

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE ÇALIŞAN KADINLARIN YAŞADIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA: BURSA İLİ ÖRNEĞİ¹

Nazmiye GÜLAY DERİCİ

Uzman

n_gulay@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-5606-4829

Ebru KANYILMAZ POLAT

Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü

ekanyilmaz@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3396-0791

Bünyamin BACAK

Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

bbacak@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1695-1866.

Başvuru Tarihi: 26/06/2022

Kabul Tarihi: 26/12/2022

DOI: 10.21441/sosyalguvence.1165506

Türü: Araştırma Makalesi

Atıf: GÜLAY DERİCİ, N., KANYILMAZ POLAT, E., BACAK, B. (2022), Alışveriş Merkezlerinde Çalışan Kadınların Yaşadıkları Sorunlar Üzerine Nitel Bir Araştırma: Bursa İli Örneği, Sosyal Güvence Dergisi, Sayı 22, s. 686-712. doi:10.21441/sosyalguvence.1165506

ÖZ

Alışveriş Merkezleri günümüzde kadınlara yeni istihdam olanağı sunan cazibe merkezleri konumuna gelmiştir. Sosyal becerilere dayalı, formal eğitim gerektirmeyen satış danışmanlığı mesleği özellikle iş bulamayan ya da yeni mezun kadınların geçici bir iş gözüyle tercih ettikleri yeni istihdam fırsatları olarak görülmektedir. Diğer yandan uzun ve esnek çalışma saatleri, yetersiz mola süreleri ve tatiller, vardiyalı çalışma gibi karakteristik özellikleri olan satış danışmanlığı mesleği kadınların geleneksel rolleri ile büyük çatışma yaratmaktadır. Çalışmada Alışveriş Merkezlerinde çalışan kadınların çalışma koşullarını tespit etmek için nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu evreni temsil etmek üzere Bursa ilinde en büyük dört alışveriş Merkezi'nde çalışan 15 kadın ile görüşme yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme

¹ Bu çalışma "Türkiye'de Alışveriş Merkezlerinde Kadın Çalışanların Yaşadığı Sorunlar: Bursa İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

formu ile toplanan veriler MaxQda 2018 Demo Sürümü ile tematik analize tabi tutulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre kadınlar çok uzun saatler boyunca yetersiz mola süreleri ile yetersiz buldukları ücret düzeylerinde çalışmaktadırlar. Çalışma ortamları dışarıdan izole, havasız, yüksek ışıklı ve gürültülü olarak tanımlanmıştır. Müşterilerin kendilerine karşı kaba, saygısız ve onları meta gibi gören yaklaşımlarından rahatsızdırlar. Yöneticiler ve çalışma arkadaşları ile katı denetim ve yüksek hedefler nedeni ile sürtüşmeler yaşamaktadırlar. Vardiyalı ve esnek çalışma süreleri nedeni ile aile ve sosyal yaşamları zarar görürken, haftanın tek günü olan izin günleri nedeni ile iş-aile çatışması yaşayabilmektedirler. Sektörde sendikal örgütlenmenin yetersizliği sorunların çözümünde önemli bir ayağın eksik kalmasına sebep olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: AVM, Satış Danışmanı, Kadın Çalışanlar, Çalışma Sorunları.

A QUALITATIVE RESEARCH ABOUT THE PROBLEMS OF FEMALE WORKFORCE EMPLOYED IN THE SHOPPING CENTERS

ABSTRACT

Shopping Centers have become new attraction centers that offer employment opportunities to women today. The sales consultancy profession, which is based on social skills and does not require formal education, is seen as a new employment opportunity preferred by women who cannot find a job or who have just graduated, seeking a temporary job. On the other hand, the sales consultancy profession, which has characteristic features such as long and flexible working hours, insufficient break times and holidays, and working in shifts, creates a great conflict with the traditional family related roles of women. In the study, a qualitative research was carried out to determine the working conditions of women working in Shopping Centers. In order to represent this universe, interviews were conducted with 15 women working in the four largest shopping malls in Bursa. The data collected with the semi-structured interview form were subjected to thematic analysis with MaxQda 2018 Demo Version. According to the results obtained, women work for very long hours with insufficient break times and wage levels that they find insufficient. Working environments are defined as isolated from the outside, stuffy, excess light and noisy. They are uncomfortable with the rude, disrespectful and commodities approach of the customers towards them. They experience discussions with managers and co-workers due to strict supervision and high goals. While their family and social lives are damaged due to shift and flexible working hours, they may experience work-family conflict due to the only day off days of the week. The inadequacy of union organization in the sector causes an important pillar to be missing in the solution of problems.

Key Words: Shopping Centers, Sales Consultancy, Female Employees, Work Related Problems

GİRİŞ

Kadınların istihdam oranı gün geçtikçe artmaktadır. Kadın istihdamının bazı sektörlerde yoğunlaştığı bilinmektedir. Son yıllarda hizmet sektöründe özellikle organize perakende sektöründe kadın istihdamının hızlı yükselişi dikkat çekicidir.

Günümüzde organize perakende satışlarda Alışveriş Merkezlerinin (AVM) sayısı ve müşteri yoğunlukları oldukça artmıştır. AVM'ler sadece alışveriş amaçlı değil, yemek ve eğlence hizmetleri arzı ile de müşterilerin tercih ettiği mekanlar haline gelmektedir. AVM'lerin giderek yoğunlaşması AVM çalışanlarının çalışma koşullarını da etkilemektedir.

AVM içinde en yoğun olarak istihdam edilen gruplardan biri satış danışmanlarıdır. Satış danışmanlığı kadınların daha yoğun olarak istihdam edildiği bir meslek olmaya başlamıştır. Ancak AVM'lerde müşterilerin yoğun olduğu saatler mesai dışı saatler, hafta sonları ve tatil günleri olduğu için çalışanlar için de bu zamanlar mesai yapmak anlamına gelmektedir. Diğer bir deyişle geleneksel saatlerde çalışanların dinlenme süreleri AVM çalışanlarının yoğun çalıştığı zamanlara dönüşmektedir. Kapalı mekanlar içinde onlarca mağazanın ışıkları ve gürültüsü içinde uzun saatler boyunca ayakta çalışmak zorunda olan satış danışmanları için koşullar giderek ağırlaşmaktadır.

Diğer yandan satış danışmanlığı mesleği, özellikle iş bulamayan ve yeni mezun gençlerin geçici olarak başladıkları, formal eğitim gerektirmeyen bir iş olarak görülmektedir. “Kadın emeğinin” bu alandaki artışı “metalaşmayı” da beraberinde getirmiştir. Kadın çalışanların duyguları ve bedenleri ile emek güçlerinin bir parçasıymış gibi bir algı oluşmuştur. Bu durum çalışma yaşamında dezavantajlı kabul edilen ve korunması gereken bir kesim olan “kadın çalışanları” kötü bir sömürü sisteminin içine sürüklemektedir (Özkaplan vd. 2016: 296).

Çok uzun saatler boyunca ve vardiyalı çalışan kadınlar için bedensel yorgunluk yanında sosyal yaşamın ve aile yaşamının zedelenmesi de ayrı bir çalışma yaşamı sorunu olmaktadır. Düşük ücretler, yetersiz mola süreleri, müşterilerin ve yöneticilerin saygısız tutumları, kapalı alanlarda günü geçirmenin fiziksel ve psikolojik etkileri bu alanda çalışan kadınların işlerinin rutin parçaları haline gelmektedir. Bu kadar yoğun tempoda çalışmak geleneksel rolleri ile iş yaşamındaki rollerinin çatışmasına neden olmaktadır. Tek dinlenme günlerinde kadınlar ailelerine ya da kendilerine zaman ayırma ve ataerkil toplumun kendilerinden beklediği ev hanımlığı görevlerini yerine getirme arasında bocalamaktadırlar. İş yerlerinde maruz kaldıkları müşteri tacizleri ve zorbalığı da işin başka bir boyutudur. Örgütlenme eksikliği ve sendikaların yeterince aktif olamaması sorunların çözümünde önemli bir ayağın eksik kalmasına neden

olmaktadır.

Bu araştırmada AVM'lerde çalışan kadınların çalışma yaşamlarına ilişkin sorunları incelenmiştir. Gerçek hayattan örnek ve kesitlerin yer aldığı nitel araştırma sonuçları sunulmaktadır.

1. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE ÇALIŞMA KOŞULLARI

Türkiye'de günümüzdeki anlamı ile kurulan ilk AVM 1988 yılında açılmıştır. Önceleri sadece İstanbul, Ankara gibi metropollerde açılan AVM'ler 1990'lı yıllardan sonra hızla yayılmaya başlamıştır. Günümüzde geleneksel perakende mağazaların yerini önemli ölçüde AVM'ler almış durumdadır.

AVM'ler günümüzde her çeşit ürün arzı sunan mağazaların tek konumda birleşmesi yanında sosyal alanları sayesinde boş zaman değerlendirme alanları olarak da hizmet vermektedir. İstanbul'da tüm yerleşim yerlerinden en fazla yarım saat içerisinde ulaşılabilecek uzaklıkta AVM bulunduğu görülmektedir (Salihoğlu ve Türkoğlu, 2016: 219). AVM'lerin hem alışveriş hem de sosyalleşme alanları olarak kullanımının artması bu sektöre önemli ölçüde istihdamın kaymasını da beraberinde getirmiştir. Tüketiciler için sunduğu imkânlar yanında çalışma saatlerinin uzunluğu, mağazaların özellikle hafta sonları yoğun olarak çalışması, müşteri sirkülasyonundaki fazlalık çalışanlar açısından bazı güç durumlara neden olmuştur.

