

Yayın Geliş Tarihi: 11.12. 2018

Yayın Onay Tarihi: 23.12.2018

Oğuz BAŞOL •

Onur SARUHAN ••

## Alışveriş Merkezi Çalışanlarının Çalışma Koşullarının İnsan Onuruna Yakışır İş Bağlamında Değerlendirilmesi: Nitel Bir İnceleme<sup>1</sup>

*Evaluation of The Working Conditions of Shopping Mall Employees In the Context of Decent Work: A Qualitative Investigation*

### Özet

Neo-liberal politikalar emek piyasaları üzerinde bazı olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Bu nedenle UÇÖ, emek piyasaları üzerinde gelişen olumsuzlukları hafifletmek için<sup>87</sup>. Uluslararası Çalışma Kongresinde sosyal güvenlik, sosyal diyalog, temel haklar ve istihdam temelleri üzerine kurulan insan onuruna yakışır iş kavramını gündemine almıştır. İnsan onuruna yakışır iş kavramının ülkemizde son zamanlarda sayısı giderek artan ve istihdamın önemli bir payını oluşturan (2018 yılı itibariyle yaklaşık 500 bin kişi doğrudan istihdam edilmiştir) alışveriş merkezlerinde incelenmesi mevcut araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın saha çalışması Kırklareli'nin Lüleburgaz ilçesindeki bir alışveriş merkezinde çalışan 10 kişi ile yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği ile yapılmıştır. Araştırma sonucunda, çalışanların çalışma koşullarının insan onuruna yakışır standartlarda olmadığını söylemek yerinde olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** İnsan onuruna yakışır iş, AVM, çalışan.

**Jel Kodları:** J53, J81, M54

### Abstract

Neo-liberal policies have produced some negative consequences on labor markets. For this reason, the ILO has put the concept of the decent job based on social security, social dialogue, fundamental rights and employment foundations at the 87th International Labor Congress to alleviate the negativities on the labor markets. The investigation of decent work concept in shopping malls, which are constantly increasing in number and constituting a very important share of the employment (as of 2018, approximately 500 thousand people were directly employed in shopping malls) is the subject of the present study. The study was conducted with a semi-structured interview technique with 10 people working in a shopping mall in Luleburgaz district of Kırklareli.

• Doç. Dr. Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, <https://orcid.org/0000-0002-7523-4544>, [oguzbasol@klu.edu.tr](mailto:oguzbasol@klu.edu.tr)

•• <https://orcid.org/0000-0002-1431-3564>, [saruhanonur1@gmail.com](mailto:saruhanonur1@gmail.com)

<sup>1</sup> Bu araştırma Onur SARUHAN tarafından kaleme alınan "Alışveriş Merkezi Çalışanlarının Çalışma Koşullarının İnsan Onuruna Yakışır İş Bağlamında Değerlendirilmesi: Lüleburgaz Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

As a result of the research, it is possible to say that the working conditions of the employees are not in accordance with decent job standard.

**Keywords:** Decent work, Shopping mall, Employee

**Jel Codes:** J53, J81, M54

### Giriş

Genellikle modern ekonomilerin tarım, sanayi ve hizmet olmak üzere üç temel sektörden oluştuğu ifade edilmektedir. Son yarım asırda gerçekleşen bazı teknolojik gelişmeler sanayi ötesi topluma geçiş sürecini hızlandırarak sektörler arasındaki dengelerin değişmesine yol açmıştır. Nitekim bu süreçte tarım ve sanayinin, ekonomi ve istihdam içindeki yeri ve önemi sabit kalmakta hatta azalmaktayken, hizmet sektörünün ekonomi ve istihdam içerisindeki önemi artmıştır.

Hizmet sektörünün genişlemesi tüketime yeni bir bakış açısı getirmiştir. Bu süreçte tüketimin artması satışları tetiklemiş ve perakendeciliği geliştirmiştir. Diğer taraftan, milyonlarca bireyin kırdan kente göç etmesi kentleri genişletmiş ve otomobil kullanımının yaygınlaşması, günümüzde perakende sektörünün organize bir hal almasına neden olmuştur. Bu gelişmelerin sonucunda, ilk alışveriş merkezi (AVM) 1923 yılında ABD’de hizmete girmiştir. Alışveriş merkezlerinin ülkemizde faaliyete geçmesi ABD’ye kıyasla bir hayli sonra gerçekleşmiş ve 1988 yılında İstanbul, Bakırköy’de inşa edilen “Galleria” ülkemizin ilk AVM’si olmuştur.

