İşe Eşit Ücret Politikası, 11
- Şekil 6.** Şirketlerde Kadın Çalışan Sayısına Göre İşe Alımda Fırsat Eşitliği, 12
- Şekil 7.** Doğum ve Babalık İznine Teşvik, 12
- Şekil 8.** Sağlık ve Güvenlik Politikası, 14
- Şekil 9.** Ürünlerin Pazarlanmasında Kadın ve Erkekler Üzerindeki Etki Tartışması, 15
- Şekil 10.** Tedarik Zincirinde Kadın ve Erkekler Üzerindeki Etki Tartışması, 15
- Şekil 11.** Toplumsal Cinsiyete Dair Algılar, 17
- Şekil 12.** 5 Yıl Öncesine Göre Kadın Çalışan Sayısı Değişimi, 18
- Şekil 13.** 5 Yıl Sonra Kadın Çalışan Sayısında Değişim Tahayyülleri, 19

TABLolar LİSTESİ

- Tablo 1.** Çalışan Sayısı, 8
- Tablo 2.** Çalışan Sayısına Göre Kadın İstihdam Oranı, 8
- Tablo 3.** Şiddet Çeşitlerine Yönelik “Sıfır Tolerans” Politikası, 11
- Tablo 4.** Cinsel Şiddete Yönelik Farkındalık Çalışmaları, 11
- Tablo 5.** Şirketlerde Cinsiyet Profili Verileri Mevcudiyeti, 12
- Tablo 6.** İşe Alım Sürecinde Fırsat Eşitliği, 12
- Tablo 7.** Kadınların Erkeklerden Farklı Tecrübeler Yaşadığına Dair Geri Bildirimler, 13
- Tablo 8.** Terfi Süreçlerinde Fırsat Eşitliği Kriteri, 13
- Tablo 9.** Şirket Tarafından Sunulan Fırsatlara Erişim, 13
- Tablo 10.** Kadın ve Erkek Çalışanlar İçin Ayrı Fiziksel Koşulların Mevcudiyeti, 14
- Tablo 11.** Kreş ve Bakım Desteği, 14
- Tablo 12.** Aile, İş, Sosyal Hayat Dengesi Sağlanmasında Önlemler, 14
- Tablo 13.** Liderlik Kapasitesinde Fırsat Eşitliği Stratejisi, 15
- Tablo 14.** Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Savunuculuğu ve Destek, 15
- Tablo 15.** Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Kapsamında Veri Toplama ve Paylaşma, 16
- Tablo 16.** Cinsiyet Eşitliğine Dayalı İletişim, 16
- Tablo 17.** Şirketlerde Fırsat Eşitliği Mevcudiyetine Dair Algılar, 18
- Tablo 18.** Şirketlerde Açık Pozisyon ve Cinsiyet Tercihi, 19

AMAÇ

TAYSAD ve EBRD¹ stratejik ortaklığında otomotiv sektöründe toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemeyi amaçlayan bu proje ile TAYSAD üyesi şirketlerin, **toplumsal cinsiyet eşitliği odağını arttırmak; toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı politikalar ve uygulamalar geliştirmelerini desteklemek; başta sahada çalışanlar olmak üzere, kadın istihdam oranını artıracak teorik ve pratik çalışmaları desteklemek; iletişim stratejisiyle projeye katılan şirketlerin rol model olmasını sağlayarak diğer şirketler için değişim motivasyonunu yaratmak hedeflenmektedir.**

Bu kapsamda yürütülen araştırmanın amacı ise hem sektörel verilerin derlenmesi hem de sektörün toplumsal cinsiyet eşitliğine dair algı, tutum ve beklentileri ile birlikte mevcut durumu resmetmektir.

YÖNTEM

Araştırmada hem niteliksel hem de niceliksel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı karma bir yöntem benimsenmiştir. Araştırma aşağıda yer alan üç aşamada gerçekleştirilmiştir;

- 1. Sektörel İstihdam Verilerinin Derlenmesi**
- 2. Sektörde Cinsiyet Eşitliği Anket Çalışması**
- 3. Konu Paydaşları ile Derinlemesine Görüşmeler**

Araştırmanın niceliksel verilerinin toplandığı anket uygulaması TAYSAD üye kuruluşlarını hedeflemiştir. Araştırma örneklemi 112 kuruluştan oluşmakta olup TAYSAD'ın üyesi 480 kuruluşu %95 güven aralığında $\pm\%8$ hata payı ile temsil etmektedir.

Anket çalışması kapsamında şirket profili, sektörel bilgiler ve şirketlerde eşitlik politikalarına odaklanılmıştır. Eşitlik Politikalarına dair ölçme soruları WEPS² prensipleri göz önüne alınarak hazırlanmıştır.

Niteliksel verilerin toplandığı derinlemesine görüşmeler aşamasında ise sivil toplum, kamu ve özel sektörü kapsayacak şekilde toplamda 15 kuruluşu temsil eden katılımcılar ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler ile fırsat eşitliğine dair mevcut durumun ve farklı yaklaşımların resmedilmesi amaçlanmıştır. Görüşmelerin üst başlıklarını iş hayatında fırsat eşitliği ve toplumsal cinsiyet eşitliğine dair algılar ve mevcut durum ile yapılacak çalışmalarda/uygulamalarda dikkat edilmesi gerekenler ve konunun paydaşları oluşturmuştur.

1. Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) 1991 yılında Fas'tan Moğolistan'a kadar uzanan bir coğrafyada kalkınmayı finanse etmek ve desteklemek için kurulmuş uluslararası bir finans kurumudur. Türkiye, Banka'nın kurucu üyeleri arasında yer almakta olup; EBRD, 2009 yılından beri Türkiye'de yatırım yapmaktadır.
2. https://www.globalcompactturkiye.org/wp-content/uploads/2019/02/WEPS_Rehber.pdf

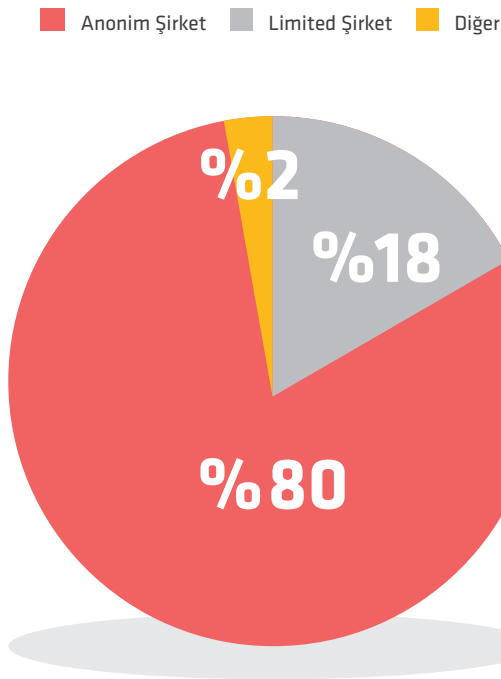
Örneklem Karakteristiği

Araştırmanın örneklemini 480 TAYSAD üye kuruluşundan 112'si oluşturmaktadır.

Bu şirketler ile önce bir çevrimiçi anket paylaşılmıştır. Sonrasında ise, yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşabilmek için üye kuruluşların tümü telefon ile aranarak katılımları telefon anketleri aracılığı ile sağlanmıştır.

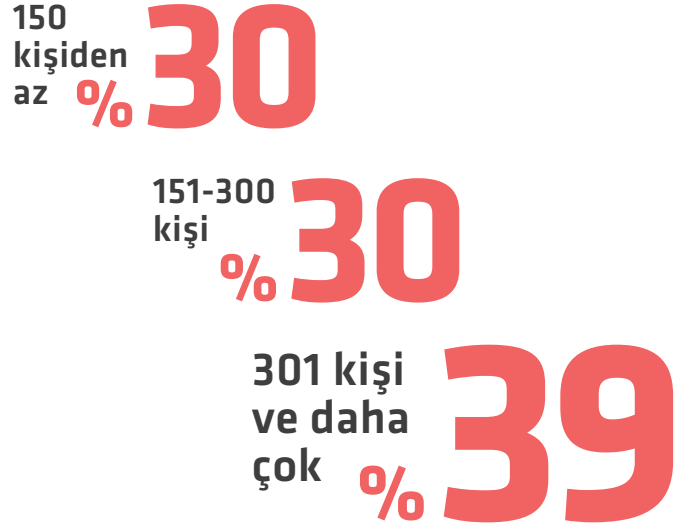
Bu bölümde anket verileri çerçevesinde örneklemin karakteristiği ve şirketlerin profiline yer verilecektir.

Şekil 1. Kuruluş Statüsü



Ankete katılan şirketlerin %80'i anonim şirketlerden oluşmakta iken %18'i limited şirketlerden oluşmaktadır. Diğer yanıtı veren kuruluşların oranı ise %2'dir.

Tablo 1. Çalışan Sayısı



Ankete katılan şirketlerin %39'unun 300'den fazla çalışanı bulunmakta iken, 150'den az çalışanı olan şirketlerin oranı %30'dur. 150-300 arasında çalışanı olduğunu ifade eden şirketlerin oranı da %30'dur.

Kadın istihdam oranları şirketlerin toplam çalışan sayısına göre değerlendirildiğinde %10 ve altı kadın istihdamına sahip şirketlerin %68'ini 300'den fazla çalışana sahip şirketler oluşturmaktadır. Yani şirketlerde istihdam edilen kişi sayısı artsa da kadın istihdam oranları aynı doğrultuda artmamış, şirketler erkek çalışanları tercih etmiştir.

Tablo 2. Çalışan Sayısına Göre Kadın İstihdam Oranı

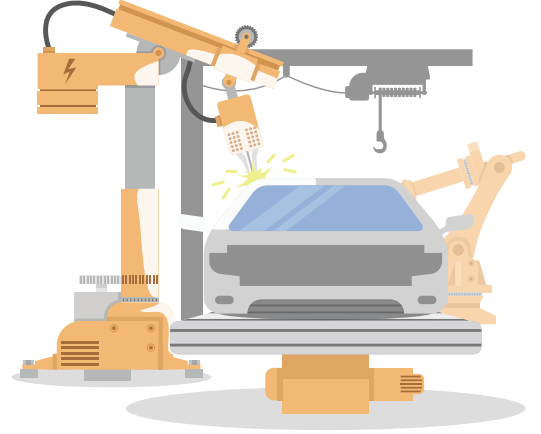
ÇALIŞAN SAYISI	%10 VE ALTI	%10- %25	%25 VE ÜSTÜ
150'den az	11,8%	35,7%	41,7%
151 - 300	20,6%	40,5%	27,8%
301 ve daha çok	67,6%	23,8%	30,6%

Anketi dolduran şirket temsilcilerinin cinsiyet dağılımına baktığımızda ise yarısından fazlasının kadın olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların oranı %43 iken, kadın katılımcıların oranı ise %57'dir.

BULGULAR

Raporun bu bölümünde şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliği ve fırsat eşitliğine dair algı, tutum ve beklentilerinin yanında toplumsal cinsiyet kapsamındaki politika ve uygulama süreçlerine dair bulgular da incelenecektir.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket sonucunda ortaya çıkan bulgular; eşitlik politikaları, toplumsal cinsiyet eşitliğine dair algılar ve toplumsal cinsiyet eşitliğine dair beklentiler/gelecek tahayyülleri başlıkları altında ele alınacaktır.

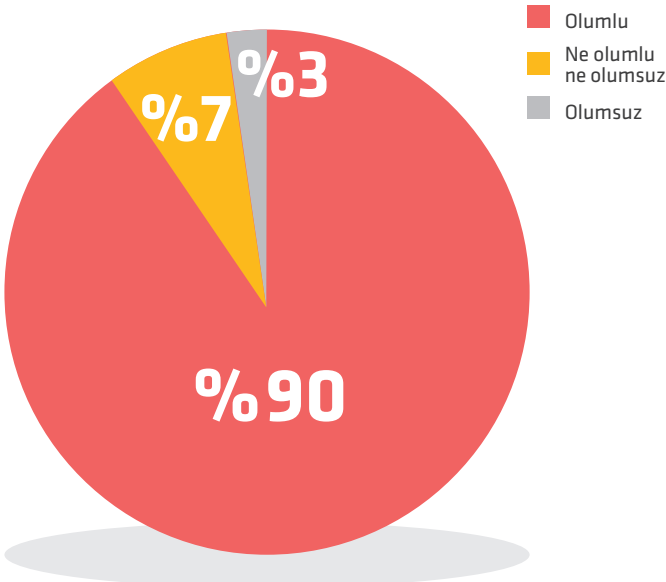


Eşitlik Politikaları

Çalışmada, TAYSAD üyesi kuruluşların mevcut eşitlik politikaları ve programları ele alınarak farklılaşmalara bakılmıştır. Aynı zamanda otomotiv sektöründe toplumsal cinsiyet ve fırsat eşitliği kapsamındaki mevcut durum, zorluklar, eşitsizlikler, gelişim alanlarının ortaya koyulması amaçlanmıştır. Şirketlerin toplumsal cinsiyet konusundaki eşitlik politikaları kapsamında kullanılacak ölçütlerden biri UN Global Compact tarafından hazırlanan ve Kadının Güçlenmesi Prensipleri Uygulama Rehberinde (WEPs) tarif edilen kriterlerdir. Bu çalışmada WEPs kriterleri esas alınsa da sektörün özgünlüklerini de yansıtacak bir yaklaşım benimsenmiştir.

Katılımcılara şirketlerde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmalar yapılmasına üst düzey yönetimin tutumunun nasıl olacağı sorulduğunda, %90'ı olumlu olacağını söylerken olumsuz olacağını söyleyenlerin oranı yalnızca %3'tür. Başka bir ifadeyle her 10 şirketten 9'unun toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki motivasyonları güçlüdür. Yani şirketler geliştirecek uygulamalar konusunda açık olmakla birlikte bu uygulamaların hem başarılı olma potansiyeli hem de yaygınlaştırma potansiyeli yüksektir.