Perakende sektörü istihdam yaratmada diğer sektörlere göre önemli bir avantaj sağlamaktadır. Ortalama büyüklükte bir AVM 1500-2000 kişiye istihdam sağlamaktadır (Varinli ve Oyman, 2013: 17). ABD'de 12 milyon, Avrupa'da 2 milyondan fazla kişi AVM'lerde istihdam edilmektedir (Başol ve Saruhan, 2018: 133). Bu sayı Türkiye'de 530 bin kişi civarındadır. 2021 Haziran ayı itibari ile Türkiye'de 81 ilin 67'sinde AVM olduğu bilinmektedir (<https://www.haberler.com/ekonomi/avm-raporu-aciklandi-sayi-442-ye-cikti-pazar-1425063-haberi/>, Erişim Tarihi:13.08.2022). AVM çalışanlarının yarısından fazlasının yaşı 25'in altındadır. 35 yaş üzeri AVM çalışanlarının oranı yalnızca %6,2'dir (Lıcalı, 2019). Çalışanların %30'luk kısmını ise kadınlar oluşturmaktadır (Özkaplan vd. 2016: 7). Bu açıdan bakıldığında AVM'ler kadın işgücünün çalışmasına uygun görünümde alanlardır. Özellikle genç işsizliğinin yüksek olduğu günümüzde AVM'ler gençleri çeken yeni istihdam alanlarıdır.

İstihdamdaki bu artışın yanında AVM'lerde olumsuz çalışma koşullarının hâkim olduğu görülmektedir. Uzun çalışma saatleri, esnek ve vardiyalı çalışma, düşük ücretler, dinlenme zamanlarının yetersizliği, fiziki koşulların elverişsizliği, iş-aile dengesi, müşterilerle ve işverenle ilişkiler bu olumsuz koşullardan bazılarıdır.

Çalışma Süresi: AVM'ler saat 10.00- 22.00 saatleri arasında hizmet

vermektedir. Bu saatler yaz günlerinde ve özel günlerde artabilmektedir. Dolayısıyla AVM’lerde çalışma süreci vardiya sistemi ve ekip çalışmasına dayalıdır. Sektörde hem hızlı müşteri taleplerini karşılamanın hem de maliyetleri en düşük seviyede tutmanın en stratejik yolu esnekliktir. Esnek çalışma saatleri satış odaklı planlanırken çalışanların psiko-sosyal yaşamlarını göz ardı etmektedir (Kaplan, 2020: 55). Çalışma saatleri günde 12 saate kadar çıkmakta ve dinlenme süreleri ile tatil günleri iş yoğunluğuna göre belirlenmektedir. Kısa mola süreleri, hafta içi kullanılan izin günleri çalışanları hem bedensel hem de psikolojik olarak yormaktadır. AVM çalışanları ile yapılan bazı araştırmalarda çalışanlar fazla çalışma yaptıklarını, haftalık çalışma sürelerinin yasal sınırları aştığını belirtmişlerdir. Çalışanların yıllık izinlerini kullanma konusunda da sıkıntılar yaşadıkları araştırmalarda görülmektedir (Yılmaz, 2016; Özkaplan vd., 2017; Saruhan, 2017; Başçı, 2018).

Ücret: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (ÇSGB) 2013 yılında yayınladıkları “AVM’lerde Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi Programı” teftiş raporunda çalışanların ulusal bayram ve genel tatil günlerinde de çalışmalarına rağmen bazen ücretlerini alamadıkları, bazense genel tatil günlerinde iradeleri dışında çalıştırıldıkları tespit edilmiştir (ÇSGB, 2013). Diğer yandan fazla mesai ücretleri yasal sınırından ödenmemekte, sadece kurumsal firmalar tarafından fazla mesai ücretleri hak edilere göre ödenmektedir (Başol ve Saruhan, 2018: 141; Özkaplan vd. 2017: 148; Başçı, 2018: 140).

Fiziki Koşullar: AVM’ler metrekarelerce kapalı alana kurulu işyerleridir. Uzun saatler bu kapalı ortamlarda bulunan çalışanlar dışardaki hava durumu ve mevsimleri görememektedirler. Yüksek gürültü ve ışık altında uzun saatler çalışmak kişileri yormaktadır. Uzun süre ayakta durmak varislere, bel, sırt ve ayak ağrılarına neden olmaktadır. Çalışanların mesai saatleri içerisinde oturmalarının yasak olduğu görülmektedir. Bu durum çalışanlarda kas ve iskelet sistemi, varis, sırt, ayak ağrısı gibi sağlık sorunlarına neden olmaktadır. Diğer bir nokta AVM’lerin genelde kapalı mekanlarda kurulu olmasından dolayı çalışanlar gün ışığından uzak çalışmaktadırlar (Özkaplan vd., 2017: 132).

Ayrımcılık: AVM çalışanı satış danışmanları genel olarak genç, eğitimli ve bekar kadınlardan oluşmaktadır (Yılmaz, 2016: 41). Günümüzde kadınların işgücüne katılımı önemli oranda artmıştır. Belli sektör ve alanlarda cinsiyete yönelik ayrımcılığın arttığı bilinmektedir. Kadın çalışanlar evlenme, doğum, süt izni gibi haklarından dolayı erkek çalışanlar karşısında işe alımda dezavantaj yaşayabilmektedirler (Öztürk, 2015: 12). Erkeklerle aynı işi yapsalar bile daha düşük ücret alabilmektedirler. Kadınların geleneksel olarak daha düşük ücretli işlere yönlendirilmeleri ya da yöneticilik yerine hemşire, öğretmen gibi “kadın” mesleği

olarak görülen bazı işlere yönlendirilmesi işgücü piyasalarında cinsiyete dayalı ayrımcılığın başka bir boyutudur. Kariyerinde ilerlemek isteyen kadınların evde geleneksel rolleri de üstlenmesi erkek egemenliğinde bir cinsiyetçi iş bölümü engeli yaratmaktadır (Özkaplan vd., 2017: 223).

İş-Aile Dengesi: Vardiyalı ve uzun çalışma saatleri kadın çalışanların ailelerine zaman ayırmasını engellemektedir. Geleneksel cinsiyetçi iş bölümünün hala Türkiye’de hâkim olması kadınları iş-aile dengesi stresine sürüklemektedir. Diğer bir ifade ile, iş-aile yaşamını dengeleyemeyen kadınlar, stres, mutsuzluk, depresyon, kendine güvensizlik, verimsizlik ve memnuniyetsizlik gibi psikolojik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Topgül, 2016: 218). İşyerindeki rolleri ile aile içi rolleri çatışan kadın çalışanların sosyal rollerini dengeleyebilmeleri, bireysel ve toplumsal huzurun sağlanabilmesi için önem arz etmektedir (Kapız, 2002: 141).

İlişkilerden Kaynaklanan Sorunlar: Hizmet sektöründe çalışanlar müşterilerle yakın ilişki içerisinde. Satış danışmanları eğitimlerinde ilk olarak “müşteri haklıdır” prensini ile karşılaşmaktadırlar. Duyguları baskılayarak kontrol etme, standartlaşma, müşterinin haksız ya da saygısız olduğunda bile duyguların bastırılması çalışanlar üzerinde ayrıca bir baskı oluşturmaktadır (Bilir, 2018: 30-32). AVM çalışanları ile yapılan bazı çalışmalarda müşterilerin hakaret, küfür, hatta tacizlerine bile maruz kalan çalışanlar örneklendirilmiştir (Başcı, 2017: 165; Şahin vd., 2012: 72).

Müşterilerin yanında işverenler, yöneticiler ve çalışma arkadaşları ile ilişkiler çalışanların iş yaşamındaki konforunu etkileyen diğer boyutlardır. Özellikle prim baskısı ile çalışılan işyerinde yöneticiler çalışanlara çok yüklenebilmekte, çalışma arkadaşları arasında yıkıcı bir rekabet oluşabilmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

AVM’lerde çalışanlar ile ilgili Türkiye’de yapılan ilk araştırmalardan biri Şahin vd. (2012) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarlar AVM’lerdeki kadın çalışanların yaşadıkları cinsel tacizler üzerine bir araştırma yapmışlardır. Ankara ve Trabzon örneklerinde gerçekleştirilen araştırmada kadınların cinsel taciz hakkında ayrıntılı bilgiye sahip oldukları ve mağdur ya da şahit olarak çok sayıda cinsel taciz vakasına şahit oldukları tespit edilmiştir. Kadın çalışanlar bu yaşananlardan dolayı psikolojik ve davranışsal sorunlar yaşamakta ve performansları düşmektedir.

Yılmaz (2016) tarafından Samsun’da kadın AVM çalışanları ile yapılan araştırmada eğitilmiş, genç, bekar kadınların asgari ücret düzeyinde, eksik istihdam koşullarında ve işi geçici görerek çalıştıkları belirlenmiştir. Kadın çalışanların duygusal ve bedensel zorbalığa maruz kaldığı ve yoğun bir denetim ile çalıştıkları diğer

tespitlerdir.

Bilir (2018) tarafından Ankara’da gerçekleştirilen araştırmada AVM’lerdeki çalışan kadın emeği duygusal emek boyutuyla ele alınmıştır. Araştırma sonucunda kadınların duygusal çelişkiler sonucunda yabancılaşma, duygusal yorgunluk, tükenmişlik, iş memnuniyetsizliği, depresyon, sosyal izolasyon, suçluluk, utanç gibi olumsuz hisler yaşadıkları belirlenmiştir.

Başol ve Saruhan (2018) tarafından Kırklareli’nde gerçekleştirilen araştırmada AVM çalışanlarının koşulları “insan onuruna yakışır iş” bağlamında ele alınmıştır. 10 AVM çalışanı ile yapılan nitel araştırma neticesinde çalışma koşullarının kötülüğüne vurgu yapılmıştır. Çalışanlar havasız, kapalı ortamlarda çalıştıklarını, iş- yaşam dengesini kuramadıklarını, rol çatışması yaşadıklarını, iş yüklerinin çok fazla olduğunu, satış baskısına ve adaletsiz prim sistemine maruz kaldıklarını ve esnek çalışma saatlerinin stres yarattığını ifade etmişlerdir. Öztürk Başol (2020) tarafından yine Kırklareli’nde yapılan başka bir araştırmada AVM çalışanlarının iş stresi, iş doyumu ve işten ayrılma niyetleri incelenmiştir. Bulgulara göre; ortalama haftalık 54 saat çalışıldığı, ücret seviyelerinin asgari ücret düzeyinde olduğu ve orta dereceli strese sahip oldukları tespit edilmiştir.