Alışveriş merkezleri günümüzde sadece ticari faaliyetlerin gerçekleştiği alanlar olmaktan çıkıp arkadaşların buluştuğu, sağlık hizmetlerinin alındığı ve kültür sanat organizasyonlarının gerçekleştirildiği kamusal alanlara dönüşmüş; tüketiciler ve toplum için önemi giderek artmıştır. İlaveten, alışveriş merkezlerinin GSYİH içerisindeki kayda değer ekonomik büyüklüğü, ülkeler için AVM’leri önemli hale getirmiştir. Ülkemizde faaliyetlerine devam eden 385 AVM’nin, 2015 yılı sonunda yaklaşık 100 milyar TL satış hacmine ulaştığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan, 2015 yılında ABD’de 4,36 trilyon dolar değerinde perakende satışının 2,4 trilyon doları AVM’ler tarafından gerçekleştirilmiştir.

Alışveriş merkezlerinin önemli olduğu diğer nokta ise istihdamdır. 2017 yılında Türkiye’de AVM’ler tarafından istihdam edilen kişi sayısının yaklaşık 485 bin kişiye

ulaştığı tahmin edilmektedir. ABD’de yaklaşık 13 milyon kişi diğer bir ifadeyle, toplam istihdamın %9’u AVM’lerde istihdam edilenlerden oluşmaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinde ise 4 milyon çalışan (yaklaşık %9) AVM’lerde istihdam edilmektedir. Bu nedenle, alışveriş merkezleri diğer özelliklerinin yanı sıra istihdam anlamında da oldukça önemli bir yere sahiptir.

Türkiye’de sosyal bilimler yazını incelendiğinde, AVM’lerin tüketici üzerindeki etkileri, yer seçimi, marka değeri gibi konuların araştırıldığı, buna karşın, AVM çalışanlarının çalışma koşullarının herhangi bir araştırmaya konu olmadığı görülmüştür. Bu çerçevede gerçekleştirilen araştırma, yaklaşık yarım milyon kişinin istihdam edildiği bu sektörde, alışveriş merkezi çalışanlarının çalışma koşullarını bir AVM üzerinden ortaya koymayı hedeflemektedir.

### **1. İnsan Onuruna Yakışır İş Kavramı**

Ülkeler tarafından benimsenen neo-liberal politikalar, güvencesiz hizmet sektörünün genişlemesi, beyaz yakalı istihdamının artması, çalışanların yaşadığı örgütlenme sorunları, artan işsizlik ve küresel rekabet baskısı, çalışan haklarının gerilemesine neden olduğu ifade edilmektedir. Araştırmalar birçok çalışanın fiili olarak emek piyasalarında çalışmasına rağmen temel yaşam standartlarına dahi erişemediğini göstermektedir (Burchell ve ark., 2014; Bureau of LabourStatistic, 2014). Tüm bu gelişmeler sonucunda UÇÖ, (Uluslararası Çalışma Örgütü-International LabourOrganization) insan onuruna yakışır iş kavramını ilk kez 87. Uluslararası Çalışma Konferansı gündemine alarak tüm dünyada yaygınlaştırmayı hedeflemiştir.

ILO (1999), insan onuruna yakışır iş kavramını;“çalışanlara düzgün, yeteneklerine uygun, eşit ve yeterli ücret sağlayan, sosyal diyalogun uygulandığı ve bireylerin saygınlıklarını arttıran işler” şeklinde tanımlamıştır. Palaz (2010), insan onuruna yakışır işleri; ayrımcılık yapmaksızın çalışan tüm işçileri kapsayacak şekilde sosyal güvenlik, sosyal diyalog, istihdam ve işyerindeki temel hakları içeren işler şeklinde tanımlayarak insan onuruna yakışır işlerin dört boyutuna dikkat çekmiştir.

Birleşmiş Milletler (BM, 2017) ise, insan onuruna yakışır işleri; “erkek ve kadınlara eşit istihdam fırsatı barındıran, tüm çalışanlar için üretken ve adil bir gelirin

sağlandığı, işyeri güvenliği ve çalışanların ailelerine yönelik sosyal korumanın sağlandığı işler” olarak tanımlamıştır.

İnsan onuruna yakışır iş kavramı uluslararası yazında tartışılmaya başlandıktan sonra, işlerin niteliğini çalışanlar lehine geliştirmek için sosyal güvenlik, sosyal diyalog, çalışanların temel hakları ve istihdam koşulları olmak üzere dört temel boyut belirlenmiştir (ILO, 1999; Sengenber,2001; Ghai, 2002; Işığışık, 2005; Gündoğan, 2010).