Şekil 2. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Çalışmalarına Karşı Tutum

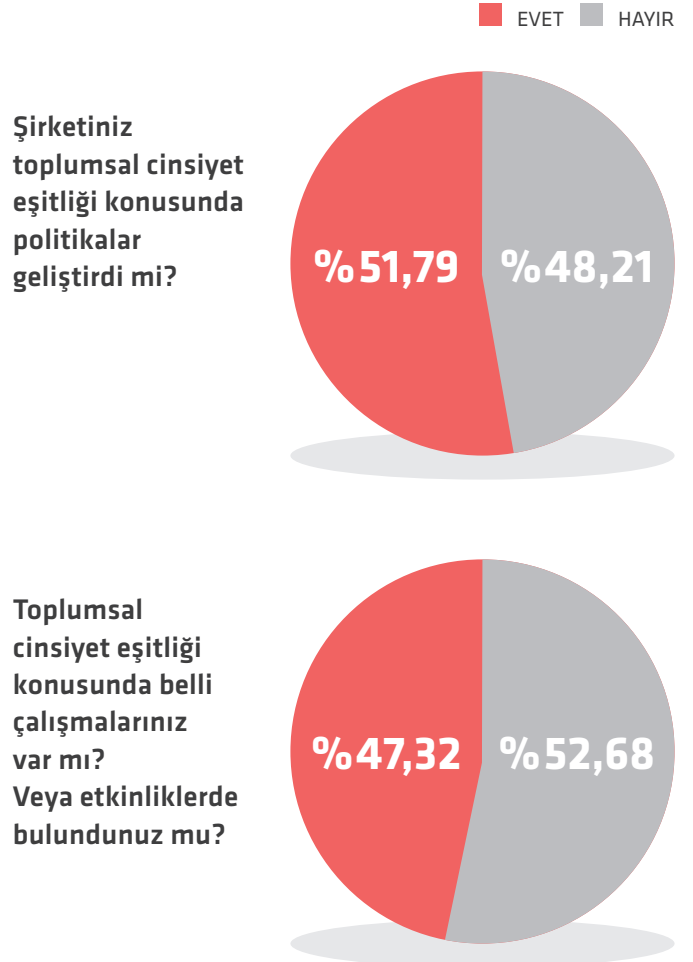


Diğer yandan şirketlerin motivasyonları güçlü olsa da şirketler henüz bir yol haritasına sahip değildir ve halihazırda toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda çalışmaları bulunmamaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğine dair güçlü motivasyonunun aksiyona dönüşmesinin zayıf olduğu görülmektedir.

Bu durum iş hayatında toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması gerektiği görüşünün şirket içi ya da toplumsal bir norm ve beklenti olarak kabul görmüş olsa da bu konuda inisiyatif almaktan çekinildiğine işaret etmektedir.

Şirketinin toplumsal cinsiyet eşitliği konularında politika geliştirdiğini söyleyenlerin oranı %52 iken, çalışmaları/etkinlikleri olduğunu söyleyenlerin oranı %47'dir. %48'i ise toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda politika geliştirmemiştir.

Şekil 3. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Konusunda Geliştirilen Politikalar ve Çalışmalar

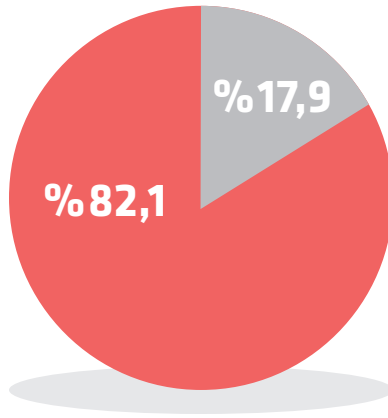


Toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarının aksine fırsat eşitliği politikası ve eşit işe eşit ücret politikasının ise şirketlerde mevcut olduğu görülmektedir. Anket katılımcılarının yanıtlarına bakıldığında, şirketlerin %82'sinde fırsat eşitliği politikası, %87'sinde eşit işe eşit ücret politikası mevcuttur.

Şekil 4 . Fırsat Eşitliği Politikası

Kurumunuzda fırsat eşitliği politikası mevcut mu?

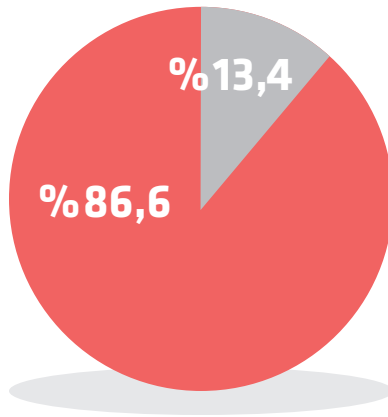
■ EVET ■ HAYIR



Şekil 5. Eşit İşe Eşit Ücret

Şirketinizin cinsiyete dayalı eşit işe eşit ücret politikası var mı?

■ EVET ■ HAYIR



Yalnızca fiziksel şiddet değil, psikolojik, cinsel, duygusal, online şiddet vb. diğer şiddet türlerine yönelik 'sıfır tolerans' politikası ile uygulama yönergeleri bulunduğunu söyleyen şirketlerin oranı %78 iken bulunmadığını söyleyenlerin oranı %23'tür.

Politika ve uygulama yönergeleri bulunan şirketlerin ise %94'ü çalışanlarının bu politika hakkında bilgi sahibi olduğunu söylemektedir.

Tablo 3. Şiddet Çeşitlerine Yönelik "Sıfır Tolerans" Politikası

İşyerinde tüm şiddet çeşitlerine (fiziksel, psikolojik, cinsel, duygusal, online şiddet vd.) yönelik "sıfır tolerans" politikası ve uygulama yönergeleri mevcut mu?	EVET	77,7%
	HAYIR	22,3%
Tüm çalışanlar bu politika hakkında bilgiye sahip mi?	EVET	94,3%
	HAYIR	5,7%

Diğer yandan 'cinsel şiddet' şirketlerin çok az ele aldığı bir meseledir. Çalışanların cinsel şiddet konusundaki farkındalık düzeyini artırmak için eğitim verildiğini söyleyen şirketlerin oranı %24, farkındalık düzeyini anlamaya yönelik çalışma yapan şirketlerin oranı yalnızca %16'dır.

Tablo 4. Cinsel Şiddete Yönelik Farkındalık Çalışmaları

Çalışanlarınızın "cinsel taciz, cinsel sömürü, cinsel istismar, cinsiyete dayalı ayrımcılık" konularındaki farkındalık düzeyini arttırmak için eğitim verildi mi?	EVET	24,1%
	HAYIR	75,9%
Çalışanlarınızın cinsel taciz, cinsel sömürü, cinsel istismar, cinsiyete dayalı ayrımcılık' konularındaki farkındalık düzeyini anlamaya yönelik (anket vb.) bir çalışmanız oldu mu?	EVET	16,1%
	HAYIR	83,9%
Şirketinizde, cinsel taciz vakalarını ele almak için her zaman adil muamele sağlayan açık ve gizlilik prensibiyle çalışan bir mekanizma var mı?	EVET	44,6%
	HAYIR	55,4%

Çalışanların cinsiyet profili şirketler tarafından önemsenirse ve buna dair verileri mevcut olsa da kadın çalışan sayısını artırmak ve daha fazla kadının terfi alması şirketlerin daha az gündeminde olan bir konudur. Şirketlerin %80'i kurum içinde cinsiyet profili verilerinin olduğunu söylerken, kadınlar ve erkekler için eşit fırsatları güçlendirmek %63'ünün gündeminde.

Tablo 5. Şirketlerde Cinsiyet Profili Verileri Mevcudiyeti

Kurum içinde "cinsiyet profili" verileriniz mevcut mu? (Kurumunuzda çalışan kadın ve erkek sayıları ve yönetim seviyesinde çalışan kadınların erkeklerle oranı)	EVET	80,4%
	HAYIR	19,6%
Kadınlar ve erkekler için eşit fırsatları güçlendirmek ve bu sayede kadın çalışan sayısını artırmak, var olan sayıyı korumak veya daha fazla kadının terfi alması kurum içinde düzenli olarak gündemde olan konular mı?	EVET	62,5%
	HAYIR	37,5%

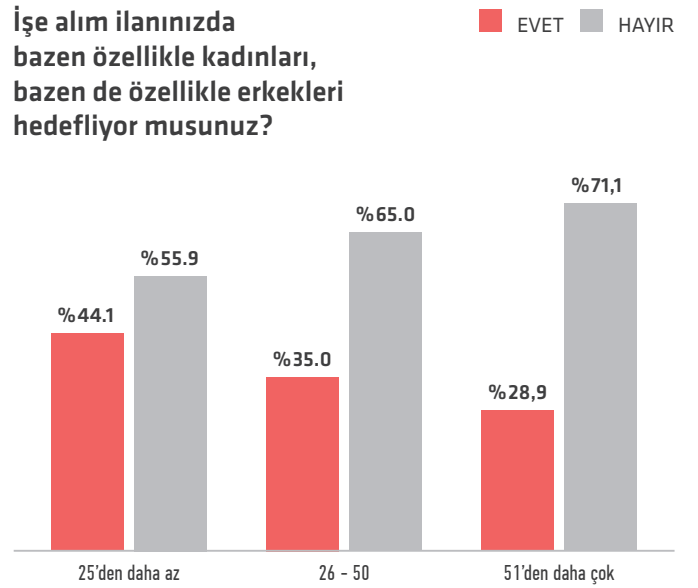
Şirketler %96 oranında işe alımlarda kadın ve erkekler için eşit fırsat sağladığını ifade etse de ilanlarda özellikle kadınları ya da erkekleri hedefleyip hedeflemedikleri sorulduğunda %36'sı evet yanıtı vermiştir.

Tablo 6. İşe Alım Sürecinde Fırsat Eşitliği

İşe alımlar resmi bir süreçle yapılır ve kadın ve erkekler için eşit fırsatlar sağlar mı?	EVET	95,5%
	HAYIR	4,5%
İşe alım ilanınızda bazen özellikle kadınları, bazen de özellikle erkekleri hedefliyor musunuz?	EVET	35,7%
	HAYIR	64,3%

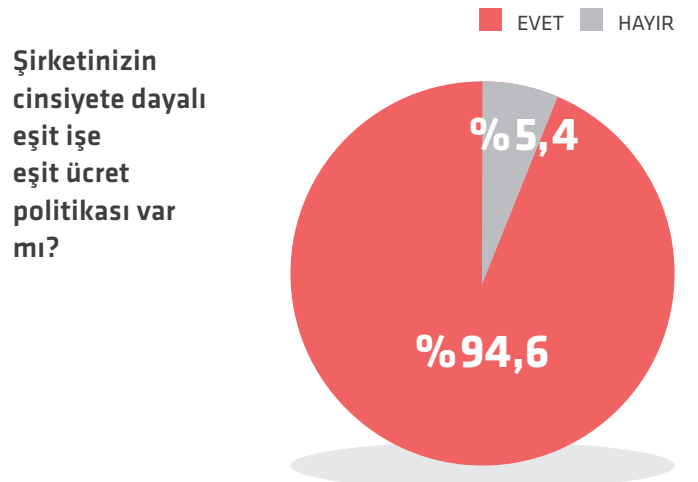
Kadın çalışan sayısı 25'ten az olan şirketlerin ilanlarında bazen özellikle kadınları ya da erkekleri hedeflediklerini söyleyenlerin oranı %44'e yükselmekte iken, 50'den fazla kadın çalışan olanlarda aynı oran %29'tur.

Şekil 6. Şirketlerde Kadın Çalışan Sayısına Göre İşe Alımda Fırsat Eşitliği



Ankete katılan şirketlerin %95'i ise kadın çalışanlarının doğum izni, erkek çalışanların babalık izni almasını teşvik ettiğini ifade etmektedir.

Şekil 7. Doğum ve Babalık İznine Teşvik



Kadınların erkeklerden daha farklı tecrübeler yaşadığına dair yazılı belge veya geri bildirim alıp almadıkları sorulduğunda ise şirketlerin %12'si evet yanıtı vermiştir. Şirketin yıllık cirosu ve kadın çalışan sayısı kırılımında ise farklılaşma görülmektedir. Evet yanıtı verenlerin oranı 5 milyon TL ve altı ciroya sahip şirketlerde %22'ye yükselmektedir. Aynı oran 280 milyon TL ve üstü ciroya sahip şirketlerde %6'dır.

Kadın çalışan sayısına göre baktığımızda ise 50'den fazla kadın çalışanı olan şirketlerde evet yanıtı verenler %18'e yükselmektedir. Ciro arttıkça kadınların farklı deneyimler yaşadığına dair geri bildirim alma oranının azalması ise yüksek ciroya sahip şirketlerin işgücü piyasasında toplumsal cinsiyet eşitsizliğini giderecek politika ve fiziksel imkanlara sahip olma oranının daha fazla olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 7. Kadınların Erkeklerden Farklı Tecrübeler Yaşadığına Dair Olumsuz Geri Bildirimler

İşyerinde kadınların erkeklerden daha farklı tecrübeler yaşadığına dair yazılı bir belge/aldığınız geribildirim var mı?	ŞİRKETİN YILLIK CİROSU				KADIN ÇALIŞAN SAYISI		
	TOPLAM	0 TL- 5.000.000 TL	5.000.001 TL-280.000.000 TL Arası	280.000.001 TL ve Üzeri	25'den daha az	26-50	51'den daha çok
EVET	11,6%	22,2%	9,4%	6,3%	5,9%	10,0%	18,4%
HAYIR	82,1%	70,4%	88,7%	81,3%	91,2%	85,0%	71,1%
BİLMİYORUM	6,3%	7,4%	1,9%	12,5%	2,9%	5,0%	10,5%

İş yaşamında adillik ve fırsat eşitliği bağlamında terfi süreçleri ve kadınların üst pozisyonlara yükselmesi önemli göstergelerden biri olmaktadır. Şirketlerin terfi süreçleri incelendiğinde %90'ının terfi süreçlerinde eşitlik ve cinsiyete dayalı ayrımcılık yapılmaması kriterini göz önünde bulundurduğu, %95'inin ise iç terfi süreçlerinin fırsat eşitliğini gözetilen adil performans değerlendirmelerine dayalı olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Terfi Süreçlerinde Fırsat Eşitliği Kriteri

Terfi süreçlerinde eşitlik ve cinsiyete dayalı ayrımcılık yapılmaması kriterleri göz önünde bulundurulur mu?	EVET	90,2%
	HAYIR	9,8%
Şirketinizdeki iç terfi süreçleri kadın erkek fırsat eşitliğini gözetilen, objektif ve adil performans değerlendirmelerine dayalı mıdır?	EVET	94,6%
	HAYIR	5,4%

Anket katılımcılarının yanıtlarına göre, kadınlar ve erkekler şirketler tarafından sunulan fırsatlara eşit şekilde erişebilmektedir ve şirketler büyük oranda eğitim oturumlarını çalışma saatlerine denk gelecek şekilde planlamaktadır. Eğitim oturumlarının çalışma saatlerine denk gelecek şekilde planlandığını belirten şirketlerin oranı %9'dur.