Başçı (2019a) İzmir örneğinde AVM’lerdeki kötü çalışma koşullarını bir kere daha ortaya koymuştur. AVM’lerin kendilerine özgü kapalı, havasız, yapay ışıklı ortamlarında, geneli lise mezunu gençlerin yüksek işgücü devir hızı ile çalıştıkları görülmektedir. Özellikle kadınların evlenme ve çocuk sahibi olma gibi koşulların etkisi ile işgücü devir hızlarının daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Ayrıca araştırmada kadınların kariyer engelleri, müşterilerin olumsuz tavır ve davranışları, uzun ve yoğun çalışma saatleri, vardiyalı çalışma, yetersiz mola süreleri, fazla mesai, yüksek hedefler, katı performans değerlendirmesi, düzensiz ödenen ücretler gibi sorunlar bildirilmiştir. Başçı (2019b) diğer bir çalışmada duygusal emek yönünde AVM çalışanlarını değerlendirmiştir. Olumsuz algılanan duygusal emeğin AVM çalışanlarının iş tatminine ve mesleklerinin sosyal statüsüne olumsuz etkisinden bahsedilmiştir.

Kaplan (2020) AVM’lerdeki kötü çalışma koşulları ve sendikasılaşmaya vurgu yapmıştır. Yazar çalışma saatlerinin uzunluğu, fazla mesai, yol ve yemek ücretlerinin ödenmemesi, sürekli ayakta çalışma, dinlenme alanlarının mekânsal yetersizliği gibi sorunları sıralamıştır. Güngörmüş vd. 2019 yılında AVM çalışanları ile yaptıkları araştırmada katılımcıların serbest zaman kullanımında sorun yaşamadıkları ve yaşam kaliteleri ile mutluluklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kıbrıs’ta bir AVM de gerçekleştirilen araştırmada etik liderlik özellikleri gösterilmesinin çalışanların iş tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğu belirtilmiştir (Kaşseven, 2018).

Karadoğan (2021), Covid-19 koşullarında alınan önlemler çerçevesinde AVM çalışanlarının koşullarını incelemiştir. Araştırmada alınan önlemlerin yeterli olmadığı, Covid-19 olan çalışanların sayısının oldukça fazla olduğu, çalışanların kendilerini ve işlerini tehlikede gördükleri belirlenmiştir.

Çanakkale ilinde Gezer Aydın (2021) tarafından yapılan araştırmada AVM'lerde "yönetici" pozisyonlarında çalışanların beyaz yakalı işçiler içindeki çalışma koşulları "prekarya" açısından ele alınmıştır. Çalışmada yönetici pozisyonunda olan çalışanların bile çalışma koşullarının olumsuzluğu dikkat çekmektedir. Çalışanların iş güvencesinden yoksun, düşük gelirlerle, iş güvenliğinden yoksun, yoğun çalışma saatleri ile ve önemli hak kayıpları ile çalıştıkları görülmüştür. Kariyer gelişimi açısından da katılımcılar yeterli fırsatları olmadığını vurgulamıştır.

2020 yılında Koop-İş Sendikası üye sayısını arttırabilmek için AVM çalışanlarının profilini çıkarmayı amaçlayan bir anket gerçekleştirmiştir. Anket sonucunda AVM çalışanlarının en önemli sorunları düşük ücretler ve uzun çalışma saatleri olarak tespit edilmiştir. Çalışanların %50,8'i "bulabildiği en hızlı ve kolay iş" olduğu için AVM'de çalıştıklarını belirtmiştir. %18,7 oranında katılımcı da bu işi geçici bir iş olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Kendi istediği ve sevdiği için AVM'de çalıştığını belirtenlerin oranı %6,2'dir. Araştırmada çalışanların %78,3'ü 6 gün çalıştıklarını, %30'unun da bayram ve resmî tatillerde izin kullanmadığı görülmektedir (<https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/avm-calisanlari-ucretlerindusuklugu-ve-uzun-calisma-saatlerinden-sikayetci/1962805>, Erişim Tarihi: 15.08.2022). Sendikanın 2019 yılında imzaladıkları toplu iş sözleşmesi de sektörde çalışma ilişkileri açısından önemli bir adım olmuştur.

Esasen ÇSGB 2013 yılında 10 ilde 280 işyeri ve 3705 işçi ile alan araştırması yaparak AVM'lerdeki olumsuz çalışma koşullarını belirlemek üzere bir rapor hazırlamışlardır. Raporda işçilerin %80'inin asgari ücretin 50-100 TL kadar üzerinde gelir elde ettiği belirlenmiştir. Tespitler üzerine 190 işyerinde 2052 işçiye eksik ödenen fazla çalışma, genel tatil, ücret, hafta tatili ücretlerinin ödenmesi sağlanmıştır. Para cezaları uygulanmıştır. Teftişi gerçekleştirilen hiçbir işyerinde toplu iş sözleşmesi bulunmamaktadır. Çalışanların %82'sinin kıdeminin 3 yıldan daha az olduğu diğer bir deyişle sektörde işgücü devir hızının yüksek olduğu yapılan diğer bir tespit olmuştur. Raporda çalışma saatlerinin yoğunluğu, ücreti ödenmeyen fazla çalışma, özel günler, ara dinlenmeler, geceleri yapılan fazla çalışma gibi pek çok konuda sorunlar rapor edilmiştir. Daha sonra yapılan çalışmalarda benzer sorunların devam ettiğinin görülmesi sektörde çalışma koşullarının iyileşme yönünde bir ilerleme göstermediğini ispatlar niteliktedir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

AVM istihdamı hem sektörde önemli yer tutan hem de çalışma koşullarının ağır, yıpratıcı olduğu bir alandır. 2015 yılında İşkur tarafından yapılan araştırmada Türkiye’de kadınların en çok istihdam edildiği alan, hizmet sektörünün perakende ticaret alanı olmuştur (Bilir, 2018: 23). Müşterilerle yoğun ilişki ve iletişim içinde gerçekleşen satış danışmanlığı işinde kadınların duygu ve bedenleri emek sürecinin bir parçası haline gelmiştir (Özkaplan, 2015: 17). AVM’lerin kapalı mekanlar olması, geç saatlere kadar açık olması, bayram, özel günlerde daha yoğun olması gibi nedenlerle Türkiye gibi geleneksel ata erkil aile yapısının ağırlığının sürdüğü toplumlarda kadınlara ayrıca zorluk oluşturmaktadır. AVM çalışanlarının koşullarını ortaya koyan araştırmalar sayıca sınırlıyken (Başol ve Saruhan, 2018; Başçı, 2018; Kaplan, 2020; Karadoğan, 2021), özellikle kadın çalışanların sorunları özeline inen çalışmalar daha az sayıdadır (Şahin vd. 2012; Bilir, 2018). AVM’lerde kadın çalışanların sorunlarının ortaya konması bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu çerçevede 4 Araştırma Sorusu belirlenmiştir;

Araştırma Sorusu 1) AVM’lerde çalışan kadınların çalışma saatlerine ilişkin sorunları nelerdir?

Araştırma Sorusu 2) AVM’lerde çalışan kadınların ücretlere ilişkin sorunları nelerdir?

Araştırma Sorusu 3) AVM’lerde çalışan kadınların çalışma ortamlarına ilişkin sorunları nelerdir?

Araştırma Sorusu 4) AVM’lerde çalışan kadınların iş-yaşam dengesine ilişkin sorunları nelerdir?

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Çalışma Grubu

Araştırmanın Evreni Türkiye’de AVM’lerdeki kadın çalışanlardır. Bu evreni temsil etmek üzere Türkiye’nin en büyük illerinden biri olan Bursa örnek olarak seçilmiştir. Bursa’nın yüksek nüfuslu olması ve sürekli göç alması farklı kültürleri barındırması ve AVM büyüklükleri itibari ile Türkiye’nin büyük illeri arasında yer alması ilin seçilmesinde etkili olan kriterlerdir. Diğer yandan geçmiş çalışmalar arasında Bursa örneğine rastlanmamıştır. 2018 yılında Bursa’da 17 AVM bulunmaktadır. Bu AVM’lerden iki büyük ilçede yer alan farklı çalışan ve müşteri potansiyeli olan dört AVM’deki 15 kadın çalışan çalışma grubu olarak seçilmiştir.

AVM’lere ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırma Yapılan AVM'lerin Özellikleri

No	AVM ismi	Lokasyon	Yaş	Fiziksel Özellikler	Müşteri Yoğunluğu
1	Suryapı Marka AVM	Nilüfer	2	4 kat- 250 mağaza	Orta-çok yoğun
2	Korupark AVM	Osmangazi	12	3 kat- 200 mağaza	Çok yoğun
3	Kent Meydanı AVM	Osmangazi	11	2 kat- 96 mağaza-	Çok yoğun
4	Carrefour AVM	Nilüfer	18	2 kat- 146 mağaza	Orta yoğun

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada verilen toplanması için nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Soruların hazırlanması aşamasında öncelikle araştırmacılar detaylı literatür taraması yapmıştır. Araştırmacılar önce birbirlerinden bağımsız olarak soru hazırlamış daha sonra bir araya gelerek sorular konusunda görüş birliğine varmışlardır. Öncelikle iki çalışan ile pilot görüşme gerçekleştirilmiş, soru formunda herhangi bir değişikliğe gerek olmadığını görülmesi üzerine bu görüşmeler de analize dahil edilmiştir. Görüşmeler katılımcılardan alınan randevularla AVM'lerin yoğun olmadığı saat ve günlerde gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların mola saatlerinde, vardiya sonlarında ya da izinli günlerinde AVM'nin kafeteryasında ya da dinlenme alanlarında yüzyüze gerçekleştirilmiştir. En uzun görüşme 40 dakika, en kısa görüşme 20 dakika sürmüştür.