Türk Dil Kurumu (TDK) istihdam kavramını “bir görevde, bir işte kullanma” şeklinde tanımlamaktadır. Tokol ve Alper’in (2013:116-117) tanımına göre istihdam; üretim sürecinde kullanılan emeğin, yaratılan toplam değerlerden aldığı paydır. Birey ve toplum için oldukça önemli olan istihdam, insan onuruna yakışır işlerin temel unsurlarından biridir. Hatta Ghai (2006: 10-14) insan onuruna yakışır işlerden bahsetmek için öncelikle çalışanlar için sosyal ücret düzeyinde yeterli sayıda istihdam fırsatının olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede UÇÖ, cinsiyet farkı gözetmeksizin; temelinde eşitlik, güvenlik ve özgürlük barındıran istihdamın, insan onuruna yakışır işler çerçevesinde sağlanmasını amaçlamaktadır (Ghai, 2005: 6).

Sosyal güvenlik kavramı, 1948 yılında ilan edilen insan hakları evrensel beyannamesinde; “Herkesin hastalık, analık, işsizlik, yaşlılık ve ölüm gibi insan iradesinin dışında meydana gelen risklere karşı güven içerisinde olması gereğinin yanı sıra; beslenme ve barınma gibi her türlü ihtiyacın karşılanmasıdır.” şeklinde tanımlanmıştır (Ayhan, 2012: 43). Sosyal güvenlik, çalışanlar ve toplum için çalışma hayatının önemli bir parçasıdır. İşlemeyen sosyal güvenlik sistemleri toplumu olumsuz ve kötü koşullara maruz bırakırken, işleyen sosyal güvenlik sistemleri toplum ve çalışma ilişkilerine istikrar kazandırmakta, ayrıca sosyal sorunları çözmeye ve sosyal barışın sağlanmasına yardımcı olmaktadır (Kılıç, 2009: 12). Bundan dolayı sosyal güvenlik 89. Uluslararası Çalışma Konferansı’nda temel insan hakkı olarak vurgulanmış ve insan onuruna yakışır işlerin boyutlarından biri olarak tanımlanmıştır (ILO, 2001).

Çalışma hayatına sosyal standartlar getirmek adına UÇÖ (1998) 86. Uluslararası Çalışma Konferansı sonrasında yayınlanan “Çalışma Yaşamında Temel İlkeler ve Haklar Bildirgesi” ile birlikte çalışma yaşamındaki temel hak ve prensipleri belirlemiştir. Bu prensipler örgütlenme hakkı, toplu pazarlık hakkı, zorla çalıştırmanın yasaklanması,

çocuk işçiliğinin yasaklanması ve işyerinde ayrımcılığın yasaklanması gibi beş temel başlık altında toplanmaktadır (Sengenberger, 2001: 39-40; Fields, 2003: 242).

Ekin (1999: 374), sosyal politikaların belirlenmesi ve toplumsal bütünlüğün sağlanması amacıyla, toplumun taraflarını makro düzeyde bir masa etrafında toplayan mekanizmayı sosyal diyalog olarak tanımlamıştır. Sosyal diyalog mekanizmasını aktif olarak kullanan ülkelerin daha fazla insan onuruna yakışır iş yarattığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla adil ve dengeli büyüyen ekonomik kalkınma için sosyal diyalog hayati bir faktördür (Işığışok, 2005: 54). Ayrıca, işçilerin kendi çıkarlarını işveren ile görüşmek ve özgürce savunmak için işçilerin örgütlenme kabiliyeti ve sosyal diyalogun etkinliği işyerinde veya toplum nezdinde demokrasinin en önemli unsurudur (Anker ve diğerleri, 2002: 55-57).

İnsan onuruna yakışır işler kavramını oluşturan bu dört temel boyut birbiriyle ilişki içerisindedir. Farklı bir ifadeyle, herhangi bir boyutun yokluğu veya eksikliği diğer boyutları da etkilemektedir (Işığışok, 2005). Ayrıca, bu boyutlar arasında negatif etkileşim olduğu gibi pozitif bir iletişimde var olduğu gözlemlenmektedir. Genişletilen veya güçlendirilen bir boyut diğer boyutları da pozitif etkilemektedir (Işığışok, 2010; ILO, 2008). Örneğin, asgari ücret hakkının var olması ve sağlıklı bir çalışma ortamı istihdamın biçimini ve hacmini etkilemektedir. Ayrıca, işverenlerin, hükümetlerin ve çalışanların sendikalaşma ve toplu sözleşme karşı olan tutumları sosyal korumayı doğrudan etkiler. İlave olarak, toplu pazarlığın varlığı, istihdam yapısı, seviyesi ve koşulları üzerinde belirgin bir etkiye sahiptir. İstihdamın düzeyi ve niteliği sosyal güvenliği etkilemektedir. Farklı bir ifadeyle yüksek ücretli istihdam belirli sosyal güvenlik türlerine olan ihtiyacı azaltmakta veya ortadan kaldırmaktadır (Ghai, 2006).