Tablo 9. Şirket Tarafından Sunulan Fırsatlara Erişim

Kadınlar ve erkekler, cinsiyete bakılmaksızın şirketiniz tarafından sunulan bilgilere ve mesleki eğitime erişimde eşit fırsatlara sahip midir?	EVET	96,4%
	HAYIR	3,6%
Şirket eğitim oturumları genellikle çalışma saatlerine denk gelecek şekilde zamanlanır mı?	EVET	91,1%
	HAYIR	8,9%



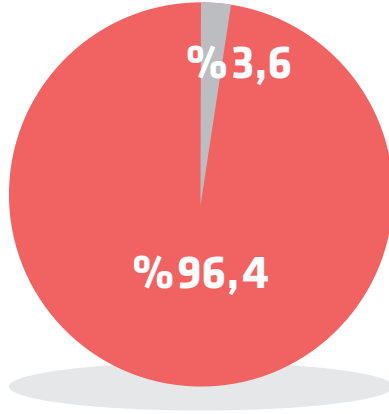
Sağlık ve güvenlik politikaları ve bu politikalardan tüm çalışanların eşit şekilde yararlanması şirket içinde ayrımcılıkla mücadelenin bir parçasını oluşturmaktadır. Şirketlerin %96'sının sağlık ve güvenlik politikasının bulunduğu görülmektedir.

Sağlık ve güvenlik politikasının bulunmadığını söyleyen şirketlerin oranı yalnızca %4'tür.

Şekil 8. Sağlık ve Güvenlik Politikası

Kurumunuzda tüm çalışanların ve çalışma ortamının korunması için gerekli sağlık ve güvenlik politikaları mevcut mu?

■ EVET ■ HAYIR



Ancak politikalarının mevcut olmasının yanı sıra kadın ve erkeklerin bu hizmetlerden eşit şekilde yararlanmasını sağlamak ve farklılaşan ihtiyaçların gözetilmesi de kritik bir noktadır.

Şirketlere kadın ve erkek için ayrı soyunma odası, tuvalet, emzirme odası gibi fiziksel koşulların mevcut olup olmadığı sorulduğunda %89'u 'evet' yanıtı vermekte iken 'hayır' yanıtı verenlerin oranı %11'dir.

Tablo 10. Kadın ve Erkek Çalışanlar İçin Ayrı Fiziksel Koşulların Mevcudiyeti

İşyerinde kadın ve erkek çalışanlar için ayrı soyunma odası, tuvalet; yeni doğum yapmış kadın çalışanlar için emzirme odası gibi fiziksel koşullar mevcut mu?	EVET	89,3%
	HAYIR	10,7%
Yeni doğum yapmış kadın çalışanlarınızın süt izni kullanıyor mu?	EVET	96,4%
	HAYIR	3,6%

Şirketlerin çoğunluğunun kreş ya da bakım desteği bulunmamaktadır. Destek sağlayanların ise %8'i ücret katkısı, %3'ü kreş imkanı sağlamakta iken %8'inin anlaşmalı olduğu kurumlar bulunmaktadır. Kadının anne olması işgücü piyasasındaki konumunu etkilemekte olup kreş ya da bakım desteğine yönelik yapılacak çalışmaların kadınların iş yaşamına geri dönüşünü hem hızlandıracağı hem de kolaylaştıracağı düşünülmektedir.

Tablo 11. Kreş ve Bakım Desteği

Kurumunuz anne olan çalışanlar için kreş-bakım için destek sağlıyor mu? (ücret katkısı, kreş imkanı, anlaşmalı kurumlar vd.)	EVET, ÜCRET KATKISI SAĞLIYOR	8,0%
	EVET, KREŞ İMKANI SAĞLIYOR	2,7%
	EVET, ANLAŞMALI KURUMLAR VAR	8,0%
	EVET, DİĞER	9,8%
	HAYIR, BU KONUDA DESTEK YOK	71,4%

Toplumsal yapının bir sonucu olarak toplumsal cinsiyet ve fırsat eşitliği noktasında aile, iş ve sosyal hayatı dengelemek için önlemler almak özellikle kadın çalışanlar için kritik öneme sahiptir. Şirketlerin yalnızca %13'ünün bu konuya yönelik önlemleri ve nasıl uygulanacağına dair rehber dokümanları bulunmaktadır. Yarı zamanlı, esnek ve uzaktan çalışma sistemi olan şirketlerin oranı ise %39'dur.

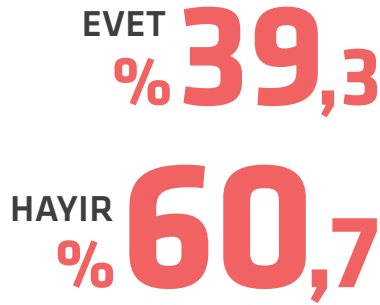
Tablo 12. Aile, İş, Sosyal Hayat Dengesi Sağlanmasında Önlemler

Şirketinizde aile, iş ve sosyal hayatı dengelemek için mevcut önlemler ve nasıl uygulanacağına dair rehber dokümanlar var mı?	EVET	13,4%
	HAYIR	86,6%
Şirketinizde yarı zamanlı, esnek çizelgeler ve uzaktan çalışma sistemi var mı?	EVET	39,3%
	HAYIR	60,7%

Çalışanlara yönelik kurs, eğitim ve diğer profesyonel gelişim imkanları ve bu imkanlardan faydalanma hususunda, kadın ve erkekler arasında oluşabilecek eşitsizliklere yönelik tedbir almak gereklidir. Bu kapsamda şirketlere çalışanların liderlik kapasitesini geliştirmeye yönelik toplumsal cinsiyete duyarlı stratejilerinin var olup olmadığı sorulmuştur ve şirketlerden yarısından fazlasının (%61) toplumsal cinsiyete dayalı stratejilerinin olmadığı görülmüştür. Evet yanıtı veren şirketleri oranı ise %39'dur.

Tablo 13. Liderlik Kapasitesinde Fırsat Eşitliği Stratejisi

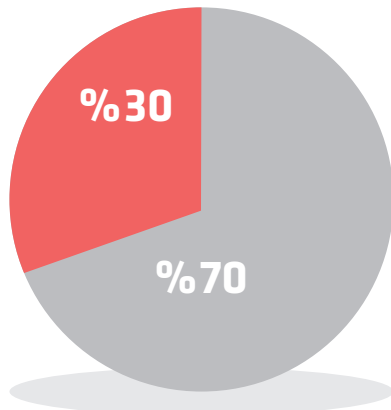
Çalışanların liderlik kapasitesini geliştirmeye yönelik toplumsal cinsiyete duyarlı stratejileriniz/ uygulamalarınız mevcut mu?



Şirketlerin paydaşlarını, tedarikçilerini ve bayilerini politika süreçlerine dahil etme oranları düşüktür. Ürünlerin pazarlanma faaliyetlerinde kadın ve erkekler üzerinde olumlu/olumsuz etkilerini tartıştığını söyleyen şirketlerin oranı %30 iken %70'i göz ardı etmektedir.

Şekil 9. Ürünlerin Pazarlanmasında Kadın ve Erkekler Üzerindeki Etki Tartışması

Ürün ve hizmetlerinizin pazarlanması ile ilgili karar verirken kadın ve erkekler üzerinde olumlu ve olumsuz olabilecek etkilerini tartışıyor musunuz?

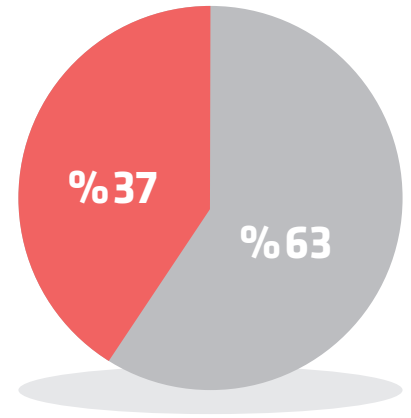


■ EVET ■ HAYIR

‘Şirketinizi geliştirmeye yönelik karar verirken kararlarınızın tedarik zincirindeki kadın ve erkekler üzerindeki farklı etkilerini dikkate alıyor musunuz’ sorusuna ise şirketlerin %37’si evet, %63’ü hayır yanıtı vermiştir.

Şekil 10. Tedarik Zincirinde Kadın ve Erkekler Üzerindeki Etki Tartışması

Şirketinizi geliştirmeye yönelik karar verirken kararlarınızın tedarik zincirindeki kadın ve erkekler üzerindeki farklı etkilerini dikkate alıyor musunuz?



■ EVET ■ HAYIR

Şirketler toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bilgilerini, kaynaklarını paylaşma ve toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda savunuculuk rolü üstlenme konusunda sorumluluk almaktadır. Şirketlerin yarısından fazlası (%65) toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları savunuculuğu yaptığını söylerken, %70’i toplumsal girişimlere destek verdiğini söylemektedir.

Tablo 14. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Savunuculuğu ve Destek

Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları savunuculuğu yapıyor musunuz?	EVET	65,2%
	HAYIR	34,8%
Toplumsal cinsiyet eşitliğine bağlılığınızı gösterecek toplumsal girişimlere destek veriyor musunuz?	EVET	69,6%
	HAYIR	30,4%



Şirketlerin %71'i toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda gelişmeler gösterip göstermediğine dair veri toplamadığını söylemektedir. Dolayısıyla verileri analiz ederek yeni strateji ve uygulama geliştirmekte eksik kalmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliği konusundaki çalışmalarını raporlayan ve kamuoyu ile paylaşan şirketlerin oranı ise %13

Tablo 15. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Kapsamında Veri Toplama ve Paylaşma

Kurumunuzun toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda gelişmeler gösterip göstermediğine dair veri topluyor musunuz?	EVET	28,6%
	HAYIR	71,4%
Çalışanlarla düzenli olarak kariyer gelişimi ve profesyonel fırsatlar konusunda fırsat eşitliğini gözeterek diyalog kuruyor musunuz?	EVET	80,4%
	HAYIR	19,6%
Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yaptıklarınızı raporlayarak kamuoyu ile paylaşıyor musunuz?	EVET	12,5%
	HAYIR	87,5%

Şirketler iletişim stratejilerinde eşitlik ve cinsiyete dayalı ayrımcılık yapılmaması kriterlerini %84 oranında göz önünde bulundururken hem kadın hem erkekleri betimleyen kapsayıcı dil ve görsel kullanımını daha cinsiyete dayalı ayrımcılık kriterine göre daha az (%70) önemsemektedir.

Tablo 16. Cinsiyet Eşitliğine Dayalı İletişim

Şirketiniz dış hedef kitlelerle iletişim kurduğunda (reklam, tanıtım faaliyetlerinde), hem kadınları hem de erkekleri betimleyen kapsayıcı bir dil ve görseller kullanır mı?	EVET	69,6%
	HAYIR	30,4%
Şirketin dış iletişimde eşitlik ve cinsiyete dayalı ayrımcılık yapılmaması kriterleri göz önünde bulunduruluyor mu?	EVET	83,9%
	HAYIR	16,1%

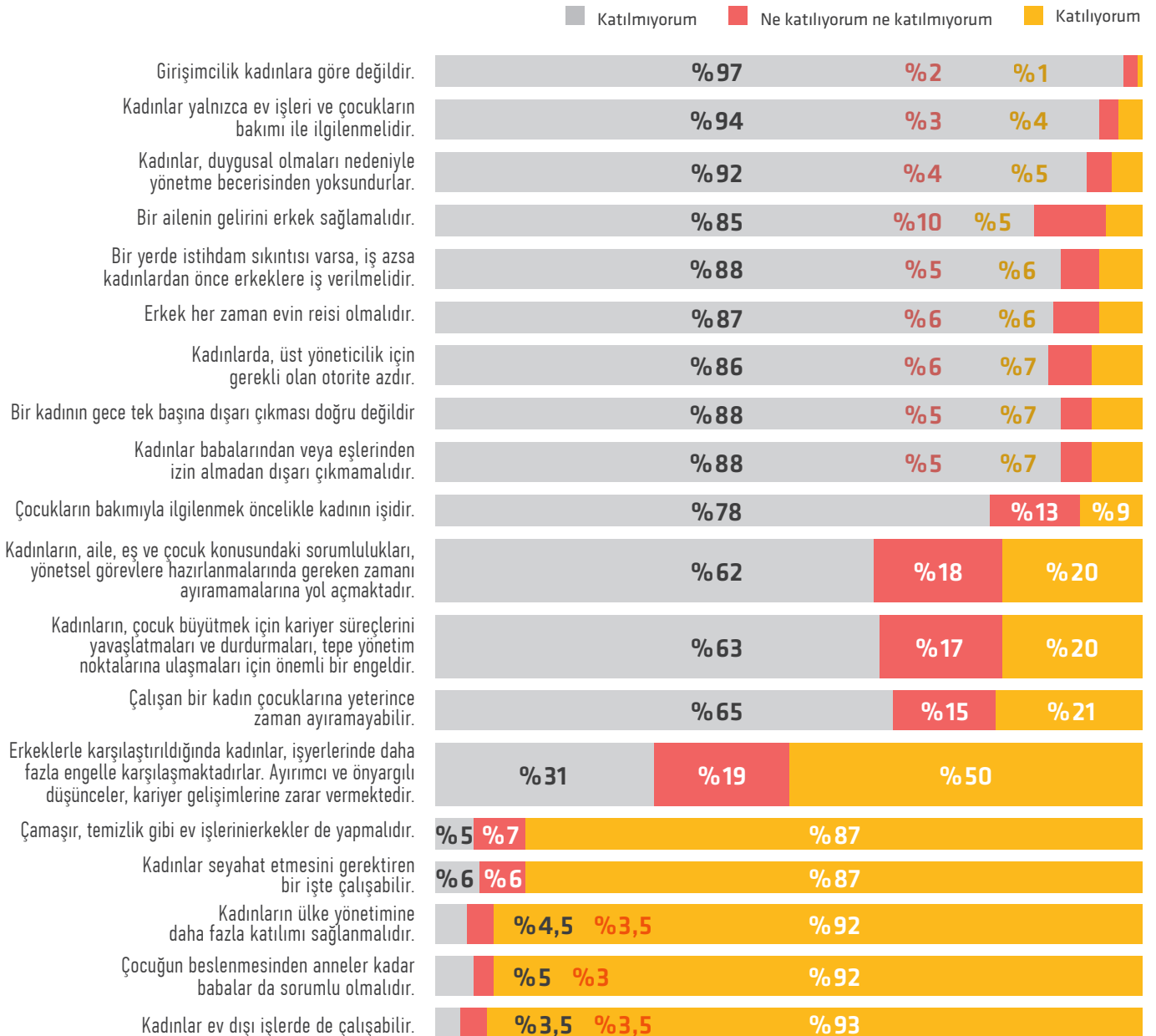


Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Algılar

Şirketlerde mevcut durum değerlendirilirken toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmaların şirketlerin gündemine girdiği ve bu yönde politikalar/uygulamalar geliştirilmeye başlandığı görülmüştür. Ancak düşünülmesi gereken diğer bir nokta toplumsal cinsiyet eşitliğine dair algılar ve toplumsal cinsiyet eşitliği meselesinin şirketlerde ne düzeyde içselleştirildiğidir.