Toplanan verilerin analizinde tematik yaklaşım benimsenmiştir. Görüşmelerin tamamı katılımcılardan alınan izinle kaydedilmiştir. Analiz aşamasında öncelikle ses kayıtları deşifre edilmiştir. Yanıtlar araştırmacılar tarafından birkaç kez okunarak ilişkili temalar altında toplanmıştır. Daha sonra araştırmacılar bir araya gelerek temalar konusunda görüş birliğine varmışlardır. Böylece araştırmanın temaları ve yanıtların hangi temalar altında toplanacağı belirlenmiştir. Temalandırılan metinler Maxqda 2018 Demo Sürümü ve Betimsel Analiz programına aktararak analiz edilmiştir. Araştırmanın temaları; Çalışma süresi, ücret, çalışma ortamı, kişisel ilişkilerden kaynaklanan sorunlar ve iş-aile dengesi olarak belirlenmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmaya 15 kadın AVM çalışanı katılmıştır. Katılımcıların yaş aralıkları 19-53 arasında değişmektedir. Katılımcılara ait demografik özellikler Tablo 2'de

gösterilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı No	Yaş	Eğitim Seviyesi	Sektör	Meslek	Medeni Durum	Çocuk Sayısı
K1	25	Lise	İletişim	Satış Danışmanı	Bekar	-
K2	53	İlkokul	Gıda	Ekip Üyesi	Evli	2
K3	26	Önlisans	Gıda	Müdür Yardımcısı	Bekar	-
K4	53	Lise	Temizlik	Çaycı	Evli	2
K5	52	İlkokul	Temizlik	Temizlik Görevlisi	Evli	2
K6	35	Lise	Mağazacılık	Mağaza Müdürü	Bekar-Boşanmış	2
K7	47	İlkokul	Mağazacılık	Temizlik Görevlisi	Evli	3
K8	42	Lisans	Aksesuar/Takı	Satış Danışmanı	Evli	1
K9	19	Lise	Mağazacılık	Satış Danışmanı	Bekar	-
K10	26	Lisans	İletişim	Satış Danışmanı	Bekar	-
K11	23	Önlisans	İletişim	Satış Danışmanı	Bekar	-
K12	26	Önlisans	Mağazacılık Ayakkabı	Mağaza Müdürü	Bekar	-
K13	31	İlkokul	Gıda	Supervizör	Evli	-
K14	25	Önlisans	Mağazacılık	Satış Danışmanı	Bekar	-
K15	39	İlkokul	Gıda	Ekip Üyesi	Evli	1

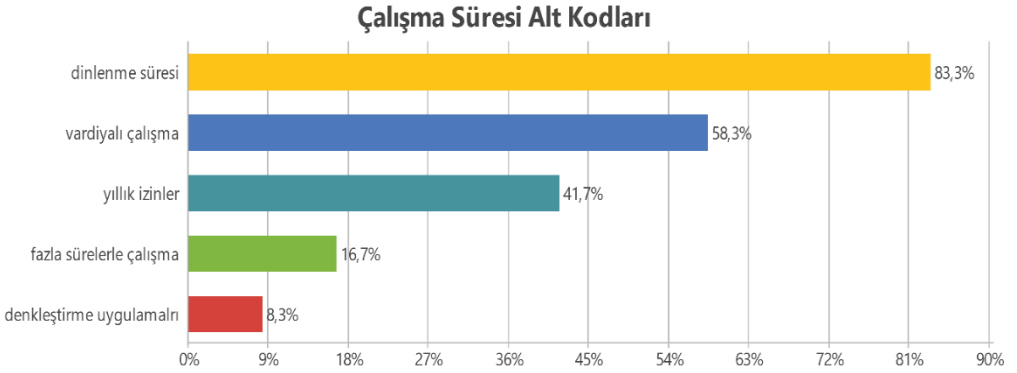
Katılımcıların eğitim düzeyleri ilköğretim ve lisans arasında değişmektedir. İlkokul mezunu çalışanlar aile bütçelerine katkı olsun diye ve emeklilik sürelerinin dolmasını bekledikleri için AVM’de çalıştıklarını belirtmişlerdir. Lise mezunu olanlar ise üniversite sınavlarını kazanamayıp çalışmaya başladıklarını ya da işsiz kalarak AVM iş ilanlarına başvurduklarını belirtmişlerdir. Mesleki açıdan uzmanlık gerektirmeyen AVM mağazalarında çalışmak üniversite mezunlarının kariyer hedefleri içerisinde yer almamaktadır. Önlisans ve lisans mezunları katılımcılar mezuniyetten hemen sonra borçlarını ödemek için geçici süre AVM’de çalışmaya başlayan katılımcılardır. Özellikle lisans ve önlisans mezunları AVM’leri geçici bir iş olarak

gördüklerini, ileride kendi mesleklerini yapmak istediklerini belirtmişlerdir.

4.1. Çalışma Süresi Temasına Ait Bulgular

AVM’de çalışan kadınların yaşadığı zorluklardan biri çalışma süreleridir. Esnek çalışma saatlerine sahip olan AVM’ler yılın 365 günü hizmet vermektedir. Yoğun ve dinamik çalışma saatlerine sahip olan bu alanlarda çalışma süresi teması altında yıllık izinler, haftalık izinler, fazla sürelerle çalışma, vardiyalı çalışma, dinlenme süresi ve resmi tatiller olmak üzere 6 adet alt kod belirlenmiştir. Alt kodlara ilişkin frekanslar Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Çalışma Süresi Temasına Ait Alt Kodlar



Katılımcıların %83.3’ü dinlenme süresinin yetersizliğinden, %58.3’ü vardiyalı çalışmanın dezavantajlarından bahsetmiştir. %41.7’lik kısım yıllık izinleri istediği tarih aralığında alamadığını ifade etmiştir.

“Mola yapamıyorsun ki personel evet çıkıyor molaya. Ama bizde durum farklı eğer iş o gün yoğunsa mola kullanmadan çalışıyorsun. Diyelim ki molaya çıktın hop bir müşteri geliyor sorun çıkartıyor sen müdahale etmek zorunda oluyorsun. Ya da kasa da bir sorun oluyor illa yemeğin tadı kaçıyor” K 3 (Vardiya Müdürü, Gıda, 26).

“Yarım saat yemek molası var hafta içi burada yiyoruz yemek şirketi getiriyor ama hafta sonu mecbur yukarda yiyoruz yarım saat yetmiyor zaten hafta sonu çok kalabalık oluyor apar topar ye in çay kahve bile içemiyorsun” K 10 (Satış Danışmanı, İletişim, 26).

Katılımcılar yıllık izin tarihlerini istedikleri tarihlerde belirleyemediklerinden bahsetmişlerdir. Düşün, ölüm gibi durumlarda ekstra izinler çalışılan firmaya bağlı olarak değişmektedir. Çalışanlar hafta sonu, özel günler ve resmi tatillerde izin

kullanamamakta ancak ramazan ve kurban bayramı gibi dini tatillerde bir gün izin kullanılmaktadır. Diğer yandan haftalık izinler hafta içi kullanıldığından kadın çalışanların aileleri ile vakit geçirebilme oranları düşmektedir. Tek gün kullanılan izin günleri de kadınlar için ev işleri ya da geleneksel rolü olan annelik görevi ile geçmektedir. Konuya ilişkin bazı alıntılar şu şekildedir;

“İzinli olduğu günde sadece evde temizlik ya da yemek yapıyorsun ayrı bir işi varsa onu görebiliyorsun” K 15 (Ekip Üyesi, Gıda, 39).

“... çoluk çocuk işte ev durumu bizim için çifte mesai oluyor...” K 8 (Satış Danışmanı, Aksesuar, 42).

Diğer bir nokta çalışma saatlerinin esnek olmasıdır. Normal mesai saatleri dışındaki saatlerde çalışmak hem çalışanların sosyal yaşamını hem de aile yaşamını olumsuz etkilemektedir. Esnek çalışma adı altında çalışanlar fazla mesainin zorunlu olmasından şikayet etmektedirler. Kurumsal olan şirketler fazla çalışmayı kanuni kurallara göre uygularken bazı firmalar çalışanları zorunlu mesailere bırakılmaktadır. Örnek ifadeler şu şekildedir;

“Çok uzun ve çok saçma kendine zaman kalmıyor. Biz 10-19 bide 14-22 çalışıyoruz” K 10 (Satış Danışmanı, İletişim, 26).

“Ya ben 8 saat çalışıyorum çok değil ama saatleri ters. 12 de gelip 8 de çıkınca bir şey yapamıyorsun. Sabah 8 de gelip 4 te çıkmış olsan ailenle vakit geçirme şansın daha çok oluyor ama öbür türlü olmuyor” K 15 (Ekip Üyesi, Gıda, 39).

“En düşük on saat ama mesaiye de kalabiliyorsun. Zorunlu mesailer var mesela” K3 (Vardiya Müdürü, Gıda, 26).

4.2. Ücret Temasına Ait Bulgular

Çalışanların genel olarak asgari ücret seviyesinde geliri vardır. Prim usulü çalışan firmalar da mevcuttur. Ancak prim hedeflerinin yüksekliği çalışanlar üzerinde baskı ve stres oluşturmakta ve imkânsız hedefler neticesinde çalışanlar prim alamamaktadır. İşgücü sirkülasyonun fazla olması da kıdeme bağlı artışlardan çalışanları mahrum etmektedir. Konuya ilişkin bazı alıntılar şu şekildedir;

“Biz prim usulü çalışıyoruz bir de ama kırk yılda bir alıyoruz... Prim de malum kriz zamanı. Prim falan gelince güzel oluyor maaş ama yine de bir aileyi geçindirmeye yetmez” K 1 (Satış Danışmanı, İletişim, 26).

“Yani az bence yetmiyor ki kırk yılda bir kota tutacak da prim alacaksın” K 10 (Satış Danışmanı, İletişim, 26).

“Ücretler tabii kurumsallarla değişiyor şahis firmaları çok değişiyor. Ücretler de saatlere ve çalışma koşullarına göre çok daha az” K 8 (Satış Danışmanı, Aksesuar, 42).