## 2. Alışveriş Merkezleri

Alışveriş bin yıldan uzun süredir, antik meydan pazarları, liman ticari bölgeleri gibi çeşitli formlarda gerçekleştirilmektedir (ICSC, 2013: 7). Bu tanımdan yola çıkarak modern alışveriş merkezlerinin köklerine bakıldığında; antik Yunan uygarlığında agoralar, Roma döneminde forumlar, Osmanlı'da pazar veya çarşılar ve Avrupa'da ise pasajlar görülmektedir. Ayrıca bu mekânlar, modern AVM'lerin ilk örnekleri olarak kabul edilmektedir (Cohen, 2003; Underhill, 2005; Kocaili, 2010).

Alışveriş merkezleri farklı özelliklerinden ve sürekli gelişen konseptinden dolayı birçok farklı tanıma sahiptir. Beddington (1991) AVM kavramını, genellikle büyük bir karmaşık yapı olarak kurulan, yönetici veya merkezi yönetim tarafından yönetilen ve yapı içerisindeki mağazaları kiralamayı hedefleyen mekân olarak tanımlamaktadır. Markham (1998) ise, alışveriş merkezini “perakendecilerin konuşlandığı ve gerçekleştirilen tüm hizmetin, planlanan alan içerisinde tek bir merkezden yönetildiği perakendeci grubu” olarak tanımlamaktadır. Altuna (2012) alışveriş merkezini, insanların alışveriş ve zaman geçirmeleri için tasarlanmış, içerisinde mağazaların ve eğlence alanları barındıran, şehir içinde veya şehir dışında kurulan çeşitli büyüklükteki mekânlar olarak tasvir etmektedir.

### **2.1. Alışveriş Merkezlerinin Ekonomik ve Sosyal Etkileri**

İnsanların bir arada alışveriş, kültürel ve sosyal etkinliklerini gerçekleştirebildikleri alışveriş merkezleri, günümüzde tüketim kültürünün merkezi haline gelmiştir (Feinberg ve Meloi, 1991). Özellikle istihdam, vergi/prim ödemeleri, yaşam merkezi haline gelmeleri ve ekonomik büyüklükleri itibariyle toplum ve devletler için giderek daha önemli hale gelmektedir.

Alışveriş merkezleri istihdamı arttırıcı niteliğe sahip bir sektördür. Bir araştırma alışveriş merkezlerinin her 20 m<sup>2</sup>'lik alan için 1 çalışan istihdam ettiğini göstermektedir. Bu rakam temel alındığında, 50.000 m<sup>2</sup> alana sahip bir alışveriş merkezinin 2.500 kişilik istihdam yaratabildiği düşünülmektedir (IFC, 2008). Diğer taraftan, alışveriş merkezleri inşa aşamasında genellikle kalifiye olmayan işçilere geçici istihdam sağlarken inşa edildikten sonra perakende sektörünün çalışma prensipleri gereği ağırlıklı olarak kadın ve genç çalışanlara istihdam olanağı sağlayabilmektedir. Alışveriş merkezlerinin istihdam anlamında katkıda bulunduğu bir diğer araç ise yerel istihdamın sağlanmasıdır. Yapılan araştırmalar, alışveriş merkezlerinde yaratılan istihdamın büyük bir kısmının bölgede yaşayan yerel halktan oluştuğunu göstermektedir (Wang, 2011; Hammerson, 2013). Bu bilgiler ışığında, bölgesel kalkınma ve bölgesel işsizliğin önlenmesinde alışveriş merkezlerinin önemli bir rolünün olduğu düşünülebilir.