Şirket yöneticilerinin toplumsal cinsiyet eşitliğini normatif olarak sahiplenmekte olup bu sahiplenmenin toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yapılacak çalışmalar/uygulamalar, politika geliştirme süreçleri için harekete geçirici bir etki oluşturacağı düşünülmektedir.

Şekil 11. Toplumsal Cinsiyete Dair Algılar





Araştırma sonuçları şirketlerin şirket içi fırsat eşitliğinin sağlandığını düşündüklerini göstermektedir. Şirketler eşit işe eşit ücret, gelişim fırsatlarına eşit erişim, terfi süreçlerinin adil olması gibi süreçlerin şirketlerinde sağlandığı görüşüne %90'ının üzerinde katılıyorum yanıtı vermiştir. Ayrıca karar alma süreçlerine tüm çalışanlarının eşit olarak katıldıklarını ve kadın çalışanlarının şirkette kendilerini üst düzey yönetici olarak hayal edebildiklerini düşünmektedirler.

Tablo 17. Şirketlerde Fırsat Eşitliği Mevcudiyetine Dair Algılar

Şirketimizde benzer pozisyon, profesyonel tecrübe ve yetkinlikteki kadın ve erkek çalışanlar eşit ücret alır	EVET	5,4%
	KARARSIZ	3,6%
	HAYIR	91,0%
Şirketimiz kadın ve erkek çalışanları benzer ve / veya eşit eğitim gelişim fırsatlarına sahiptir	EVET	5,4%
	KARARSIZ	1,8%
	HAYIR	92,7%
Şirketimizde terfiler kadın ve erkek çalışanlar için adil ve tarafsız kriterlere dayalı olarak yapılır	EVET	3,6%
	KARARSIZ	3,6%
	HAYIR	92,8%
Şirketimizin karar alma süreçlerine benzer pozisyonadaki kadın ve erkek çalışanlar eşit katılır	EVET	2,7%
	KARARSIZ	2,7%
	HAYIR	94,5%
Kadın çalışanlarımız şirketimizde kendini üst düzey yönetici olarak hayal edebilir, zaman içerisinde tıpkı erkek çalışanlar gibi kıdem kazanarak yükselebilir	EVET	4,5%
	KARARSIZ	3,6%
	HAYIR	91,8%

Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Beklentiler/ Gelecek Tahayyülleri

Şirketlerde toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamındaki dönüşüm ve gelecek beklentileri kadın istihdamına dair öngörüler ile anlaşılmaya çalışılmıştır.

Ayrıca şirketlerin mevcuttaki açık pozisyonları ve işe alım politikaları da değerlendirme kriterlerinden birini oluşturmaktadır.

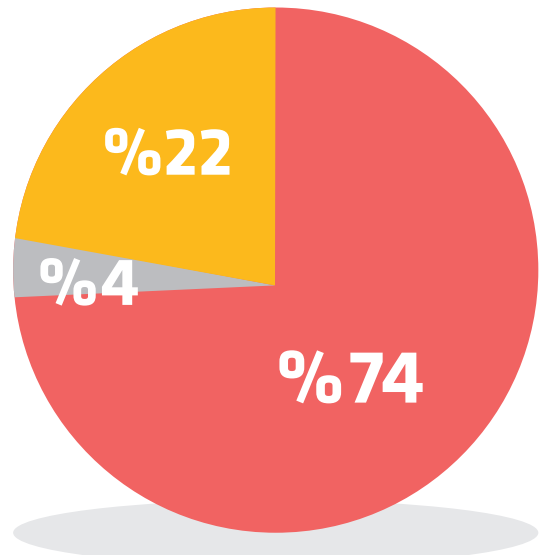
Şirketlerin kadın çalışan sayıları 5 yıl öncesi ile karşılaştırıldığında kadın çalışan sayılarının arttığı görülmektedir.

Ankete katılan şirketlerin %74'ü 5 yıl öncesine göre kadın çalışan sayılarının arttığını söylerken, kadın çalışan sayılarının azaldığını söyleyen şirketlerin oranı yalnızca %4'dür.

Şekil 12. 5 Yıl Öncesine Göre Kadın Çalışan Sayısı Değişimi

Şirketinizde 5 yıl öncesine göre kadın çalışanların sayısında değişim nasıl oldu?

- Kadın çalışan sayımız arttı
- Kadın çalışan sayımız azaldı
- Değişmedi

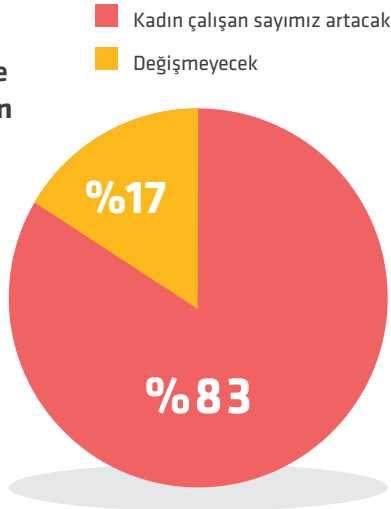


Şirketlerin kadın istihdamına yönelik gelecek tahayyülleri de kadın istihdamının artacağı yönündedir ve %83'ü gelecek 5 yıl içerisinde kadın çalışanlarının sayısının artacağını düşünmektedir.

%17'si kadın çalışan sayısında bir değişme yaşanmayacağını düşünmekte olup ankete katılan şirketlerden 'istihdam azalacak' yanıtını veren olmamıştır.

Şekil 13. 5 Yıl Sonra Kadın Çalışan Sayısında Değişim Tahayyülleri

Şirketinizde gelecek 5 yıl içerisinde kadın çalışan sayınızın nasıl değişeceğini düşünüyorsunuz?



Geleceğe dair algılar olumlu olsa da anketin uygulandığı dönemde şirketlerin %69'unda açık pozisyon bulunmakta ve %18'i bu pozisyonlar için cinsiyet tercihi olduğunu söylemektedir. Cinsiyet tercihi olan şirketlerin tercihi ise %79 oranında erkek adaylardır, kadın adaylar için ilana çıkmış şirketlerin oranı %21'dir.

Tablo 18. Şirketlerde Açık Pozisyon ve Cinsiyet Tercihi

Şu anda şirketinizde açık pozisyon bulunuyor mu?	EVET	69,1%
	HAYIR	30,9%
Açık pozisyonlar için cinsiyet tercihiniz var mı?	EVET	18,4%
	HAYIR	81,6%
Tercihiniz nedir?	KADIN	21,4%
	ERKEK	78,6%





PAYDAŞLARDA OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN TOPLUMSAL CİNSİYET YAPISINA DAİR YAKLAŞIMLAR

Kamu, sivil toplum ve özel sektörden konuya temas eden 13 farklı kurumdan toplamda 16 kişi ile yapılan derinlemesine görüşmelerin bulguları mevcut duruma dair algılar, iyi örnekler ve başarı kriterleri, gelecek tahayyülleri ve paydaş angajmanı başlıkları altında detaylandırılmıştır.



Mevcut Duruma Dair Algılar

Görüşmelerde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin hem toplumda hem iş hayatında yarattığı sorunların irdelenerek mevcut duruma dair bir çerçeve çizilmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda yapılan görüşmeler sonucunda öncelikle toplumda cinsiyet eşitliği ve iş hayatında toplumsal cinsiyet eşitliğinin birbirinden farklı düşünülmemesi gerektiği ve birbirini biçimlendirdiğini söylemek gereklidir. Aşına olunan, erkeğin temel gelir sağlayıcı olarak görülmesi, kadın işi erkek işi ayrımının yapıyor oluşu gibi algıların iş hayatına yansımalarının kadınların daha düşük işlerde ve kayıt dışı çalışmasını da beraberinde getirdiği sivil toplum temsilcileri tarafından şu sözlerle ifade edilmektedir:

“ Hani toplumsal cinsiyet rollerimizi belirliyor ve bu roller aslında çalışma yaşamında biz kadınların maalesef daha düşük ücretli işlerde, daha fazla kayıt dışı çalışmamızda, daha güvencesiz işlerde çalışmamıza sebep oluyor.

Güvenli ve güvenceli istihdama katıldığınız zaman da maalesef kadınlar çok da fazla yönetici pozisyonlarına ulaşamıyorlar.

Bunlar aslında evde bizim daha çok ücretsiz bakım emeğiyle uğraşmamızla, işte erkeğin hala temel ücret getirmesi gereken kişi olarak algı, yani eve ekmek getiren kişi olarak algılanmasıyla, ondan sonra kadınların hala bazı işleri yapamayacakları düşünmesiyle ki hani metal sektörü maalesef kadınların içinde yer alamadığı bir sektör.

Ben daha çok mavi yakayı biliyorum ama beyaz yakada da şey değil yani sektörde çok fazla yok. Hani bu anlamda toplumdaki algı aslında çalışma yaşamındaki algıyı belirliyor. ”

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

“ Elbette toplumda kadına biçilen rolleri iş dünyasının istihdama dönüşmesinde veya kadınların kariyer yolculuğunda karşılaştıkları güçlükler birbirine paralel. Yani kadına işte kız kardeş, anne veya çocuk bakımından sorumlu olma gibi. Yaşlı evdeki insanların bakımından, temizliğinden, yemeğinden sorumlu olmak gibi rolleri biçtiğinizde iş dünyası da aynı perspektifi zaman zaman bakabiliyor. Bu bariyerlerle kadınların ben iş hayatında karşılaştıklarını düşünüyorum. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

Kadının asıl görevinin çocuk ve ev işleri olduğu algısı ile birlikte bakım yükünün büyük oranda kadınların üzerinde olması da iş hayatına yansıyan ve biçimlendiren bir algı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu algı cam tavan etkisinin yanında kadınların üst düzey kademelere gelmelerinin önündeki en büyük engellerden biri olarak görülmektedir. Dahası aynı sebeplerle kadınlar iş hayatında daha kolay vazgeçilen ve işten çıkarılan kişiler olarak yer almaktadır.

“ İşte siyasette de kadınların temsili çok kısıtlı ve çalışma yaşamında da hem güvenceli istihdama zor erişiyoruz, eriştiğimiz zaman da maalesef daha düşük ücretler alıyoruz.

Belli sektörlerde yığılıyoruz ve o belli sektörlerinde ücreti daha düşük oluyor. Bir yandan da işte yönetici pozisyonlarına gelemiyoruz ve annelik bakım yükü gibi sebeplerle aslında kapının önüne en kolay konulan kişiler bizler olabiliyoruz maalesef. ”

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

“ Şimdi, maalesef ki üst düzeyde, yani karar alma mekanizmalarında kadınlara maalesef çok fazla yer verilmiyor.

Bunun da çeşitleri sebepleri var birtakım tabii ki. Cam tavanlar dediğimiz klasik anlamda birtakım engellemeler oluyor.

Şimdi kadınların tabii ki kariyerde daha üst noktalara ulaşmasındaki en büyük sorun kadınların işte, çocuk bakma sorumluluğunun kadınların üzerinde olması. Aynı şekilde eğer evde yaşlı varsa, anne baba gibi, bunların da genelde bakımı kadınlar üzerinde olduğu için bir kere bu bir engel olarak görülüyor kadınlara bu kariyer fırsatların sunulmasında. Birincisi bu.

İkincisi, maalesef şöyle bir algı var. İşte, kadınlar duygusaldır, işte efendim mantıklı karar alamazlar gibi birtakım önyargılar var ki bence bu çok yanlış. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Bir de iş hayatında tabii, çalışma hayatında karşılaşılan birtakım zorluklar var, bu da işte iş ve aile yaşamının uyumlaştırılmasıyla ilgili etmenler yine burada etkili olabiliyor.

Bazen iş verenlerin tercihleri olabiliyor. Kadınları tercih etmeyebiliyorlar. Yöneticilik pozisyonlarında keza yine kadınların çok fazla temsil edilmediğini görüyoruz.