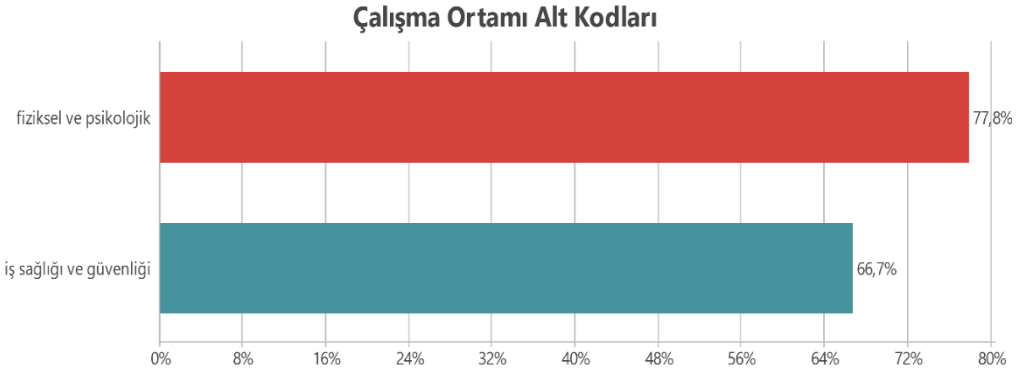
“Az, bu kadar yoğun tempo çalışmaya yetersiz asgari ücret ama biraz daha yüksek olmalı” K 13 (Supervizor, Gıda, 31).

AVM çalışanları sigortalı olarak çalışma fırsatı bulsalar da emeklerinin karşılığını alamadıklarını ifade etmişlerdir. Vardiyalı çalışma sistemi, ücretlerin prim ya da fazla mesaiye bağlı olarak değişmesi, yoğun tempo ve tatil günlerinde çalışıyor olmak gibi koşullar değerlendirildiğinde çalışanlar hak ettikleri geliri elde edememektedirler.

4.3. Çalışma Ortamı Temasına Ait Bulgular

Büyük metrekarelerde kapalı alanlara kurulu olan AVM’lerde, müşterilerin rahatça gezmesi için tasarlanan havalandırma, ışıklandırma, ses sistemleri, eğlence alanları uzun süre maruz kalındığında çalışanlarda rahatsızlık yaratabilmektedir. Müşteri odaklı çalışan AVM ve mağazalar maliyetlerden kısmak adına AVM açılmadan havalandırmaları, ışıklandırma sistemlerini açmamakta, iş sağlığı ve güvenliği açısından da riskli bir ortam oluşturmaktadır. Maliyetlerin azaltılması adına bakım onarım gerektiren teçhizatların bakımını zamanında yapılmayabilmektedir. Konuya ilişkin alt kod grafiği Şekil 3’de gösterilmiştir.

Şekil 3: Çalışma Ortamı ve Alt Kodları



Katılımcıların %77.8’i AVM içerisindeki ortamın fiziksel ve psikolojik sağlıklarını rahatsız ettiğine değinmişlerdir. Gün içerisinde sürekli kalabalık ve gürültülü ortama maruz kalan çalışanlar genel olarak baş ağrısından şikayetçidirler.

Katılımcıların değindiği diğer bir sorun ışıklandırmalardır. Yılın 365 günü açık olan ve sürekli olarak ziyaret edilen AVM'ler ziyaretçi çekebilmek adına şık dizaynlara ve ışıklandırmalara sahiptirler. Satılan ürünlerin görseelliği için kullanılan yoğun ışıklar çalışanları rahatsız edebilmektedir. Havalandırmalar kapalı sistemdir. Çalışmayan havalandırma sistemleri kalabalık olan AVM ortamında hastalıkların yayılmasına ve çalışanların motivasyonlarının düşmesine sebep olabilmektedir. Konuya ilişkin bazı alıntılar aşağıdaki gibidir;

“Sıcaklıktan rahatsız oluyorum. İçerde terliyorum dışarıya çıkınca üşüyorum” K 2 (Ekip Üyesi, Gıda, 53).

“Işıklar beni çok rahatsız ediyor. Sıcaklık bazen havalandırmalar çalışmıyor bunuyoruz” K 1 (Satış Danışmanı, İletişim, 25).

Çalışma ortamı teması altında değerlendirilmesi gereken önemli bir konu da tehlike ve risklerdir. İş güvenliği; işin yapılması sırasında kullanılan araç, gereç ve bu araçların kullanımından ve varlığından dolayı oluşabilecek tehlikelere ve sağlığa zarar verebilecek koşullara karşı işçinin korunması için alınacak önlemleri içerir. İş kazası ya da meslek hastalığı oluşturabilecek durumların kontrol altına alınması, risklerin asgari düzeye indirecek çalışma sisteminin oluşturulması, gerekli eğitimlerin verilmesi ve konunun üst yönetim tarafından sahiplenilmesi önem taşımaktadır (Tokol ve Alper, 2011: 195).

Çalışanların tüm gün ayakta kalması sağlıkları açısından bir risk oluşturmaktadır. Uzun saatler boyunca ayakta çalışan kadınlar varis, bel ve sırt ağrısı gibi mesleki hastalıklardan bahsetmişlerdir. Diğer yandan ortam güvenliği açısından katılımcıların değindiği bazı noktalar olmuştur. Araştırmamızda yangın sisteminin bakımının yapılmaması nedeniyle gıda firmasında çalışan K 3 yaşadığı olayı şu şekilde aktarmıştır:

“Bizim de döner ocağının üstünde ansül varmış. Bir gün saat 10 gibi döner ocağının yanında bekliyorum, tavuğun ısınmasını bekliyorum. Pat diye bir ses duydum ve kafamdan aşağıya siyah böyle pis pis suların aktığını hissettim. Böyle kaldım bir 10-15 saniye şokla bütün AVM başıma toplandı falan. Yani AVM'nin aşırı ısıdan dolayı bilmiyorum tamirsizlikten bakımsızlıktan dolayı” K 3 (Vardiya Müdürü, Gıda, 26).

“Çalışan bir çocuk sevkiyat alırken palet ayağına gelmiş. Bu ayağının arkası parçalanmış nasıl kanıyor, çocuk bembeyaz oldu. Müdüre söyledim yürüyemiyor çocuk diye, ilgilenmediler bile. Girdi içeri. Ben ambulansı aradım da öyle ambulans geldi, çocuk hastaneye gitti” K 2 (Ekip Üyesi, Gıda, 52).

Bir diğer gıda çalışanı olan katılımcı belirli dönemlerde denetlendiklerini ancak

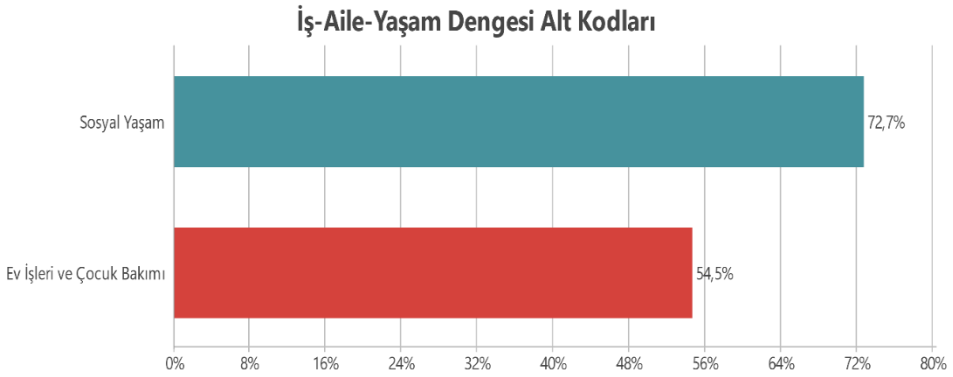
iş kazası geçirdiklerinde durumun iş kazası olarak raporlanmadığını belirtmiştir:

“Yani kısmen alınıyor diyelim. Kontrol ediliyor evet tamam denetleniyoruz falan da ama mesela bizim ... bey var, asistan müdür. Bizde önceden çay kazanları vardı onun fişini çekmeyi unutmuş bu çıkmadan, o da bankonun üstünde. Bankonun üstüne uzanarak çıkarmaya çalışmış ...bey fişi. Adamın komple bacağı yanmıştı ve bizim üstlerimiz sakın iş kazası deme söyleme demişlerdi. İş kazası tutanağı bile tutulmamıştı yani rapor almıştı ... bey. Neden rapor aldı diye de kızdılar adama” K 13 (Supervizor, Gıda, 31).

4.4. İş-Yaşam Dengesi Temasına Ait Bulgular

Alışveriş tercihleri, tüketim alışkanlıklarının değişmesi, geleneksel yerel işletmelerin yerini AVM’lerdeki toplu mağazacılık anlayışının alması çalışma saatlerini de değiştirmiştir. AVM’lerin saat 10.00/ 22.00 saatleri arasında açık olması çalışanların mesai saatlerinin de bu saatler arasında değişmesini gerekli kılmaktadır. İzin günlerinin de geleneksel hafta sonu günlerinde kullanılmamasının kadın çalışanların aile ilişkileri ve aile içi rolleri üzerinde olumsuz etkileri olmaktadır. Bu tema altında iki alt kod belirlenmiştir. Alt kodlara ilişkin frekans tablosu Şekil 4’de gösterilmektedir.

Şekil 4. İş-Aile Dengesi ve Alt Kodları



Katılımcılar haftada bir gün izin kullanılmasının ve çalışma saatlerinin esnek olmasının sosyal yaşamlarına ve aile yaşamlarına olumsuz etkilerinden bahsetmişlerdir. Kadın katılımcılar ailelerini yeterli göremediklerinden ve ailelerine yeterli zaman ayıramadıklarından dolayı aile bağlarının azaldığını belirtmişlerdir. Katılımcıların bahsettiği rahatsızlıklar aşağıdaki alıntılarla ifade edilmiştir;

“Aileni göremiyorsun ki sürekli çalışıyorsun. Haftasonu onlar pikniğe gidiyor

sen yoksun. Hep birlikte yemeğe gidiyorlar sen yine yoksun. Bayramda hep çalışıyorsun. Göremiyorum ailemi vakit ayıramıyorsun haliyle bir gün izin var onda da kendine vakit ayırmak istiyorsun” K 1 (Satış Danışmanı, İletişim, 25).