**Tablo 1:Seçilmiş Ülkeler İçin AVM'lerde Yaratılan Doğrudan İstihdam**

Ülkeler	İstihdam Sayısı
ABD	12.364.583
Birleşik Krallık	862.726
Almanya	680.604
Fransa	515.938
İtalya	326.076
İspanya	318.835

**Kaynak:** ICSC, 2016; ICSC, 2015

Tablo 1, seçilmiş ülkeler için alışveriş merkezlerinde yaratılan doğrudan istihdamı göstermektedir. Buna göre, ABD'de AVM'ler tarafından istihdam edilen kişi sayısı 12 milyondan fazladır. Avrupa'da ise en çok AVM çalışanı sırasıyla Birleşik Krallık, Almanya ve Fransa'da istihdam edilmektedir. Alışveriş merkezleri, Avrupa Birliği'nde toplam 4 milyon kişiye istihdam yaratmaktadır (ICSC, 2015: 13-15).

AVM'lerin Türkiye'de istihdama yaptığı katkı oldukça büyüktür. Alışveriş Merkezi Yöneticileri Derneği'nin (AYD) 2017 yılı tahminlerine göre; ülkemizde yaklaşık 480 bin kişi AVM'lerde doğrudan istihdam edilmektedir. TÜİK'in (2017) yayınladığı raporda Türkiye'de 27 milyon 205 bin kişinin istihdam edildiği görülmektedir. Bu rakamlar göz önüne alındığında, AVM çalışanlarının toplam istihdam edilenler arasındaki oranı %1,7 olarak hesaplanmaktadır. Bu bilgiler ışığında AVM'lerin insan onuruna yakışır işlerin boyutlarından biri olan istihdam olanakları için büyük bir fırsat yarattığını söylemek mümkündür.

Alışveriş merkezleri ayrıca kayıt dışı ekonomiyi azaltmada büyük önem taşımaktadır. AVM'lerde faaliyet gösteren perakende sektörü, çalışma prensipleri gereği bütün işlemleri kayıt altına almaktadır. Bu nedenle, kayıt dışılığın en az olduğu ticari mekanların başında AVM'ler gelmektedir (TOBB, 2012: 5). Bilindiği üzere kredi kartlarının AVM'lerde yaygın bir şekilde kullanılması ve kredi kartı ile yapılan harcamaların faturalandırılması zorunluluğu, AVM'lerin kayıtlı ekonomiye daha fazla katkı sağlayabilmesini mümkün kılmıştır (İpekçi, 2014: 74).

Türkiye’de kayıtlı ekonomi ve kayıtlı istihdamın yaygınlaşmasında önemli rol oynayan AVM’ler (İpekçi, 2014: 75) 2014 yılında 7,5 milyar TL sosyal güvenlik primi ödemiştir. Buradan hareketle AVM’lerin hem kayıtlı vergi sistemi açısından hem de kazançların kayıtlı olması açısından değer yarattığı söylenebilir. İlaveten elde edilen bilgiler, AVM’lerin çalışanlarına asgari ücretin üzerinde gelir sağladığını göstermektedir (Finans Gündem, 2014).

Devletlerin önemli gelir kaynağı olan vergiler incelendiğinde ABD’de AVM’lerin ödediği toplam vergilerin yaklaşık 140 milyar dolar, Avrupa’da 110 milyar Avro, Türkiye’de ise 20 milyar TL civarında olduğu gözlemlenmektedir (ICSC, 2016: 7-14; AYD, 2016).

AVM’lerin ekonomik değerinin bir göstergesi de satışlarının toplamıdır. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de AVM’ler toplam satışlarını giderek arttırmaktadırlar.

**Tablo 2. Türkiye’deki AVM Satışları**

Yıllar	AVM Satışları (Milyar TL)
2010	27,5
2011	35,6
2012	50,5
2013	65,3
2014	83,0
2015	97,6
2017	119

**Kaynak:** AYD, 2017; AVM Dergi, 2017

Tablo 2, Türkiye’deki AVM’lerin satış toplamalarını göstermektedir. Tabloya göre, 2010 yılında 27,5 milyar TL olan AVM satışları, 2015 yılında yaklaşık 70 milyar TL artarak 97 milyar TL’ye ulaşmıştır. Tahminler 2017 yılında AVM’lerin toplam satışının 119 milyar TL olacağını öngörmektedir.

Ticari alanlar Agora, Pasaj ve Çarşı gibi farklı şekillerde faaliyetlerini gerçekleştirdikten sonra insan ihtiyaçlarına göre tekrar şekillenerek alışveriş merkezlerine dönüşmüştür (Kocaili, 2010: 25-40). Günümüzde ise Alışveriş ve Yaşam Merkezleri (AVYM) sadece ticari faaliyetlerin gerçekleştirildiği mekânların aksine tüm



sosyal faaliyetlerin gerçekleştirildiği ve her türlü hizmetin bulunabildiği yaşam merkezleri halini almıştır (Zukin, 1998: 830).