CEO'larda falan yüzde on beşlik bir oran var ama yine de daha fazla olmasını arzu ediyoruz elbette ki. ”

(Kamu, Uzman)



Otomotiv sektöründe kadın istihdamının önündeki en büyük engelin, sektörün erkek egemen sektör olarak görülmesi ve bu algının getirdiği önyargılar olduğu görüşmelerde sık sık dile getirilmektedir. Toplumsal normlara dayanan cinsiyet eşitsizliği otomotiv sektöründe daha keskin hissedilmekte, bu kapsamda politika ve uygulamalar geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

“ Fırsat eşitliği konusuna geldiğimizde orada yapısal engellerden önce kültürel engellerin daha baskın olduğu bir sektörden bahsediyoruz bence. Genel olarak otomotiv sektörü dendiğinde daha yoğun bir erkek ilgi alanından da bahsediyoruz aslında. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Şimdi kadın erkek perspektifinde baktığın zaman, öncelikle ön yargılar var. Meslekle ve sektörle kadının biyolojik cinsiyetinin eşleştirildiği belirli kalıplar var. Ve bu kalıplar kadının belirli sektörlerde istihdam edilmesinin önünde engel. Otomotiv bunlardan biri. Gerçekten erkek egemen algılanan işte araba, fabrika, üretim. ”

(Özel Sektör, İnsan Kaynakları)

“ Tabii ki, maalesef ki kadın, toplumsal cinsiyet eşitliği bizim toplumumuzda hepimizin gördüğü gibi, çok benimsenmiş bir konu değil. Bu özellikle iş hayatında daha belirgin ortaya çıkıyor ki bizim de içinde bulunduğumuz otomotiv sektörü aslında çok erkeğe egemen bir sektör. Çoğunlukla, yani her ne kadar son yıllarda bir miktar değişmeye başladıysa da genel olarak erkeklerin egemen olduğu bir sektör. Kadınların, yani, özellikle yönetim kademesinde yönetici olarak sayıca çok az kadın yöneticiler. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Şirket içerisinde kadına yönelik şiddet, cinsel istismar konulardan bir tanesi. Bunun yanında cam tavan mevzusu. Eşit işe eşit ücret olmaması. Bunların hepsi otomotiv sektöründe de geçerli, orası da muaf değil. Dolayısıyla şirket içerisinde bunlara cevap vermek üzere geliştirilecek politika ve programlara elbette ki ihtiyaç var. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

Otomotiv sektörü özelinde değerlendirildiğinde bir diğer sorun alanı kadınların kariyer basamaklarının sınırlı oluşudur. Görüşmelerde bu sorun alanı kadınların yönetici pozisyonunda yer almasının güçlüğü olarak ifade edilmekte olup kadınların nitelikli eğitime daha az katılıyor oluşu da yönetici olarak çalışmalarının önündeki engellerden biri olarak değerlendirilmektedir.

“ Yani aslında şöyle; hatta bunu otomotiv sektörü özelinde söylersem özellikle üretimde mavi yaka kısmında kadın çalışan oranı fena boyutlarda değil. Hatta çoğu zaman erkeklerden daha yüksek. (...) iş beyaz yakalılar kısmına geçtiğinde yönetici konumlarına geçtiğinde maalesef kadınların bu sektörlerin içerisinde bu pozisyonlarda yeterince yer almadığını görüyoruz. Karar alma mekanizmalarında bulunmadığını, fikirlerinin alınmadığını görüyoruz. Bu bizim için en temel sıkıntılardan bir tanesi. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Kadınlar erkeklere oranlara nitelikli eğitime daha az katılıyor olması dolayısıyla otomotiv sektörü içerisinde de daha üst mevkilerde yer almalarının önünde bir engel olarak ortaya çıkabiliyor. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

Erkek egemen sektörlerde ve erkek işi olarak görülen işlerde de kadın temsiliyeti artmış olsa da kadın çalışan sayısının artışı tek başına yeterli görülmemektedir. Kadınlar bu sektörlerde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin getirdiği sorunlara daha fazla maruz kalmaktadır.

“ Giderek sanki birçok alanda daha fazla kadın çalışmaya başlamış gibi görüldü. Ama bunun tek başına lütfen yeterli olmadığını akılda tutalım. ”

Çünkü kadınlar tamam o sektöre girebiliyorlar, fakat orda çok ağır mobbinge maruz kalabiliyorlar, tacize şiddete maruz kalabiliyorlar veya o cam tavan dediğimiz şey zaten bu ona çok ağır maruz kalabiliyorlar. ”

(Sivil Toplum, Toplumsal Cinsiyet)

“ Sahaya ilişki içinde çalışmaya başladığı zaman hani, kadın sayısının bir anda düştüğünü görebiliyoruz gibi. İşte finans alanında kadınlar şu an da iyi durumdadır ama genele baktığımız zaman hani gerileme yaşanabildiğini görüyoruz. Yine de orda cam tavanlarda elbette söz konusu ne yazık ki. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)



Kadınların hem işyerinde hem evde yaşadıkları zorluklar ise pandemi döneminde daha da derinleşmiş, kadınların pandemi deneyimi erkeklerden farklı ve daha güç olmuştur. Evden çalışma sisteminde kadınlar hem evlerine ait hem de işlerine ait sorumlulukları aynı anda üstlenmek durumunda kalmıştır.

“ Bir pandemi deneyimi sonrasında elbette çocukların ne kadar aslında kırılğan bir grup olduğu, kadınların rolünün ne kadar önemli olduğu açığa çıktı. E ama bu şey bütün bilgiler şimdi, biz cinsiyetçi başka bir geri dönüş bir fikir olarak bize geri dönüyor. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Şimdi pandemi dönemi farklı dinamikler yaşattı bize. Nedir? 1.si tabii ki çalışma hayatının eve uygun olan rollerde ama çoğunlukla eve girmesiyle beraber, kadınların gerçekten bir o söylediğim çift kurumluluk, yani ev ve iş sorumluluğu birlikte yürüdüğünde ciddi anlamda bir sıkıntı yaşandı, zorluk yaşandı, sorumlulukları arttı. (...) İş hayatından düşenler oldu, olmadı değil. ”

(Özel Sektör, İnsan Kaynakları, Yönetici)

“ Yani pandemi aslında bir eşitsizlikte bir kadın ve erkek konusunda bir uçurum açtı. Pandemik eşitsizlik dedik hatta ona. Bu uçurum açtı bence. Kadınların sorumlulukları çok arttı kadının evden çalışıyor olmasının getirdiği avantajlar kadar dezavantajlar var. ”

(Özel Sektör, İnsan Kaynakları, Yönetici)

“ Özellikle pandemi döneminde bu çok çok daha ön plana çıktı. Çünkü daha öncesi, iş alanı ve ev alanı olmak üzere hepimizin bir kadın olarak başlığı vardı. Şimdi pandemi döneminde kadının statüsüne çok önemli değişiklikler meydana geldi ve bütün sorumluluklar birbiriyle karıştı diyebiliriz. Dolayısıyla bunların üstündeki sorumluluklar çok arttı ve evdeki sorumlulukların, çocuklara bakımı, yaşlı bakımı sebeplerden dolayı ilk işinden vazgeçecek olanlar kadınlar oldu. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Kadınların zaten yani daha yüksek olan bakım rol ve yüklerini daha da arttırdı. Evden eğitim, işte aile bireylerinin evde olması, 3 öğün yemek yenmesi. Ee risk olarak düşünülerek hijyenin daha çok artırılması, sağlıkla ilgili önlemler alınması. Hep daha çok kadınların yükü olarak algılandığı için hani böyle yedi yirmi dört mesailere dönüştü. Evden çalışma fırsatı olan kadınlar için. ”

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

Yönetici pozisyonunda olan kadın katılımcı, toplumsal normların biçimlendirdiği algılardan kaynaklı yaşadığı zorlukları şu sözlerle ifade etmekte;

“ Beni kontak olarak görmüyor. Yani kadını kontak olarak kabul etmiyor. Ben artık aramaktan da vazgeçtim mesela. Benim başka bir çalışanım var erkek. Ona arattırıyorum. Erkekle konuşmuş, erkekle iş yapmış. Öyle çok sert algıların olduğu yerler var. (...) “Yönetici misin? Nasıl oldun? Nasıl geldin? Nasıl yaptın?” gibi. O duvar mutlaka bir gün bir yerde karşınıza çıkıyor. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Yani sadece şeyi çok duyuyoruz hani, genel olarak bizim firmaya gelen “Aaa ne kadar çok kadın yönetici var burada, bu kadar kadından bu kadar başarı, vav.” falan diyor da. O bir yandan övgü mü sövgü mü, onu bazen çok ayırt edemiyorum hani. Övüyor ama bir yandan da alt perdeden de şey diyor “Bu kadar kadın nasıl başarı olabilir?” gibi bir söylem de var içerisinde. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Sanki kadın olduğumuz için belirli bir pozisyona ulaşmak için daha fazla bir efor sarfetmemiz gerekiymiş gibi, bir algım gençlikte vardı. Ama zamana ilerledikçe gördüm ki, tabii bu sanayinin dönüşümüyle de ilgili, o kafalarımızın dönüşmesiyle de ilgili olabilir. Şu an bakıyorum kadınlarımız her pozisyona gelebilir. ”

(Sivil Toplum, Otomotiv)

“ Böyle bir muhafazakârlığın da etkisi var bence. Çeşitli iş kollarındaki o cinsiyet yoğunluğunu belirleyen giderek fazla biçimde muhafazakarlığın etkisi olmaya başladı. Eskiden böyle değildi. ”

(Sivil Toplum, Toplumsal Cinsiyet)

Ayrıca kadınlarda gerek toplum yapısı gerek kadınların daha geçici pozisyonlarda işe başlıyor olmaları ile ilişkilendirilen özgüven eksikliği ve inisiyatif almaktan çekinmesi, dolayısıyla kendi kendilerine bir engel koydukları görüşmelerde altı çizilen konulardandır. Bu kapsamda motivasyon yaratmak ve beceriyi artırmak önemsenmektedir.

“ Daha az eğitilmiş, daha az becerili, daha giriş düzeyindeki pozisyonlarda mavi yakalı işlere giren kadınlar için, zaten çalışma hayatına ilişkin büyük bir vizyon, bir ilerleme perspektifi olmuyor. Daha eğreti pozisyonlarda giriyorlar, daha geçici olacaklarına inanabiliyorlar ya da toplum zaten böyle bir beklenti içerisinde olup bu şekilde yönlendirebiliyor. Dolayısıyla orda bir motivasyon yaratmak hem beceriyi arttırabilmek hem bir kariyer perspektifi kazandırabilmek kadınları çok önemli. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Kadınları kendisine aday göstermekte, işte bir role talip olmakta, el kaldırmakta yeteri kadar özgüvenli davranmadıklarını düşünüyorum. Kendi kendilerine engeller koydukları durumlarda olabiliyor. ”

(Özel Sektör, İnsan Kaynakları, Yönetici)



“ Kadınlarımızda gördüğüm erkekler daha cesur, galiba kadınlar biraz daha temkinli hareket ediyor. Dolayısıyla işte bir pozisyon boşaldığında ya da kendini oraya laik göremeyebiliyor, ya da özgüven eksikliği de demek istemiyorum. Şöyle de bir tezim oluyor. Kadınlarda mükemmeliyetçilik var. Dolayısıyla mükemmel yapmak istediği için o görevi kendisinin mükemmel yapamayacağı düşüncesi ile beklemeye geçiyor. O zamanda cesaret edemediği için, üst pozisyona farklı işçiler ya da diğer adaylar geçiyor. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

Mevcut durumu genel olarak ele almak gerekirse toplumsal normların belirgin şekilde iş hayatını da biçimlendirdiği görülmektedir. Ayrıca kadınların iş hayatında yaşadıkları başlıca sorunlar cam tavan sendromu etkisi³ ve önyargılardır.

Mevcut durumda pandemi etkisi incelenmesi gereken bir alan olarak görüşmelerde ele alınmış kadın ve erkeklerin pandemiye farklı deneyimlediği, kadınların dezavantajlı konumda olduğu görülmüştür.

Otomotiv sektörü özelinde değerlendirildiğinde ise erkek egemen sektör algısı başlıca sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. İnsanların belirli bir ırk, yaş ya da cinsiyete sahip olmaları nedeniyle kurumlarda belirli işlerde belirli kademelerden daha yüksekte bulunamamasına cam tavan ya da dikey katmanlaşma adı verilmektedir. (WEPs)

İyi Örnekler ve Başarı Kriterleri

İş dünyasında öncelikli sorumluluğun liderlerde olması gerektiği ve söylemlerle ile eylemlerin birbiriyle tutarlı olması gerektiğinin altı çiziliyor. Kadın istihdam oranlarının yanıltıcı olabileceği ve aslında bakılması gerekenin kadınların hangi pozisyonlarda olduğudur. Mavi yaka pozisyonlarında çalışan kadınlar ise işini kaybetme olasılıkları daha yüksek olan kesimdir.

“ İş dünyasında nerden başlamak gerektiriyor? İş dünyasının dünyasındaki liderlerin önce aksiyona geçmesi lazım. Liderlerin, kendi kurumlarında bu dönüşümü sağlamak için adımları atması gerekiyor ve bunları hakikaten söylemlerle, eylemin birbiriyle tutarlı olduğu şekilde yapmaları gerekiyor. Yani bu ün pek çok şirketin birtakım uygulamalar yaptığını, kadın istihdamını arttırmak adına veya arttırdığını söylediklerini veriler yayınladığını görüyoruz. Ama bunun bir kurumun bütün unsurlarına yayılmış şekilde yapılması gerekiyor. Yani bugün işte bir kurum çıkıp, bizim çalışanlarımızın %80'i kadın dediğin de o kadınların hangi pozisyonlarda çalıştığına bakmak lazım. Yani tamamı önemli bir kısmının mavi yakalardan oluşan bir grupsa, özellikle günümüz koşulları içerisinde bu insanların dönüşümü, teknolojik dönüşümü bundan birkaç yıl sonra çok yakın bir gelecekte işlerini kaybetmeleri çok olası. Dolayısıyla burada ciddi bir işsizliğe de neden olabilecek bir durumdan söz ediyoruz. Dolayısıyla sadece mavi yaka değil, yönetim seviyesinde, yönetim kurulu seviyesinde de kadın istihdamını destekleyecek kararlar almaları ve bunları uygulamaları gerekiyor. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Bu konu aslında çok boyutlu ele alınması gereken bir konu ama hani bu işin 1. Adımı liderlikle, yani organizasyonun en tepe yöneticisi. Bu yönetim kurulu olabilir, genel müdür olabilir, işte hissedar olabilir. Yani yapısına göre şirket ve kurumun değişebilir. Ama en nihayetinde mutlaka bir liderlik, bir istek, bir dirayet gösterilmesi gerekiyor. Burada ben kadının sayısını bu kurumda arttıracam, arttırmak için gereken politikaları belirleyeceğim ve bunların takipçisi olacağım, diyen bir yönetime mutlaka ihtiyaç var. ”

(Özel Sektör, İnsan Kaynakları, Yönetici)

Uygulama geliştirmeden önce dikkat edilmesi gereken nokta ise şirket içi analizlerin iyi yapılması ve çalışanların cinsiyet, departman, pozisyon dağılımı gibi verilerin biliniyor olması olarak gösterilmektedir. Veriler ışığında geliştirilen uygulamaların sürdürülebilirliği ve istikrarı, toplumsal cinsiyet eşitliğinin işyeri kültürü olarak içselleştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bunların yanında işyeri kültürünün kapsayıcı olması, taciz ve şiddete sıfır tolerans politikasının etkin bir şekilde uygulanması kritik noktalardandır.