“Bir gün izin olduğu için e kendine zaman ayırmak istiyorsun, dinlenmek istiyorsun bu sefer onların yanına gidemiyorsun. E bayram izinleri yok resmi tatillerde izin yok. Bu zamanlarda gidemiyorsun. Özel zamanlarda ailenin yanında olmadığın için aile bağlarının azalıyor tabi AVM’de çalıştığın için” K 3 (Vardiya Müdürü, Gıda, 26).

Araştırmanın kadınlar özelinde gerçekleşmesinin bir sonucu olarak kadınlar çalışma saatlerinin yoğunluğu dolayısı ile aile içi rollerinin getirdiği bazı sorumluluklara da yetişemediklerine değinmişlerdir. Anne olmak kadına verilmiş doğal bir özelliktir. Babalar ya da çocuk bakımı ile ilgilenen kişiler var olsa da duygusal olarak çocuklar annelerine ihtiyaç duymaktadırlar. Benzer şekilde anne olan bir kadının duygusal olarak çocuklarına yakın olma ihtiyacı vardır. Çalışan kadın olmanın yanında vardiyalı çalışan bir kadın olmak bu zorlukları katlamaktadır. İlgili alıntılar şu şekildedir;

“Çocuklar olduktan sonra daha da zor oluyor. İşte hep şey diyorlardı, anne herkesin annesi okula geliyor sen niye gelmiyorsun. İşte hani hep sonuçta sabahçı olduğunda, hani onların şeyleri farklı oluyor ya saatleri uymuyor zaten her yıl bile değişiyor. Bişeylere katılamıyorsun, doğru düzgün gidemiyorsun, ya buraya bir ziyaret gelecek oluyor izin alıp gidemiyorsun. Onun dışında gece çok geç saat uyuduğun için sabah çocukları okula yetiştirmekte zorlanıyorsun” K 6 (Mağaza Müdürü, Tekstil, 35).

“... oğlum ilgi istiyor. Üniversite sınavına girecek onu takip etmem lazım. Eşimde sıkıntı yok zaten o alışık olduğu için çalışmama. Oğlum da alışık ama tabi anne sevgisi istiyor” K 8 (Satış danışmanı, aksesuar, 42).

“11 de çıktığım da eve gittiğimde yemek olmuyor o sıkıntı oluyor vardiyalı çalıştığım için” Katılımcı 5 (Temizlik Görevlisi, Hizmet Sektörü, 52).

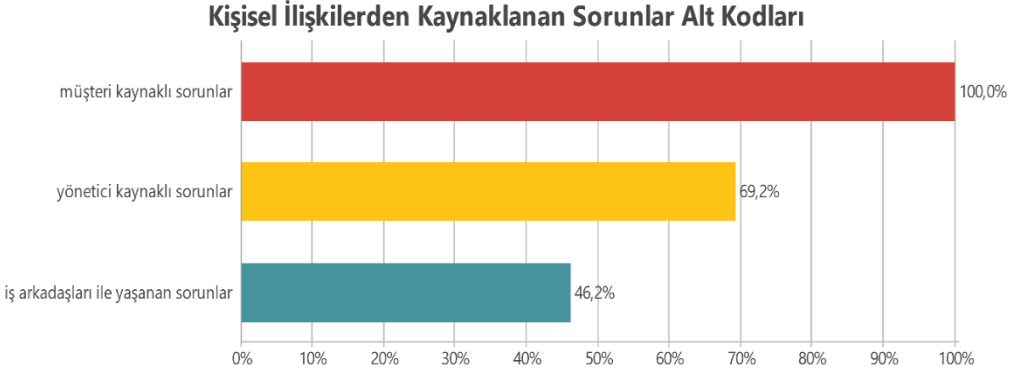
“Hiçbir resmi tatilde ya da hafta sonu annelerle bir pikniğe yemeğe gidemiyoruz. İş çıkışı uğruyorum ya da izin günümde. Onda da temizlik yapıyorum gerçi” Katılımcı 13 (Supervizor, Gıda, 31).

4.5. Kişisel İlişkiler Temasına Ait Bulgular

AVM gibi sürekli müşteri sirkülasyonunun olduğu bir ortamda çalışanların yoğun iletişim halinde olması doğaldır. Müşteri ziyaretlerinin olumlu sonuçlanması, iş akışının sistematik ve düzenli olması, çalışanların sürekli bir koşturma içerisinde olmasını gerektirmektedir. Yoğun tempoda çalışırken iş arkadaşları, yöneticiler ve

müşteriler ile iletişim sorunları yaşanması da muhtemeldir. Alt kodlara ilişkin frekans dağılımı Şekil 5’de verilmiştir.

Şekil 5: Kişisel İlişkilerden Kaynaklanan Sorunlar ve Alt Kodları



Katılımcıların tamamı müşterilerle olan ilişkilerinde yaşadıkları sorunları dile getirmişlerdir. Günümüz pazarlama anlayışı müşteri odaklıdır. AVM personeli şirketlerin “müşteri daima haklıdır” sloganı ile hareket etmektedir. Çalışanlar müşterilere karşı sürekli güler yüz göstermek zorunda bırakılmaktadır. Zaman zaman müşterilerin bu durumu kullandığı ve çalışanlara karşı saygı sınırlarını aşan davranışlarda bulunduğu da bilinmektedir (Güler vd., 2017: 633- 634). Yorucu, uzun mesai saatlerinin eşlik ettiği müşteri sorunları kadın çalışanların iş tatmini ve motivasyonunu olumsuz etkilemektedir. Müşterilerin hizmet alırken sabırsız, anlayışsız davranabildiği, aldıkları ürünlerle ilgili sorunları satış görevlisine yansıttıkları çalışanlar tarafından belirtilmiştir. Konuyla ilgili bazı örneklemeler aşağıdaki gibidir;

“Saygısızlar çok fazla saygısızlar. Telefonla konuşuyor konuşuyor paketini aşılıyor bana gelip bağırıyor. Niye bende kendini tatmin ediyorsun ki, neden bana bağırıyorsu. Şu kadar süre aşmışsınız diyorum, adam ben konuşmadım diyor. Ben mi konuştum?” K 10 (Satış Danışmanı, İletişim, 26).

Bazen bizi insandan saymamaları sıkıntı yaratıyor sadece yani nasıl diyim kabalar biraz daha kibar olabilirler” K 9 (Satış Danışmanı, Tekstil, 19).

“Temizlik sırasında beni engelliyorlar. Bana seni şikayet edeceğim, işten attıracağım diyorlar. Ben giricem diyorlar, temizlenmesini beklemiyorlar” K 5 (Temizlik Görevlisi, Hizmet, 52).

“Üründen dolayı tartışma yaşıyoruz kullanılmış ürünü iade yapmak istiyor

müşteri tüketici kanununda da bu belirtiliyor kullanılmamış ürünlerde bu yapıyor. Küfür edenler oluyor istediği olmayınca, mağaza içerisinde bağırarak çağıran diğer müşteri rahatsız edenler oluyor” K 12 (Mağaza Müdürü, Ayakkabı, 26).

“Müşteriye tavuğun deri kısmı denk geldiği için müşteri geldi. İçindeki ürünün deri olmadığını orda makinanın kenarına sıkışan tavuk parçaları olduğuna ikna etmeye çalıştım müşteriyi. Müşteri daha çok sinirlendi sonra müşteriye isterse parasını iade edebileceğimi söyledim kabul etmedi. Sonra isterseniz dedim ürünün yenisini yaptırayım dedim yine kabul etmedi. Sonra bir şekilde sinirini benden alamayınca benden karşılık bulamayınca tavuğu yüzüme fırlattı bildiğiniz yani dürümü yüzüme fırlattı.” K 3 (Vardiya Müdürü, Gıda, 26).

Müşterilerle ilişkiler alt kodu altında cinsel taciz örnekleri de yer almıştır. Katılımcılar arasında mağaza müdürü olanlar ile yaşları genç olan satış danışmanlarının cinsel taciz hakkında daha rahat konuştukları, orta yaşlı katılımcıların biraz daha çekimser olduğu gözlenmiştir. Konuyla ilgili örneklere ait alıntılar şu şekildedir;

“Evli bir müşteriydi hem de. Eşi ve kızlarıyla geldiler. Ben de ilgilendim tabii müşteri sonuçta. Kızları ve eşi gitti adam tek başına geldi. Direkt yanıma geldi bşeyler sormaya başladı sonra numaramı istedi, benimle görüşmek istediğini... şok oldum. ‘Benim evli ya da bekar olup olmadığını nereden biliyorsunuz da böyle yaklaşıyorsunuz bana’ dedim ‘benim için fark etmez’ diyerek yine numaramı istedi. Kovmuştum adamı mağazadan” K 12 (Mağaza Müdürü, Ayakkabı, 26).

“Beni müşteri taciz etti ya kalçamı sıktı. Bir de böyle yanında karısı varken... Evet ve hiçbir şey yapamadım. Böyle duvarı düzeltiyordum, arkam dönük kalçamı bir şey sıktı. Arkamı bir döndüm adam çocuğunun elini tutuyor. Karısı da çocuğun elini tutuyor. Yani hepsi el eleler adam nasıl başardıysa kalçamı sıktı” Katılımcı 6 (Mağaza Müdür, Tekstil, 35).

Kadına yönelik cinsel tacizin ekonomik, sosyal ve ruhsal anlamda birçok etkisi vardır (Şahin vd., 2012: 67). Mağaza içerisinde müşterilerin tacizine uğrayan kadın katılımcılar olay karşısında farklı tepki vermişlerdir. Ancak katılımcılarımızın bir çoğu bu gibi durumlarda şoka uğrayarak sessiz kalmaktadırlar. Bu gibi durumlar çalışanların motivasyonu etkilemekte ve performanslarını düşürmektedir.