AVM'lerinAVYM'ye(Alışveriş ve Yaşam Merkezi) dönüşmesi; bu ticari alanların sadece perakende ve eğlence bileşenleri sunmakla kalmamasını, aynı zamanda kamu ve özel hizmetlerin de sunulduğu mekânlara dönüşmesini sağlamıştır. Bu hizmetler; bankalar, sigorta şirketleri, sağlık merkezleri, kütüphaneler, postane, eczane ve tıbbi bakımın yanı sıra spor merkezleri, anaokulu ve eğitim kurumları olarak nitelendirilebilir (Wang, 2011: 27). Türkiye genelinde bulunan 2230 sinema salonunun %80'ininAVM'lerde bulunması ve bazı AVM'ler içerisinde sadece kültür, sanat ve sosyal organizasyonlara ayrılmış, binlerce kişinin aynı anda yararlanabildiği alanların olması AVM'lerdeki dönüşümün bir göstergesidir (AYD, 2017; Akbatı, 2017).

### 3. AVM Çalışanları Üzerine Bir İnceleme

Devam eden bölümde araştırmanın amacına, önemine, yöntemine, örnekleme, kısıtlarına ve problemine yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Kırklareli ili Lüleburgaz ilçesindeki alışveriş merkezi çalışanlarının çalışma koşullarının, insan onuruna yakışır iş bağlamında incelenmesidir. Farklı bir ifade ile araştırma, Kırklareli ile Lüleburgaz ilçesindeki alışveriş merkezi çalışanlarının işlerinin insan onuruna yakışır iş standartlarına ne ölçüde uyduğunu belirlemeyi hedeflemektedir.

#### 3.2. Araştırmanın Önemi

Araştırma kapsamında "insan onuruna yakışır iş" ve "alışveriş merkezi" başlıklarını taşıyan eserler üzerine detaylıyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Bu tarama sonucunda 28 lisansüstü tezin ve 29 makalenin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmalar daha çok alışveriş merkezlerinin ticari boyutu, yer seçimi, tüketici tercihleri ve çalışanların motivasyonu konularına yöneliktir ve çalışanların çalışma koşullarını inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu noktada mevcut araştırma, Türkiye'nin perakende cirosunun %50'sini, istihdamının %1,7'sini oluşturanAVM'lerde, çalışanların çalışma koşullarını tespit ederek yazındaki önemli bir boşluğu doldurmayihedeflemektedir.

#### 3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Uygulanan mülakat formu 6 bölümden ve 51 sorudan oluşmaktadır. Katılımcılara uygulanan mülakat soruları (iki, üç, dört ve beşinci bölümler), UÇÖ'nün 2008 yılında yayınladığı "İnsan Onuruna Yakışır İşlerin Ölçülmesi, İnsana Yakışır İşin Ölçülmesine İlişkin Uzmanların Üçlü Buluşması için Tartışma Metni - Measurement of DecentWork, DiscussionPaperfortheTripartite Meeting of Experts on theMeasurement of theDecentWork" başlıklı çalışmada, insan onuruna yakışır işlerin ölçümünde kullanılan 34 gösterge temel alınarak geliştirilmiştir. Buna göre;

- Birinci bölüm, çalışanların sosyo-demografik özelliklerini ve yöneticilik fonksiyonlarını sorgulamaktadır (örneğin; yaş, cinsiyet ve eğitim durumu) ve bu bölümde 11 soru bulunmaktadır.

- İkinci bölüm, katılımcıların istihdam koşullarına ilişkin bilgileri sorgulamaktadır (örneğin; Adil bir ücret aldığınızı düşünüyor musunuz?, Çalışma saatleriniz uzun mudur?, Hafta sonu izin kullanabiliyor musunuz?) ve bu bölümde 20 soru bulunmaktadır.

- Üçüncü bölüm, çalışanların sosyal güvenlik düzeylerini tespit etmeyi amaçlamaktadır (örneğin; Sizce işyerinizde iş sağlığı ve güvenliği tedbirleri uygulanıyor mu?, Alışveriş merkezinde sigortasız çalıştırıldınız mı?, Kıdem tazminatı ve diğer sosyal haklardan kaçınmak için istifa etmeye zorlandınız mı?) ve bu bölümde 6 soru bulunmaktadır.

- Dördüncü bölüm, çalışanların temel haklarını incelemektedir (örneğin; İşyerinizde siyasi görüş, ırk, ten rengi, din ve cinsiyet gibi nedenlerden dolayı hiç ayrımcılığa maruz kaldınız mı?, Mesaiye kendi iradeniz ile mi kalıyorsunuz?, İşe ve ailenizin ayırdığınız saatin dengeli olduğunu düşünüyor musunuz?) ve bu bölümde 6 soru bulunmaktadır.