“ İş yeri düzeyinde yapılacak çalışmalar söz konusuysa, muhakkak bir analizden yola çıkılması.

(...) Yani şimdi bir kere fotoğrafını çekmek gerekiyor, kadınlar nasıl dağılıyor organizasyonda, erkekler nasıl dağılıyor? Sonra nasıl hareket ettiklerine bakmak gerekiyor sonra eğitim programlarından kadınlar ne kadar yararlanıyor, erkekler ne kadar yararlanıyor?

İşte yani doğum izninden sonra ne kadar kadın geri dönüyor? İşine dönüyor ama eş değeri olan bir erkeğe kariyer şeyi mobilitesi ne kadar etkileniyor? Ne yönde etkileniyor etkileniyor mu? Buna ilişkin hani özel bir program uygulanıyor mu? İş yeri kültürleri dışlayıcı mı cinsiyetçi mi şey değişik düzeylerde kullanılan dil kadınları yabancılaştıran bir dil, mi dışlayan korkutan bir dil mi? Taciz şiddet konusunda böyle 0 tolerans politikası yeterince kuvvetli bir şekilde uygulanıyor mu? İş yaşam dengesi politikaları çok önemli yine. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)



“ Sürdürülebilirliği olan. Şirketin içerisinde bu işi sürdürülebilir bir şekilde, kendi başına bunu yapabilecek politikaların yerleştirilmesi, adapte edilmesi ve şirketin bunu içselleştirip devam ettiriyor olması. Bu yapılmadığı sürece dışarıdan getirdiğimiz eklemeler yok oluyor. Bundaki başarılar tamamen aslında şirketin bunu kendi kültürünün bir parçası haline getirmesine bağlı. Kadınların güçlenmesi için şirketlerde yapılan çalışmalarda gene toplumsal cinsiyet eşitliği bakış açısı gözetilerek yapılan eğitimler, beceri geliştirme eğitimleri vesaire yapıldığında bunları pazarın ihtiyaçlarına göre değil de bu tarz bir analize bakmadan yapılan çalışmalar başarısızlığa mahkûm oluyorlar. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Bence en önemli şey sürdürülebilir olması. (...) Bu ülkedeki metal sektöründeki algıları da değiştiremem ama ben bir hani, o eğitimin, o fabrikada sürdürülebilir olmasını sağlarsam, o istekliliği yaratabilirim bence çok değerli. ”

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

“ Bunların hepsi %99'u tepeden inme projeler. Yani oturduğunuz yerden çok güzel proje yaparsınız, yazarsınız ama sahadaki bilgiyi veriyi almadıktan sonra o projenin ne başarısı ne de verimliliği olabilir. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

Şirketlerde sadece yapısal değişimler değil algı değişimlerinin de yaşanması gerektiğine değinilmektedir. Daha önce bahsedildiği üzere, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması amacıyla hayata geçirilecek uygulamaların içselleştirilmesi, otomotiv sektörünün erkek egemen bir sektör olduğu ile toplumda kadına biçilen rollere dair algı değişimi ile mümkün olacaktır. Hedeflenen algı değişiminin yaşanması için şirket içi toplumsal cinsiyet eğitimi verilmesi, beraberinde farkındalık çalışmaları yapılması değerli görülmektedir. Bir katılımcı, bir şirkette yapılan toplumsal cinsiyet eğitimleri ve farkındalık çalışmalarını örnek göstererek bu anlamda yapılan uygulamaların olumlu sonuçlandığına dair deneyimlerini paylaşmaktadır.

“ Şu anda X'de çalışmış olup da toplumsal cinsiyet eşitliği almayan herhangi bir çalışan söz konusu değil. Yeni işe girenler için de toplumsal cinsiyet eşitliği ve WEPS ilkelerini içeren mini bir eğitimimiz var ve bunu oryantasyon formunda adapte ettik. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Kadın işi, erkek işi değil, aslında bütün söylemlerimizde cinsiyetsiz bir yaklaşımı benimsememiz gerektiği. Sonuç olarak biz dilimizde bir dönüşüm yapmamız lazım, bununla ilgili hakikatten tüm söylemlerimizde eril bir yaklaşım var. Oradan kurtulmamız lazım. Elinin hamuruyla karışma işe gibi atasözlerimiz bile var yani kadınlarla ilgili. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

“ Bir şirket üzerinden gidildiği zaman aslında tabii ki algının değişmesi gerekiyor. Ve temel toplumsal cinsiyet eğitimlerine yani. Oradaki mavi yakadaki en yeni başlayan, en kıdemli çalışandan beyaz yakadan en üst çalışana kadar birazcık toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik algılarının hem incelenmesi gerekiyor. Çünkü bilmiyoruz. ”

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

“ Şirketlere şunu söyleyebilmek gerekiyor, bunu anlamaları lazım bence, kadınların ve erkeklerin eşit haklara, imkanlara, fırsatlara sahip olduğunu bilmeleri gerekiyor. Bu anayasal bir ödev. Elbette ki bunu devlet kurumlarıyla sağlamak zorunda ama devlet kurumlarıyla sağlarken de aynı şekilde hem özel sektörün hem kamunun tüm tarafların sivil toplumun, üniversiteler olur, yargı da olur, bütün taraflarda bu eşitliğin yaşama geçmesine yönelik birtakım stratejilerin belirlenmesi gerekiyor. ”

(Kamu, Uzman)

Bir başka katılımcı ise şirketlerinde mevcut ya da yeni başlayacak tüm çalışanlar için toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimi verdiklerine değinmektedir.

“ X otomotiv sektöründe bir firma. Erkek egemen bir sektör, erkek egemen bir firma. Öncelikle uzun soluklu toplumsal eşitliği eğitimleri veya bir farkındalık çalışmaları yapıldı. Sonra şirketten gelen talepler doğrultusunda işyerinde şiddet ve tacize sıfır tolerans yönünde farkındalık çalışmaları yapıldı. Bir politika belgesi kabul ettiler. Kadın çalışanları neredeyse yoktu, şimdi kadın çalışanları arttırdılar. Onları güçlendirmek istiyorlar. ”

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)





Toplumsal cinsiyet eşitliği sağlanması konusunda örnek gösterilen uygulamalar sivil inisiyatiflere dahil olma, mentorluk programlarının oluşturulması, kadınlar için beceri eğitimlerinin çeşitlendirilmesi ile kadınların mühendislik, sanayi ve imalat alanlarında eğitim almaları teşvik edilmesi ve bu alanlardaki eğitim / meslek kurslarının artırılması üzerinden şekillenmektedir. Kadınların sanayi alanında nitelikli eğitime ulaşmaları ve çalışma hayatında yer alması ile cinsiyet eşitliği anlamında güçlü adımlar atılması beklenmektedir. Mentorluk ve mesleki eğitim uygulamaları bu anlamda etkili görülse de daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere kültürel bariyerler ile algıda değişim sağlanmadıkça kadınların tam temsiliyeti mümkün görünmemektedir.

“ İŞKUR'un düzenlediği özellikle sanayi ve imalat sektörlerinde düzenlediği meslek edindirme kursları ya da aktif iş gücü programlarında kadın kursiyerlere ya da stajyerlere yönelik bakım destekleri vesaire verdiğini görüyoruz. Tamamen farklı bir alana çekmeye çalışıyor, işte imalat sektörüne girilsin, sanayi sektörüne girilsin gibi. ”

(Kamu, Uzman)

“ Birçok inisiyatif var artık. Yani bu inisiyatiflerin haritalanması ve bunlara dâhil olunması çok önemli. İş dünyası aile içi şiddete karşı platformu var. X'in yürüttüğü ana akımlaştırma programları, bizim yürüttüğümüz programlar var. Birçok, birçok şey var platform var. Kadın mentorluk ağları var. (...) Mentorluk ve sponsorluk kadınları, liderleri yetiştirebilmek için en etkili mekanizmalardan bir tanesi. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Öte yandan çok fazla sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştiriliyor mesela işte kız çocuklarının daha fazla meslek okullarını tercih etmelerine yönelik ailelerine de üzerine düşülen bir sürü sosyal sorumluluk projeleri var. ”

(Sivil Toplum, Otomotiv)

“ Lise düzeyinde, üniversite düzeyinde, kız çocuklarının mühendislik bölümünde güçlenmesine yönelik çeşitli faaliyetler var. Burada mentorluk programları, öğretmenlere yönelik eğitimler şeyler, burs programları aynı zamanda gibi gibi daha sayısı da arttırılabilir aslında. Yumuşak ve sert becerilerin geliştirilmesine yönelik eğitimlerin sağlanması vs gibi. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Kadının orada eşit temsiliyetini sağlamak için mevcuttaki yapısal, kültürel bariyerleri ortadan kaldırmadan eşit sonuçlara erişmek de mümkün olmuyor. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

“ Şirket diyor ki 3 sene sonra benim diyor burada %30 oranında yönetici kadın olacak, kadın çalışanın olacak ama şu anda %5. Nasıl başaracaksınız işte yükseltme politikalarıyla, yani yükseltme politikası ama eğitim politikası değil, içinde mentorluk yok, işe alımla ilgili değil yani hatada yapabilirsiniz. Orda şey çalışanlar arasında adalet duygusunu da zedeleyebilirsiniz. Israrla hani bir kadını yükseltmeye çalışıyorsunuz ama gerekli bütün çalışmaları yapmıyorsunuz o arada, arka plan çalışmalarını yapmıyorsunuz. O zaman işte şey diyebiliyorlar, erkeklerinde hakları var, yani artık kadın kadın bıktık falan gibi geri bir noktaya düşürebiliyorsunuz insanları. Bunlardan muhakkak bence şey yapmak gerekiyor kaçınmak gerekiyor. Politikalar, hedefler çok önemli. Hedef koymak çok önemli ama onu destekleyecek politikalar koymak çok önemli. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

Örnek uygulamalar olarak ise, şirket içinde mobbing ve tacize karşı politika belgesi oluşturmak, babalık programları, babalık izni, eşit işe eşit ücret politikaları ve bilinçlendirme çalışmaları gösterilmektedir.

“ Mobbinge tacize uğradıklarında kadınların başvurabilecekleri bir içsel mekanizma var mı kurum için, mesela bu çok yaygınlaşmaya başladı Dünya’da, Türkiye’de de yaygınlaşmaya başladı, bize çok başvuran var biz bir mobbing ve taciz şeye politika belgesi oluşturmak istiyoruz bize bu konuda danışmanlık yapar mısınız diye özellikle sendikalar bunu yapıyorlar ve sendikalar kendi iş kollarındaki iyi şeylere bu konuda eğitim veriyorlar. Bilinçlendirmeye çalışıyorlar. Bu çok güzel bir şey bu konuda aylardır eğitim veriyoruz çeşitli sendikalara ki sendika temsilcilere içerdeki çalışanlara böyle bir düğümden nereye başvurabileceklerini, nereden rapor alabileceklerini ne gibi hareketlerin taciz şiddet mobbing sayıldığını anlatıyorlar. ”

(Sivil Toplum, Toplumsal Cinsiyet)

“ Erkeklerin ev içerisinde katkılarının artırılması yönelik rol dönüşümlerini şey yapan hedefleyen programlar. Babalık programları mesela çok başarılı buluyorum. Bunların uygulanması çok önemli, sorumlu babalık programları. Babalık iznine yönelik hani yenilikçi uygulamalar, işyerinde kendi inisiyatiflerinde gelişebilecek.

Bütün bunların hepsi çok önemli, ücret meselesi çok önemli. Ücret eşitliğinin mutlaka doğru yorumlanması, doğru uygulanması çok önemli. ”

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)



“ Öncelikle insan kaynakları politikalarımızı bu platform altında güncelledik. Bunun öncesinde ama bir üst yönetimin desteği çok kıymetli dediğim o destekten bahsedeyim, B eşitlik taahhütnamesi yayınladık burada 8 tane madde var. Ve bu maddelerin hepsi gerek performans tarafı gerek eğitim tarafı gerek ücret tarafı, gibi farklı farklı alanlarda fırsat eşitliğine ve kadın erkek rollerini tüm eşitlik mekanizmalarını desteklediğimizi söyleyen maddeler oldu. Ve tüm bu maddelerin altına da hem grup CEO’muz hem de grup şirketlerimizin genel müdürleri imzalarını attılar (...) İş ve çalışma ortamının kapsayıcı çözümlerle ilgili çalışmalar yapıldı. Burada da kadınlara özellikle doğum konusunda bir doğum yardımı, babalık izni. Şu an üzerinde çalıştığımız süreç konumuz var. Üç grup şirketimiz, kredi ile çalışanlarına destekte bulunuyor ve bunu daha da yaymak için çalışmalar yapıyoruz şu anda. Hakka yönelik çözümler arasında bunları söyleyebilirim. Doğum izinlerini yıllık izinlerle beraber kullanabilmek gibi biraz daha kadın çalışanları özellikle rahatlatmaya yönelik hani çalışmalar. Çalışma ortamının düzenlenmesi, işte süt emzirme odalarının yapılması. Çalışma kıyafetlerinin ona göre kadınları da düşünerek tasarlanması gibi bu alanda da çalışmalar yapıldı. Cinsiyet gözlüğüyle amaçladığımız biraz daha somut bir değişim yaratmak, dönüşüm yaratmaktaki aslında. Çünkü bu zamana kadar hem farkındalık çalışmaları Türkiye’de de yapılır olmuştu ama burada somut aksiyon almak gerçekten de önemli ve çok az şirket bunu yapıyor. ”

(Özel Sektör, İnsan Kaynakları, Yönetici)

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yapılacak çalışmaların başarılı olması için şirket içi politikalarda somut adım atmanın gerekliliği, şirket kültürünün dönüştürülmesi ve mentorluk programları önceliklendirilmektedir.

Paydaş Angajmanı

Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesinde en etkili araç devlet politikaları olarak görülmekte ve hem eğitim hem istihdam politikalarının oluşturulma süreçlerine toplumsal cinsiyet eşitliği konusunun yedirilmesi beklenmektedir. Ancak kamunun etki gücünün yüksek olduğu kabulü olsa da konuya temas eden tüm paydaş kategorilerinin bireysel etkisi önemsenmektedir. Bu bağlamda atılacak adımlarda iş birliği başarının anahtarı olarak görülmektedir.