Katılımcıların yoğun olarak sorun yaşadıklarını ifade ettikleri diğer bir kesim %69.2 oranı ile yöneticiler olmuştur. Çalışma hayatında bir iş yerinde iş gücü devrinin az olması o yerin yöneticisi ve çalışma ortamına bağlıdır. İşletme verimliliğini yöneticinin çalışanlara karşı tavrı ve davranışları ile de ilişkilidir (Küçük ve Kocaman, 2015: 351). Yöneticinin liderlik vasıfları taşıması, çalışanlarını motive ederek

yönlendirmesi, yeniliklere açık ve yapıcı olması iş yerinde huzur ortamı oluştururken çalışanların işe bağlılığını da arttıracaktır. Örgütsel adalet duygusu içinde çalışma ilişkilerini geliştirmek, çalışanların onur, kişilik, hak ve sorumluluklarına saygılı davranmak her yöneticinin görevidir (Demirel, 2009: 137). Bu araştırmada bazı katılımcılar yöneticilerinin örgütsel adaletten saptıklarını, işyerindeki barış ve huzur ortamını zedelediklerini belirtmişlerdir. Örnek alıntılar şu şekildedir;

“Restoran müdürüm bana vardiya programını atıyor, örneğin ben açılışım hop gece bir mesaj, sen ara vardiya gel, akşama benim işim var, açılışa ben geleceğim. Benim de işim olabilir, akşamına bana misafir geliyor olabilir benim işim olabileceğini hiç düşünmeden şöyle yap böyle yap” K 13 (Supervizor, Gıda, 31).

“...Bir yıl tansiyon hastası zannettim kendimi, meğer panik atak geçiriyormuşum. Bir tane bölge müdürü yüzünden, bundan beş altı yıl önce onun yüzünden şey yaşadım tansiyon tedavisi gördüm. Hap falan kullandım meğersem panik atakmış...” K 6 (Mağaza Müdürü, Tekstil, 35).

“Genelde müdürümle yaşıyorum bunu. Mesela birine kızdı herkese sert oluyor. Sen ne diyorsan seni duymuyor ya da duymamazlıktan geliyor. Bütün işi sen yapıyorsun gün içerisinde sen bir şey söyleyince seni kale almamaları üzüyor” K 15 (Ekip üyesi, Gıda, 39).

Katılımcılar %46.2 oranı ile iş arkadaşları ile sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Özellikle prim sistemi ile rekabetçi bir performans değerlendirme söz konusu olduğunda çalışanlar arasında yıkıcı rekabet, hırs ve sürtüşmeler yaşanabilmektedir. Yapılan araştırmada AVM içerisinde mağaza çalışanları arasında iş yerinde prim usulü çalışma var ise çatışmaların yaşandığı görülmüştür. Aynı şekilde yöneticilerin bazı satış danışmanlarına ayrıcalıklı davranışları iş yerinde çalışanlar arasında çatışmaya neden olmaktadır.

“Çekememezlik oluyor. Hedef anlamında ne bileyim biz primle çalışıyoruz ya ben hedefimi tutturdum sen tutturamadın olabilir bir ay tutar bir ay tutmaz. Ama burada yöneticilerimizin de hatası var. Kendilerine yandaş arıyor gibiler...” K 1 (Satış Danışmanı, İletişim, 25). AVM’ler iletişimin yoğun olduğu işyerleri gibi görünmekle birlikte ulut ve Kaya Hayatsever (2018) yaptığı araştırmada aslında çalışanlar arasında iletişimin önemli ölçüde az olduğunu göstermiştir. Özellikle gıda işinde çalışanların tekstile oranla müşterilerle de daha az ve sınırlı iletişim kurması çalışanların kısır bir iletişim ağında çalışmalarına neden olmaktadır. Pek çok mağazada iş olmasa bile yan mağazadaki çalışanla sohbet etmeye de sıcak bakılmamaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Kadınların en yoğun olarak istihdam edildikleri sektör hizmet sektörü içinde perakende ticaret alanı olmuştur (Bilir, 2018: 23). Kadın istihdamının yoğun olması ile birlikte bu sektör bazı özellikleri açısından kadın çalışanlara olumsuz çalışma koşulları sunmaktadır. Tüketim alışkanlıklarının değişmesi, tüketicilerin tek bir yerde pek çok hizmeti bulma talebi AVM'lerden alışveriş yapma alışkanlığını beraberinde getirmiştir. İşgücü devir hızının yüksek olması dolayısı ile diğer bazı alanlara göre daha kolay iş olanağı sunan AVM'ler özellikle genç işsizliğin yüksek olduğu Türkiye'de gençlerin zorunlu olarak yöneldikleri yeni iş alanları olmuştur. Satış danışmanlığı kadınların yoğun istihdamı ile "kadın mesleği" olarak da görülmeye başlayan işler arasındadır. Sigortalı, albenili mekanlarda çalışmak bazı kadınlarda iş tatmini yaratsa da (Çabuk ve Keleş, 2011: 30); kadın bedeni ve duygusallığının metalaştırdığı yönünde eleştiriler de yapılmaktadır (Bulut ve Kaya Hayatsever, 2018; Özkaplan vd. 2016: 296; Özkaplan, 2019).

Bu araştırmada Türkiye'nin en büyük 4 ilinden biri olan Bursa'da mekânsal olarak en büyük ve en kalabalık 4 AVM'de farklı görevlerde çalışan 15 kadının çalışma koşulları incelenmiştir.

Katılımcıların yoğun olarak değindiği başlıklar çalışma süresi, ücret, çalışma ortamı, kişisel ilişkiler, iş-aile dengesi olmak üzere 5 temada incelenmiştir. Kadın çalışanların öncelikle uzun çalışma saatlerinden rahatsızlıkları ortaya konulmuştur. AVM'lerdeki çalışma koşullarını ortaya koyan diğer araştırmalarda da katılımcılar yoğun olarak bu sorunu dile getirmiştir (Yılmaz, 2016; Başçı, 2019a ; Başol ve Saruhan, 2018, Öztürk Başol, 2020; Kaplan, 2020). ÇSGB'nin sektörde yaptığı araştırma raporu ve Koop-İş Sendikasının yaptığı anket çalışmasında da AVM'lerde uzun çalışma saatlerinden bahsedilmiştir. ÇSGB'nin sektördeki sorunları rapor ettiği araştırma 2013 yılında gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık 10 yıllık bir süre sonrasında çalışanların sorunlarının benzer başlıklar altında toplanması çalışma koşullarının düzeltilmesi açısından çok yol alınmadığını gösterir niteliktedir. Uzun çalışma saatlerinin yanı sıra geleneksel çalışma saatleri dışında aktif olarak çalışmak kişilerin aile ve sosyal yaşamını zedelemektedir. Vardiyalı çalışmaya ilişkin benzer sıkıntılar diğer çalışmalarda da bahsedilmiştir (Yılmaz, 2016; Başçı, 2019a; Başol ve Saruhan, 2018). Benzer şekilde yoğun çalışma saatleri arasında mola sürelerinin ve haftada bir izin gününün yetersizliği ve ayrıca yıllık izin tarihlerinin özgürce seçilememesi diğer rahatsızlık duyulan konular arasındadır (ÇSGB, 2013; Bulut ve Hayatsever, 2018; Başçı, 2018; Başçı, 2019a; Kaplan, 2020).

Katılımcıların yoğun olarak dile getirdiği sorunlarda biri de ücretlerdeki

yetersizlik olmuştur. Asgari ücret düzeyinde gelir elde eden katılımcılar, yaptıkları iş ile kıyaslandığında aldıkları ücretin emeklerinin çok altında olduğunu belirtmişlerdir. Ücretlere ilişkin sonuçlar konuyla ilgili yapılan diğer çalışmalarla da uyumludur (Çabuk ve Keleş, 2011; ÇSGB, 2013; Yılmaz, 2016; Başçı, 2018; Bulut ve Kaya Hayatsever, 2018; Başçı, 2019a; Kaplan 2020; Öztürk Başol, 2020).

Araştırma sonuçlarının değerlendirildiği diğer bir tema çalışma ortamıdır. AVM'lerin kapalı, gürültülü, yoğun ışıklı ve klimalı ortamı çalışanların fiziksel ve psikolojik sağlıklarını etkilemektedir. Nitel yapılan diğer araştırmalarda da (Başçı, 2019a; Başol ve Saruhan, 2018) katılımcılar ayarlayamadıkları klimaların uygunsuzluğundan, yüksek ışık ve gürültüye maruziyetin yarattığı stres ve baş ağrısı gibi durumlardan söz etmişlerdir. Diğer yandan gıda sektöründe çalışanların yaşadığı bazı iş kazaları yeterince önemsenmemiş ve iş kazası olarak kayıt altına alınmamıştır.

Satış işi müşterilerle yoğun ilişki ve iletişim içeren bir meslektir. Katılımcılar kadın satış danışmanlarına müşteriler tarafından yapılan kaba ve kötü muameleden bahsetmişlerdir. Aynı durum diğer bazı araştırmalarda da ortaya konmuştur (Başçı, 2018; Başçı, 2019a). Günümüz pazarlama anlayışındaki “müşteri odaklılık” dönüşümü çalışanların müşteriler karşısındaki konumunu zora sokmaktadır. Müşteriler ürün ve mağaza ile ilgili şikayetlerinde de muhatap olarak satış danışmanlarını görmektedirler. Müşterilerin her durumda haklı sayılması çalışanlarda yüzeysel rol, duygusal duyarsızlaşma ve yabancılaşma sorununu da beraberinde getirmektedir (Başçı, 2019b).