- Beşinci bölüm, çalışma ortamında sosyal diyalogun gerçekleştirilmesi durumunu tespit etmeyi hedeflemektedir (örneğin; Daha önce işyerinde çıkan uyuşmazlıkları işçi, işveren temsilcisi veya yönetici, bir araya gelerek çözüm için tartıştınız mı?, Çalışan olarak kendinizi mağaza yönetiminde söz sahibi hissediyor musunuz?, Çalışma şartları ve koşullarının düzeltilmesi için daha önce yönetimle veya yöneticiyle görüş alışverişinde bulduktan sonra ortak karar aldınız mı?) ve bu bölümde 3 soru bulunmaktadır.

- Altıncı ve son bölüm katılımcıların çalışma yaşamına ilişkin kişisel görüşlerini belirlemeyi hedeflemektedir (örneğin; Çalıştığınız iş size saygınlık kazandırıyor mu?, Çalıştığınız işin insan onuruna yakışır bir iş olduğunu düşünüyor musunuz?, İnsan onuruna yakışır işleri sağlamak için ne yaptınız?) ve bu bölümde 5 soru bulunmaktadır.

#### 3.4. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini Kırklareli ilindeki bir alışveriş merkezi çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada AVM çalışanlarının demografik özelliklerini içerecek şekilde farklı sektörlerden, medeni durumlardan ve pozisyonlardan çalışanlar ile görüşülmüştür. AVM'lerde çalışanların anket çalışmasını zaman kaybı olarak görmesi, işlerini engellediğine inanması ve yöneticileri tarafından fişlendiğini düşünmesi gibi gerekçelerle AVM'lerde anket gerçekleştirmek zorlu olmaktadır. Nitekim konuyla ilgili gerçekleştirilen bir araştırmada AVM yönetimlerinin anket için izin verme konusunda isteksiz olduğu da vurgulanmıştır (Öztürk Başol, 2017: 59-60). Araştırma kapsamında mülakatın gerçekleşmesi için birçok AVM çalışanı ile görüşülmüş olsa da ancak 10 çalışan araştırmaya katılmak için gönüllü olmuştur. Bu sebeple, katılımcılara ulaşmak için kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Katılımcıların izniyle on görüşmeden sekizi ses kayıt yöntemi, ikisi ise not alma yöntemi ile belgelenmiştir. Katılımcıların ses kayıtları 10 ile 39 dakika arasında sürmüş, toplam 195 dakika olarak gerçekleşmiştir. Tüm görüşmeler birebir yazar tarafından yönetilmiştir. Alışveriş merkezi çalışanları ile yapılan mülakatlar 08.05.2017 tarihi ile 28.05.2017 tarihi arasında toplam 20 gün içerisinde gerçekleşmiştir. Çalışanların yoğun çalışma temposundan dolayı mülakatlar hafta sonu yapılmamıştır.

### 3.5. Araştırmanın Kısıtları

Mevcut çalışmanın ilk kısıtı araştırmanın Kırklareli ilindeki alışveriş merkezi çalışanları ile sınırlandırılmış olmasıdır. Çalışmaya ilişkin bir diğer kısıt sektörün kendi içindeki rekabetten, akademik çalışmalara itibar edilmemesinden ve ekonomik kaygılardan dolayı alışveriş merkezi yönetiminden mülakat uygulaması için izin alınamamasıdır. Dolayısıyla, mülakatlar yönetimin bilgisi dışında alışveriş merkezi içerisindeki kafelerde ve restoranlarda gerçekleştirilmiştir. Bu mekânlardaki gürültülü ortam, müzik ve servis hizmeti ses kayıtlarının kalitesini düşürmüş ve mülakatın ara ara bölünmesine neden olmuştur. Ayrıca mülakatlardan biri katılımcının ailevi problemlerinden dolayı internet üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlaveten iki katılımcı işten atılma ve fişlenme korkusu ile mülakatın kayıt edilmemesini talep etmiştir. Bahsi geçen iki katılımcının konuşmaları titizlikle not alınmıştır. Son olarak ise mülakat esnasında bazı katılımcıların, zaman kısıtını sebep göstererek “evet”, “hayır”, “yeterli”, “yetersiz” gibi kısa cevaplar verdiği tespit edilmiştir.