“ Orada eğitmenlere ve devlete aslında daha büyük görevi düşüyor bunları çocuklara aşılacak için. Bu işte eğitim politikalarıyla olabilir, basılı görselli yayınla olabilir (...) Yani işte bu dediğim gibi çift taraflı, sadece devlet, yani sadece devletin yapacağı bir şeyde de çok kısıtlı kalınacaktır. Sadece özel kuruluşların yapacağı şeylerde de çok kısıtlı kalacaktır. Hani devlet tarafı zaten ayrı siyasi kararlar beraberinde işte, yasalar da gerektirdiği için belki onu şu noktada bir kenara ayırmak gerekiyor. ”

(Özel Sektör, Yönetici)

“ Tabii ki kamuya çok önemli bir görev düşüyor. Çünkü uygulamaları, yasal düzenlemeleri daha doğrusu uygulama noktasında onların rolü veya yapabilirliği özel sektöre göre daha fazla. Yani bu yüzden kamunun da böyle bir görevi var. Kamunun da mevzuatları, uygulama bu regülasyonları, gerçekten sadece kâğıt üstünde kalmadığı, sürece öncelikle kendi içlerinde uygulamalı sonra da bunları iş dünyasına uygulanması için de aktif olarak çalışması gerekiyor. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

“ Bunu da yani yukarıdan aşağı gelecek şekilde olması lazım ki hani bu hani devlet politikası haline getirilip buna eşitlik veya üzerini daha fazla katkılar sunulması gerekiyor. Yalnızca kurumların, iş hayatındaki kurumların üzerinde bırakılarak bu şekilde geliştirip STK'ların üzerinde bırakılıp bu şekilde geliştirip ülkeye kalkındırırım demek çok doğru bir şey değil. ”

(Özel Sektör, CEO)

“ Bir kere en temel düzeyde hükümetin söylemsel olarak istihdamda toplumsalda toplumsal cinsiyet eşitliğinde empoze etmesi lazım. Her fırsatta yani işte ne bileyim cumhurbaşkanının konuşmasından, başka bakanlar milletvekilleri bunların hepsinin bu hükümetin böyle bir eşitlik fikrini inandığını her fırsatta dile getirmesi gerek. ”

(Sivil Toplum, Toplumsal Cinsiyet)

“ Elbette ki planlama aşamasının her safhasında ilgili tarafların görüşlerinin alınması çok önemli. Bir şeye karar verilirken siz tek başınıza bakanlık olarak ya da hani bütün bakanlıkların ve kamu kurumlarının merkezi Ankara'dır ama sadece Ankara'dan bakarak bu işi yapamazsınız. Yerele de gitmeniz lazım. Yereldeki tecrübenin bir şekilde size gelmesi lazım. Bunun için önemli koordinasyon mekanizmalarımızın olması lazım. ”

(Kamu, Uzman)

Paydaşların etkilerinin neler olabileceği incelendiğinde ise özel sektörün iletişim gücü ve istihdam yaratma fonksiyonu üzerinde durulmaktadır. Özel sektörün özellikle genç kuşağa ulaşmadaki gücüne değinilerek geliştireceği sosyal sorumluluk projeleri ile inisiyatif alması beklenmektedir. Ayrıca istihdamın büyük kısmının bulunduğu özel sektörün 'itici güç' rolünün de olduğuna değinilmektedir.

“ Özel sektörün çok önemli bir gücü var bu noktada. Hani iyi bir iletişim gücü var. Özellikle genç kuşağı etkilemek anlamında, şu an her şey görsel gittiği için, yani önemli bir güç bence bu dolayısıyla bu dönüşümde bence lokomotif görevi görmeli markalar. Bu noktada hani politika geliştirerek, bunu da iyi bir iletişimle anlatarak açıkçası. Hem de dediğim gibi bir sosyal sorumluluk tarafı da olmalı da işin. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

“ İstihdamın çok büyük bir kısmı özel sektörde. Dolayısıyla iş dünyasının itici güç olması lazım. İş dünyasının yapacağı uygulamaları, yine bizim gibi çeşitli toplum örgütleri eliyle, onların vasıtasıyla, kamuya da iyi uygulama örneği olarak paylaşması, buradaki uygulamalar için görüş bildirmesi, kamuya bu konu destek vermesi önemli. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

“ Ama dediğim gibi herkesin, her kurumun ayrı ayrı proje yapması yerine, kurumların birleşerek belirli illere odaklanmasını daha fark yaratacağına inanıyorum. ”

(Özel Sektör, Yönetici)



Sivil toplum kuruluşlarının hedef kitleye ulaşma konusunda önemine değinilirken sendikalar hem işçi hem işveren tarafı için önemli paydaş olarak görülmektedir. Sivil toplumun bir diğer görevi özel sektör ve kamu arasında köprü görevi görebilecek kuruluşlar olarak görülmesidir.

““ Sivil toplum kuruluşları özellikle kadınlara ulaşma noktasında çok faydalı oluyor. Çünkü sizin ulaşamadığınız bir kitleye, özel bir kitleyse eğer sivil toplum kuruluşları aracılığıyla kolay bir şekilde erişebiliyorsunuz. Keza sendikalar yine hem işçi hem işveren tarafı olmak üzere önemli bir paydaş. Kesinlikle bu konuya ilişkin görüşünün alınması gereken taraf olduğunu düşünüyorum. Bununla birlikte tabii bir yandan da işin akademik boyutunun da düşünülmesi gerekiyor. Onların da akademisyenlerin de özellikle Türkiye’de çoğu üniversitede kadın sorunları araştırma ve uygulama merkezi olarak KASAUM’ları diyeyim yer aldığını biliyoruz, hemen hemen tüm illerimizde var. ””

(Kamu, Uzman)

““ Kamu tarafı da çok önemli. Bu noktada çalışan bir sürü sivil toplum kuruluşu elbette var ama bu sivil toplum kuruluşları belki biraz markalarla kamu arasında köprü görevi de görüyor aslında. Tabii tek başına kimsenin önderliğinde de olacak değil tabii ki iş birliği burada çok önemli.

Yani hem kamunun hem özel sektörün hem NGO burada iş birliği içerisinde bu işi yürütmeleri gerekiyor ve bu şekilde aslında bir dönüşüm sağlanabilir diye düşünüyorum. ””

(Sivil Toplum, Kalkınma)

Sendikalar ise, sadece çalışma yaşamına ilişkin bir örgüt olarak görülmemekte aynı zamanda çalışanların aile ve sosyal hayatları ile de ilişkili görülmekte olup yapılacak çalışmalarda iş birliği kurulması gereken paydaşlardan biri olarak ifade edilmektedir.

““ İşletmede örgütlü sendikalar varsa onları her zaman işin içine dâhil etmek gerekiyor. Çünkü sendika sadece çalışma yaşamına ilişkin bir araç değil, ayrıca o örgüt çalışanların işte sosyal hayatlarını, aile hayatlarını, günlük pratiklerine çok ilişkili bir yapı.

Onun dışında mesela işletme örgütlü bir sendika varsa cinsiyet eşitliği konusunda çalıştığı zaman, sendikayı kesinlikle işin içine dâhil etmeli. Hatta mümkün olduğunca yani sendikaların hepsinde yok ama kadın rol modellerine, onların da başarabildiğini göstermek amacıyla kadın çalışanlarla ve erkek çalışanlarla bir araya getirmeli (...) TÜSİAD, TÜRKONFED büyük işveren örgütlerini, birliklerini katmak gerekir. ””

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

““ Fakat biz bir de şunlarla çalışıyoruz, bu çok kıymetli meslek örgütleriyle mesela odalar birliği, barolar birliği, tabipler odası. Tabipler birliği meslek örgütlerini kendi iş kollarında insanları güçlendirebilecek çalışmalar yapması lazım ki, yapıyorlar. Özellikle barolar birliği bu konuda çok iyi tabipler birliği çok iyi ve odalar birliği.

Çok şey bu mimarlık mühendisi fakat görüyoruz ki burada da beyaz yakalılar, mavi yakalılar olunca sendikalarla yükselebilir. ””

(Sivil Toplum, Toplumsal Cinsiyet)

Kurumlar ön plana çıkarılıyor olsa da bireysel çabaların da göz ardı edilmemesi gerektiği toplumun da bir paydaş olarak ele alınması gerektiği dile getirilmektedir. **Toplum tarafından gösterilecek çabanın önemi bir katılımcı tarafından şu sözlerle aktarılmaktadır:**

“Burada tabii şey tarafı da önemli, yani hani toplum tarafından da böyle bir talebin geliyor olması da önemli. Aslında bireysel çaba da bence önemli onu da yansıtmak lazım.

Yani siz bireysel olarak bu tip hassasiyetleri olan kurumları tercih ettiğinizde, daha çok teşvik etmiş oluyorsunuz aslında diğer kurumları da bu yönde. Yani bir iş birliği içerisinde gitmesi gereken bir süreç olduğuna inanıyorum ben.”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

Farklı uzmanlık alanlarından katılımcıların yapılacak çalışmalarda inisiyatif alması gereken aktörler konusunda benzeşen fikirleri olduğu görülmektedir. Katılımcılar paydaş kategorilerinin önemini ayrı ayrı vurgulasa da başarılı olma kriteri olarak farklı paydaşların bir araya getirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. İş birliği aynı zamanda yapılacak çalışmaların etkililiğini ve sürdürülebilirliğini artırıcı bir faktör olarak da değerlendirilmelidir.

Gelecek Tahayyülleri

Katılımcıların toplumsal cinsiyet eşitliği ve fırsat eşitliğine dair gelecek tahayyüllerine yer verildiği bu bölümde aynı zamanda şirketlerde fırsat eşitliği/toplumsal cinsiyet eşitliği sağlandığı takdirde şirketlerin yaşayacağı kazanımları ve değişimleri nasıl tarif edebileceğimiz üzerinde durulmuştur.

Türkiye'nin bir dönüşüm aşamasında olduğu kanaati, görüşmelerde sıklıkla dile getirilmiştir. Toplumsal cinsiyet eşitliği/fırsat eşitliğine dair hem toplum hem iş dünyası daha fazla düşünür, konuşur olmuş ve konu üzerinde farkındalık düzeyi artmıştır. Dönüşümü sağlamak için ise başarı örneklerine ihtiyaç duyulduğunun altı çizilmektedir.

“Türkiye şu an bir kabuk değiştirme aşamasında ve bu dediğim önümüzdeki dönemlerde daha fazla bu konular üzerine eğilen ve daha fazla bu konuları tartışan ve kadının yalnızca evde değil hem iş hayatında hem de ekonomiye katkı sağlayan birey olarak ilerleyeceğini düşünüyorum.”

(Özel Sektör, CEO)

“Ankara'dan diyeyim işte bakanlık merkezinden izleyebildiğim kadarıyla toplumsal farkındalık artıyor, daha da artacaktır ilerleyen zamanlarda. Ama bu dönüşümü sağlayabilmek, hızlandırabilmek için böyle projelere özellikle başarı örneklerine ihtiyacımız var Türkiye olarak. İşte sizden çıkacak analiz doğrultusunda geliştirilecek yeni yeni işler tüm sektörün, en azından sizin sektörünüzün ivmesini bir anda bu tarafa çekebilir. Bu ekstradan bir ivme sağlayacaktır diye düşünüyorum.”

(Kamu, Uzman)



““ Yani çok umutsuz değilim. Bir dönüşümün içindeler ve aslında bir yandan toplumsal cinsiyet eşitliğine çok dönük yüzümüz olmadığı bir dönem de şirketlerin istekliliği de hani bence gözle görülür. ””

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

Şirketlerde kadın istihdamının artışı ile şirketlerin yaşayacağı dönüşümlerin başında şirket verimliliği gelmektedir. Katılımcılar kadın istihdamının verimliliğe etkisine dair deneyim ve gözlemlerini şu şekilde aktarmaktadır;

““ Fırsatı verilmesi, kadınlarımıza fırsat verilmesini istiyoruz. Yani eşitlik dediğimizde kadın erkek eşitliğinden bahsetmiyoruz. Çünkü kadınlara fırsat verildiğinde ne kadar fark ürettiklerini işletmelerin performanslarının bilançolarına nasıl yansıdığını her birimiz deneyimleyerek gözlemliyoruz. ””

(Özel Sektör, Yönetici)

““ Bizim gördüğümüz ve de başkalarının deneyimlerinden öğrendiğimiz; kadın dostu ve eşitlikçi şirketlerde, net olarak şeyin personel verimliliğinin, ayrıca yaratıcılığının, ayrıca katılımının, katılımı gelen aslında yaratıcılığın aslında yaratıcılığının hani çok yükseldiği dolayısıyla bunu da elbette şeyin şirketin bütün KPI'larına da yansıma bulduğu yönünde. Bu çok önemli. Yani personelin memnuniyetine ilişkin, her türlü şeyde göstergede yine iyileşme muhakkak görürsünüz. ””

(Uluslararası Kuruluş, Uzman)

““ Hem çalışanın bağlılığı artıyor bir kere. Cirosu artıyor. İş bırakma oranları düşüyor, kadın çalışanların dâhil olması ve aman da doğum yapınca işimi kaybeder miyim, kaygısıyla çalışmamasıyla. Yani gerçekten hani şirketlerin karlılığının arttığını görüyoruz. ””

(Uluslararası Kuruluş, Yönetici)

““ Kadın istihdama katıldığı zaman, para kazanmaya başladığı zaman onu çocukların eğitimi için kullanıyor örneğin ve daha fazla harcama yapıyor. Ama bu şeyle ilgili yani ekonomiyi canlandırmasıyla da ilgili. O yüzden kadın istihdamının artması gayrisafi yurtiçi hâsıla da olumlu bir payı var. Yapılan araştırmalar eğer kota konursa, kadın istihdamıyla ilgili başarılı da olunabileceğini gösteriyor. Örneğin halka açık şirketlerin yönetim kurulunda %25 kadın olma zorunluluğu var ama bu uygulanıyor mu, uygulanmıyor mu o konu önemli. Aslında mevzuatlarda yapılan değişikliklerin, düzenlemelerin uygulamaya nasıl yansıdığını da takip etmek lazım. %30 Kulübü diye bir kulüp var. Aslında yönetim kurulunun %30'unun kadın olması durumunda şirketin daha başarılı olduğu gösteriliyor orda da. Bir de yani kadınların konuya, her konuya bakış açısı biraz daha kapsamlı, biraz daha empatik yaklaşıyorlar. Dolayısıyla üst düzey kadın sayısının artması, şirketlerin de daha başarılı olmasını sağlıyor. Özellikle kadın CEO'lar tarafından yönetilen şirketlerin daha uzun vadeli daha sürdürülebilir hem dünyaya katkıda bulunan hem ekonomiye katkıda bulunan daha farklı iş başarıları elde ettikleri görülüyor. ””