Gün boyu birçok insanla iletişim halinde olan katılımcılar çalışma arkadaşları ya da yöneticileri ile sıkıntılar yaşayabilmekte ve bu katılımcıların performansını olumsuz etkilemektedir. Yapılan işin karşılığında takdir görmeyen katılımcılar motivasyonlarının düştüğünü belirtmişlerdir. Çalışma arkadaşları ile ilişkiler ise özellikle prim ve satış baskısı altında çalışanlar arasında zedelenmektedir. Primle ekstra gelir elde etmek çalışanlar arasında yıkıcı bir rekabeti de beraberinde getirmektedir. Yoğun denetim ve satış baskısı bu tema altında ilişkileri zedeleyen diğer faktörler olmuştur. Sektörde satışların artırılması baskısı doğrudan çalışanlara yansımaktadır (Başol ve Saruhan, 2018; Bulut ve Kaya Hayatsever, 2018; Başçı, 2019a).

Geleneksel ataerkil toplum izlerinden tam sıyrılamamış bir ülke olan Türkiye’de böyle bir araştırma yapmanın diğer önemli bir sonucu da rol çatışmalarıdır. Yoğun ve uzun çalışma saatleri ardından çalışan kadınlar tek mola günlerinde ev işleri ve çocuk bakımı ile meşgul olduklarını ifade etmişlerdir. Çocukların işten geldiği saatlerde ve hafta sonlarında evde olamamak da “anne” olan katılımcılar için aileleri ile psiko-sosyal ilişkileri zayıflatmaktadır. Benzer sonuçlar diğer çalışmalarda da ortaya konmuştur (Yılmaz, 2016; Başol ve Saruhan 2018, Başçı 2018; Başçı, 2019a; Bulut ve

Kaya Hayatsever, 2018).

Çalışmada diğer bazı araştırmalardakine (Şahin vd., 2012; Yılmaz 2016) benzer şekilde cinsel tacize uğradığını belirten katılımcılar olmuştur. Satış danışmanlığı mesleğinin bir kadın mesleği olarak görülmesinin artmaya başlaması ile kadın bedeni ve duygularının metalaştırıldığına da dikkat çekilmektedir. Diğer bir ifade ile insani duygular ve beden, sermayenin ve müşterilerin gözünde emek gücünün bir bileşeni haline gelerek metalaşmıştır (Yılmaz, 2016). Metalaşma satış işinde dış görünüşün ön plana çıktığı, müşteri ile yüz yüze ilişkinin tamamen satış odağında şekillendiği ve genç satış danışmanları için estetik ve duygusal emek kontrolünün ön plana çıktığı bir iş tanımına neden olmaktadır (Özkaplan, 2019). “Kadın” satış danışmanlarına karşı müşteri ve yöneticilerin tavırları duygularını yokmuş ve hiçbir şeye itiraz etmemek işlerinin bir parçasıymış gibi bir algı ile şekillenebilmektedir. İşgücünü bir maliyet unsuru olarak gören sermaye sahiplerinin de işgücüne yönelik bu değersizleştirmede payı olduğu düşünülebilir.

Sektördeki sorunların çözümünde örgütlenme, sendikalaşma önemli bir adım olacaktır. Bütün dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi bir süre AVM’lerin kapalı kalmasına ve pek çok işyerinin kapanmasına neden olmuştur. Bu süreçte işsiz kalan ya da bir süre işten uzak kalan çalışanlar için sendikalara yönelmek gündem dışı kalmıştır. Örgütlenmenin olduğu iş yerlerinde süreç işçilerin lehine olacak şekilde ilerlerken çalışanların pek çoğunun sendikaların faaliyetlerinden ve işlevlerinden habersiz olduğu görülmektedir. Sendikalar bu kesime ulaşmak için daha fazla kaynak ve zaman ayırmalıdır (Kaplan, 2020:73-74).

KAYNAKÇA

- Başçı, E. (2018). AVM'lerdeki Satış Görevlilerinin Çalışma Koşulları ve Deneyimleri: İzmir'de Sosyolojik Bir Saha Araştırması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Eskişehir.
- Başçı E (2019a). Modern Agoralarda Esnek Çalışma: Sosyolojik Bir Saha Araştırması. IJEASS Haziran 2(1), 1-20.
- Başçı E. (2019b). Modern Agoraların Teatral Maskesi: Duygusal Emek. Sosyoloji Notları, 3 (1), 18-38.
- Başol, O.; Saruhan, O. (2018). Alışveriş merkezi çalışanlarının çalışma koşullarının insan onuruna yakışır iş bağlamında değerlendirilmesi: Nitel bir inceleme. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (36), 122-147.
- Bilir, E. Z. (2018). Duyguların ve Bedenlerin Ticarileşmesi: Ankara'daki Alışveriş Merkezlerinde Çalışan Kadın Satış Görevlileri. Emek Araştırma Dergisi, 1, 19-47.
- Bulut, G., & Kaya Hayatsever, E. (2018). AVM'lerde Emek: Sınıf İçi İletişim Ekseninde Bir Değerlendirme. Emek Araştırma Dergisi, 9(13), 93-110.
- Çabuk, S., & Keleş, C. (2011). Satış yönetiminde cinsiyet ve iş tatmini. E-Journal of New World Sciences Academy, 6(1), 18-33.
- ÇSGB, (2013), Alışveriş Merkezlerinde Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi Programlı Teftişi Sonuç Raporu, Ankara, https://www.cs.gb.gov.tr/medias/6047/2014_62.pdf (Erişim Tarihi: 03.06. 2019).
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel adaletin yönetici-çalışan ilişkileri üzerine etkisi: farklı sektör çalışanlarına yönelik bir araştırma. Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 9 (17), 137-154.
- Gezer-Aydın, G. (2021). İşgücünün Prekerleşmesi Sürecinde Beyaz Yakalılar: AVM'de Çalışanlar Üzerine Bir Alan Araştırması. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20 (40), 197-219.
- Güler, O., Dalgıç, A., Tor Kadioğlu, C., (2017). Gayri Ahlaki Müşteri Davranışı ve Başa Çıkma taktikleri: Restoran ve Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi, 28- 30 Eylül, Mersin Türkiye.
- Güngörmüş, H. A., Gürel, O., Acar, A., Yapılı, O. (2019). Serbest Zaman Tutumu ile Yaşam Kalitesi ve Mutluluk İlişkisi: AVM Çalışanları Örneği, 2. Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresi, 11-14 Nisan, Bodrum.
- Lıcalı, M. (2019). "AVM'lerde Modern Kölelik", Cumhuriyet Gazetesi, 10 Ağustos 2019, (<https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/avmlerde-modern-kolelik-1528984>, Erişim Tarihi: 13. 08.2022).
- Kapız Özen, S. (2002). İş-Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yaklaşım: Sınır Teorisi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (4)3, 139-153.
- Kaplan, M., (2020). Covid-19 Salgını Sürecinde AVM ve Mağaza Çalışanlarının Sendikal Yönelimlerinin Değerlendirilmesi. Emek Araştırma Dergisi, 5(2), 51-76.
- Karadoğan E (2021). Covid-19 Pandemisinde İşçilerin Çalışma Koşullarının ve Alınan

Önlemlerin AVM İşçilerine Yönelik Bir Alan Çalışması Üzerinden Değerlendirilmesi. *Mülkiye Dergisi*, 45(2), 449-493.

Kaşeven, P. (2018). Önder Alışveriş Merkezi Çalışanlarının İş Tatmin Seviyelerine Yöneticilerin Etik Liderlik Davranışlarının Etkisi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kıbrıs.

Küçük, O.; Kocaman, G. (2015). Yöneticilerin Emir veya Talimat Biçimiyle Çalışanların Görevlerini Gerçekleştirme Düzeyi İlişkisi: Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 349-366.

Özkaplan, N. (2015). Hizmet sektöründe duygusal emek ve toplumsal cinsiyet. *TTB Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 15 (56), 15-21.

Özkaplan, Nurcan; Ruben, Ester; Öztan, Ece (2016). Alışveriş Merkezlerinde Çalışan Kadın Satış Elemanlarının: Çalışma Yaşamları Mesleki Algıları ve Kariyer Beklentileri. The Word Bank, Türkçe Rapor, <https://documents1.worldbank.org/curated/en/766601479490813095/pdf/110380-WP-P146215-PUBLIC-TURKISH-nurcanozkaplan-R.pdf> (Erişim Tarihi: 21.08.2020).

Özkaplan, N., Öztan, E.; Ruben, E. (2017). AVM'lerin Yorgun Gençleri: Tezgahtarlıktan Satış Elemanlığına Emeğin Dönüşümü, Sosyal Araştırmalar Vakfı, İstanbul.

Özkaplan, N. (2019) “AVM’lerde Mağaza Çalışanlarının Sendika Algıları”, *Tez-Koop-İş Kadın Dergisi*, 6, 60-63.

Öztürk Başol (2020), İş Stresi, İş Doyumu ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkileri: Avm Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 22 (2), 25- 44.

Öztürk, İrem (2015). İş Yaşamında Üretkenlik Karşıtı Davranışlar: Ayrımcılık ve Adaletsizlik Algıları ile Olumsuz Duyguların Etkileri. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Salihoğlu, T.; Türkoğlu, H. (2016). İstanbul'daki Boş Zaman Değerlendirme Mekanlarının Dağılımı Üzerine Niceliksel Bir Değerlendirme, *Planlama Dergisi*, 26 (3), 204–218.

Şahin, M., B. Aydın; Sarı, S.V. (2012) (2012). Avm’lerde Çalışan Kadın Satış Danışmanlarının Cinsel Tacize İlişkin Görüşleri. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 1 (2), 67-81.

Tokol, A.; Alper, Y. (2011), *Sosyal Politika*, Dora Yayınları, Bursa.

Topgül, S. (2016). İş Ve Aile Yaşamı Dengesi(zliği)Nin Kadın Çalışanlar Üzerindeki Etkileri, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23 (1), 217-231.

Varinli, İ; Oyman, M. (2013). Perakendeciliğe Giriş. Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2851, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 1808, Eskişehir.

Yılmaz, R. K. (2016). Değişen Mekân, Değişen Sınıfsallıklar: Samsun Kenti Örneğinde AVM’lerde Çalışan Kadın Satış Temsilcileri. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 1, 31-58.