(Sivil Toplum, Kalkınma)

Teknolojik gelişmeler iş hayatında bazı değişim/ dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Dijitalleşmenin ise kadınlar üzerinde olumsuz etkileri olabilmektedir. Görüşmecilerden ikisi, mevcut iş- yapış biçimlerinin değişmesinin kadınların işlerini kaybetmesine neden olacağı düşüncelerini şu sözlerle ifade edilmektedirler;

“ Şimdi bir veri var, 2030 yılına kadar 40 ile 160 milyon civarında kadının 2030 yılında işini kaybedeceği. Yani mevcut iş yapış biçimlerinin değişmesi, dijitalleşmesi ve dönüşmesinden kaynaklı işini kaybedeceği öngörülüyor. Ya işini kaybedecekler ya da başka bir dönüşüme girip, iş hayatı içerisinde kalmaları gerekecek. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

“ Teknolojinin gelişimi ile ilgili. Şimdi kadınların özellikle vasıfsız ve rutin işlerde çalışıyor olması, istihdamdaki paylarına baktığınızda önümüzdeki 10 yılda daha kalifiye işlere geçmeleri gerekiyor ya da işini kaybetmelerine neden oluyor. Çünkü hep konuşuyoruz, robotlar aslında bu rutin işleri, vasıfsız iş gücünün elinden alıyor. Böyle bir dönüşüm zaten başladı. O yüzden kadınların meslek seçiminde daha bilim, mühendislik daha teknik konulara yönelmelerini teşvik etmek gerekiyor. Yani iş eğitimden başlıyor. O eğitim için fırsat eşitliği sağlamak, teşvik etmek kadınların biraz daha teknik konularda eğitim almasını, bunlar da devlet politikası eliyle yapılabilecek konular, ama aynı zamanda da özel sektöründe bu konulara dikkat çekmesi, özür dilerim sivil toplumun bu konulara dikkat çekmesi ve özel sektörle beraber yeni projeler geliştirmesi, politikalar geliştirmesi bu konu önemli. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

Toplumsal cinsiyet eşitliğine dayalı eşitsizliklerin ortadan kalkması için öngörülen sürenin 100 yıl olduğu söylene de, çalışanlar, bu sürenin kısalmasına dair beklentilerinin altını çizmektedir. Çalışanlar şirketlerinin aynı zamanda toplumsal fayda yaratıyor olmasını önemsemektedir.

“ Yapılan araştırmalar 100 yıldan fazla bir süreye ihtiyacımız olduğunu söylüyor, bu gapı kapatmak için. Ama 100 yılınız olmadığına göre, bir insan ömrünün yani bizlerin göremeyeceği bir şeyi istemiyoruz açıkçası o yüzden çok hızlı adımlar atılması lazım. Pandemi ne yazık ki bu konuda önemli bir gerilemeye neden oldu. ”

Bu arada Microsoft bir araştırma yapmış, 30.000 kişi üzerinde yapmış bu araştırmayı, 31 Ülkede yapmış. Çalışanların %40'ı cinsiyet ayrımı gözetmeksizin, çalışanların %40'ı iş değiştirmek istiyor.

Yani iş piyasası da bir taraftan çok hareketli, çok istifa dalgaları yaşanıyor mesela, Amerika'da olsun, İngiltere'de olsun şeye de geliyor bu dalga Avrupa'ya da geliyor. Artık herkes çalıştığı şirkette bir şey görmek istiyor, bir duyarlılık görmek istiyor. Bu çevreye duyarlılık olabilir, toplumsal ciddiyet eşitliğine duyarlılık olabilir. Artık bir amaç için çalışmak istiyor. Sadece kar hedeflerini, kar maksimizasyonu için çalışmak istemiyor çalışanlar.

Özellikle Z kuşağında da şimdi yeni istihdam piyasasına katılacak, bu konu çok önemli. Yani tüm değişimin, tüm dönüşümün bu yönde düşünülmesi lazım. ”

(Sivil Toplum, Kalkınma)

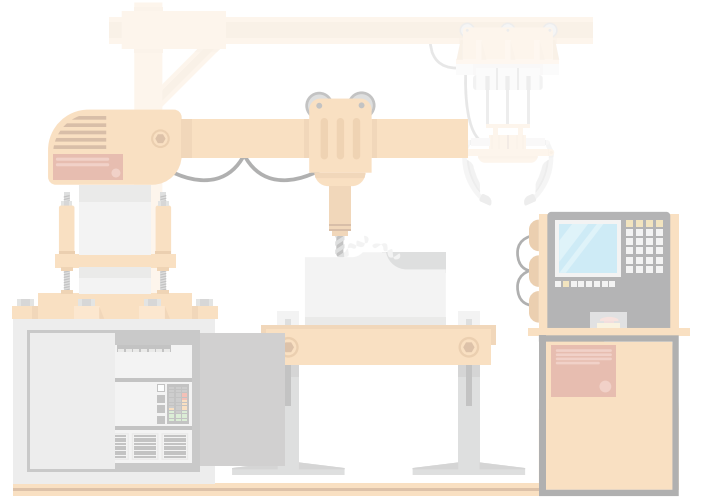


“ Şimdi sanki bizim önümüzdeki en kritik şey buymuş gibi geliyor otomotiv sanayi ciddi bir dönüşümün içerisinde.

Artık kas gücünün daha çok beyin gücüne daha da fazla dönüştüğü bir dönemi yaşıyoruz, hep beraber.

Bu dönüşüm aslında çok güzel bir fırsat. Yani biz ne kadar bunu anlatabilsek; kızlarımıza, ailelerimize ve aslında kızlarımız için de bu sanayinin çok fırsatlara açık bir sanayi kolu olduğunu anlatabilsek, bu %6 oranımızı o derece yukarı çekebiliriz diye düşünüyorum. ”

(Sivil Toplum, Otomotiv)



SONUÇ

“Fırsatı Eşitle Yeteneği Çeşitle Projesi” kapsamında yürütülen ve Otomotiv tedarik sektöründe toplumsal cinsiyeti odağına alan bu araştırma raporu; TAYSAD üye kuruluşlarının oluşturduğu bir örneklem ile otomotiv sektöründe toplumsal cinsiyet ve fırsat eşitliğine dair mevcut durumu, şirketlerdeki eşitlik politikaları ve gelecek tahayyüllerini ortaya koyarak sektörün profilini çıkarmayı ve gelişim alanlarını tespit etmeyi amaçlamıştır.

Yürütülen araştırmada, niteliksel ve niceliksel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma bir araştırma metodolojisi benimsenmiş olup TAYSAD üyesi 112 kuruluş ile anket uygulaması, kamu, özel sektör ve sivil toplum temsilcileri ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Saha çalışmasının sonucunda elde edilen veriler analiz edilmiş ve ortaya çıkan niceliksel bulgular; (1) Eşitlik Politikaları, (2) Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Algılar, (3) Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Dair Beklentiler/Gelecek Tahayyülleri olmak üzere üç başlıkta, niteliksel bulgular; (1) Mevcut Duruma Dair Algılar, (2) İyi Örnekler ve Başarı Kriterleri, (3) Gelecek Tahayyülleri, (4) Paydaş Angajmanı olmak üzere dört başlıkta incelenmiştir.

Araştırma bulgularının öncelikli olarak gösterdiği şirketlerde toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamaya dair algıların ve motivasyonun güçlü olduğudur. Ancak bu motivasyon henüz aksiyona dönüşmemiştir.

Şirketlerin %90’ı toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik çalışmaların olumlu karşılanacağını ifade etmiş olsa da belli çalışmaları olanların oranı %47’dir.

Fırsat eşitliği ve eşit işe eşit ücret politikaları şirketlerin %80’ininden fazlasında mevcut olsa da cinsel şiddete yönelik farkındalık çalışmaları düşüktür.

Benzer şekilde kadın çalışan sayısını artırmak ve daha fazla kadının terfi alması da şirketlerin daha az gündeminde olan konulardır. Bu durum toplumsal cinsiyet eşitliğinin normatif olarak sahiplenildiğini göstermektedir.

Diğer bir deyişle toplumsal cinsiyet eşitliğine dair bazı ezberlerin mevcudiyetinden bahsetmek mümkündür.

Bu durum şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliğine dair algılarının olumlu yönde değiştirse de bazı kritik meselelerin göz ardı edilmesine ve harekete geçmekten çekinilmesine de neden olmaktadır.



İşe alım süreçlerinde eşit fırsatlar sağlandığını düşünseler dahi, şirketlerin %36'sı işe alım ilanlarında bazen özellikle kadınları veya erkekleri hedeflediğini ifade etmektedir.

Çalışma hayatındaki koşullar incelendiğinde ise ayrı soyunma odası gibi fiziksel koşulların şirketlerin %90'ında mevcut olduğu görülmektedir.

Ancak anne olan çalışanlar için kreş-bakım desteği ise şirketlerin %71'nde mevcut değildir ve bu durum kritik boşluk alanlarından birini oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen bir diğer konu ise şirketlerin toplumsal cinsiyet eşitliğine dair gelecek tahayyülleri olmuştur. 5 yıl öncesi ve 5 yıl sonrasına dair öngörülerin değerlendirmesi yapılmış olup şirketlerde (%74) 5 yıl öncesine göre kadın çalışan sayısının arttığı görülmektedir.

Aynı zamanda istihdamın geleceğine dair öngörüler ise kadın istihdamının artacağı yönündedir.

Niteliksel bulgular ise toplumdaki kalıp yargıların iş hayatında kadının konumunu ve iş hayatında kadın algısını nasıl şekillendirdiğine dikkat çekmektedir.

İş hayatında kadınların üst düzey pozisyonlara erişememesi, ücret eşitsizliği, cam tavan sendromu gibi meseleler toplumsal normlarla ilişkilendirilmektedir. Bunun sonucu olarak kadınların inisiyatif almaktan çekinmesi, özgüven eksikliği yaşaması ile karşı karşıya kalınmaktadır.

Erkek egemen bir sektör olan otomotiv sektöründe bu sorun alanlarına yönelik politikaların geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Geliştirilecek projelerde başarının kriterleri olarak şirket içi analizlerin ve verilerin varlığı, iş birliği, farkındalık kazandırma yolu ile algı değişimleri ve sürdürülebilirlik olarak sıralanmaktadır.

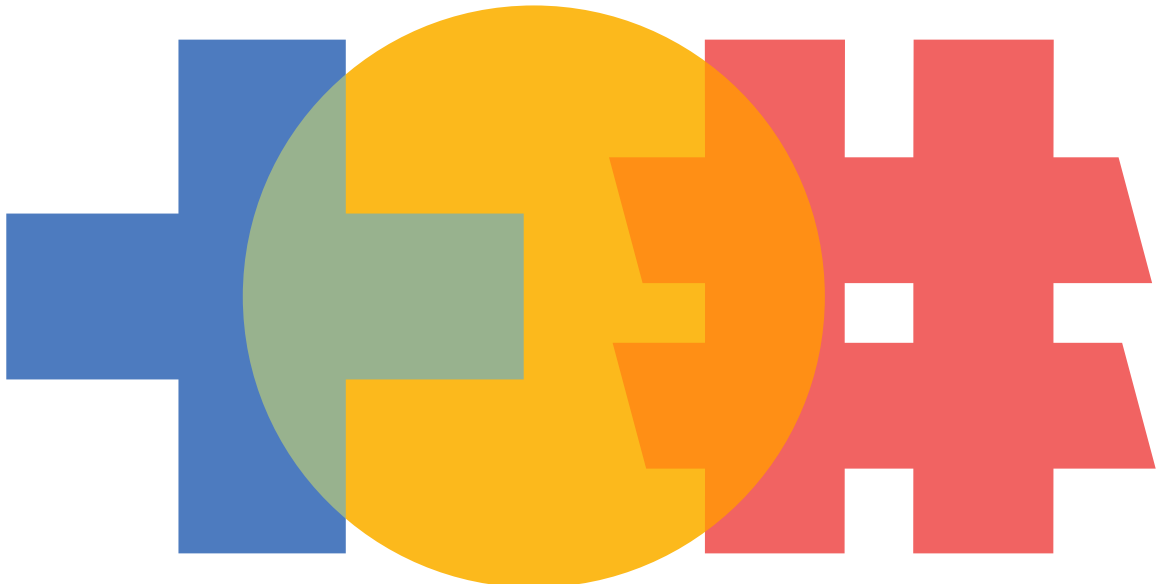
Özetle; araştırma raporu otomotiv tedarik sektöründe toplumsal cinsiyet ve fırsat eşitliğine dair mevcut durumun geçmişten daha iyi bir konumda olduğunu gösterse de özellikle algılar noktasında geliştirilmesi gereken boşluk alanları olduğunu göstermektedir.

Kadının iş hayatındaki konumunu etkileyen başlıca faktör toplumsal cinsiyet eşitliğine dair algılar olmaktadır. Özellikle bakım verme sorumluluğunun kadınlara yüklenmesi değiştirilmesi en güç algılardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Konu uzmanları ile yapılan derinlemesine görüşmelerde sorgulanan bir başka konu gerçekleştirilecek projelerin başarı kriterleri olmuştur.

Öne çıkan kriterler ise farklı paydaşları bir araya getirmek, şirket kültürünün dönüştürülmesine yönelik adımlar atmak ve mentorluk programları olmaktadır.

Hem otomotiv sektörünün hem konu uzmanlarının gelecek tahayyüllerinin olumlu olması ise gerçekleştirilecek projelerin başarı potansiyeline işaret etmektedir.



  fırsatı
 eşitle
yeteneği
çeşitle





  fırsatı
 eşitle
yetereneği
çeşitle