### 3.6. Araştırmanın Problemi

Türkiye’deki sosyal bilimler yazınında AVM’lerde çalışanların çalışma koşullarını inceleyen herhangi bir araştırmaya rastlanmaması konuyla ilgili hipotez geliştirmeyi zorlaştırmaktadır. Ayrıca, genel olarak insan onuruna yakışır işlerin ölçümüyle ilgili bir standart olmaması da konuyla ilgili hipotez geliştirmeyi zorlayan bir diğer neden olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda mevcut araştırma, insan onuruna yakışır işlerin ölçümüyle ilgili bir ölçüm aracı önermeyi ve bu standartlara bağlı olarak işlerin insan onuruna yakışır iş olma derecesini belirlemeyi hedeflemektedir.

Mevcut araştırma, bahsi geçen hedefler doğrultusunda yazında kabul gören 4 temel boyut (istihdam, sosyal güvenlik, çalışma yaşamındaki temel haklar ve sosyal diyalog göstergeleri) üzerinden AVM çalışanlarının çalışma koşullarını sorgulamaktadır (Ghai, 2003; Anker ve diğerleri, 2003; Işığışık, 2005; Kapar, 2010; Palaz, 2010; Günaydın, 2015; Tüzünkan, 2015). Bu noktalardan hareketle aşağıdaki araştırma soruları ileri sürülmüştür.

Araştırma Sorusu 1: Alışveriş merkezlerinde çalışanların istihdam koşulları insan onuruna yakışır iş standartlarına uygun mudur?

Araştırma Sorusu 2: Alışveriş merkezlerinde çalışanların sosyal güvenlik düzeyleri insan onuruna yakışır iş standartlarına uygun mudur?

Araştırma Sorusu 3: Alışveriş merkezlerinde çalışanların temel hakları insan onuruna yakışır iş standartlarına uygun mudur?

Araştırma Sorusu 4: Alışveriş merkezlerinde çalışanların sosyal diyalog mekanizması insan onuruna yakışır iş standartlarına uygun mudur?

Araştırma Sorusu 5: Alışveriş merkezlerinde sunulan işler insan onuruna yakışır iş standartlarına uygun mudur?

### 4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde; katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulguları, istihdam koşullarına ilişkin bulguları, sosyal güvenlik düzeylerine ilişkin

bulguları, temel haklarına ilişkin bulguları, sosyal diyalog mekanizmasına ilişkin bulguları ve insan onuruna yakışır iş standartlarına ilişkin bulguları değerlendirilmiştir.

#### 4.1. Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bubölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulguları değerlendirilmiştir.

**Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim	Çalıştığı Pozisyon	Tecrübe
K1	Erkek	28	Bekar	Ortaokul	S.Temsilcisi	2 yıl
K2	Erkek	19	Bekar	Üniversite	S.Temsilcisi	3 ay
K3	Erkek	26	Bekar	İlkokul	Ekip Üyesi	3 ay
K4	Erkek	23	Bekar	Üniversite	S. Uzmanı	14 ay
K5	Erkek	25	Bekar	Y.Lisans	Kasiyer	2 ay
K6	Kadın	28	Bekar	Üniversite	As. Müdür	18 ay
K7	Erkek	26	Bekar	Ortaokul	Müdür	16 ay
K8	Kadın	22	Bekar	Ortaokul	S.Temsilcisi	6 ay
K9	Kadın	33	Bekar	Ortaokul	S.Temsilcisi	8 yıl
K10	Kadın	23	Evli	Ortaokul	S.Temsilcisi	5 ay

**Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri (Devamı)**

Katılımcı	Sektör	Mesleki Deneyim	Yöneticilik Fonksiyonu	Sorumlu Ol. Kişi Say.	Kime Bağlı Olarak Çalıştığı
K1	Teknoloji	4 yıl	Yok	Yok	Müdür
K2	Giyim	3 ay	Yok	Yok	Müdür
K3	Gıda	3 ay	Yok	Yok	Müdür
K4	Gıda	14 ay	Var	3	Müdür
K5	Gıda	4 ay	Yok	Yok	Müdür
K6	Gıda	18 ay	Var	10	Müdür

K7	Giyim	5 yıl	Var	7	B.Sorumlusu
K8	Giyim	4 yıl	Yok	Yok	Müdür
K9	Züccaciye	8 yıl	Yok	Yok	Müdür
K10	Mobilya	5 ay	Yok	Yok	Müdür

Tablo 3, katılımcıların demografik özelliklerini göstermektedir. Buna göre katılımcıların 6'sı erkek, 4'ü kadındır. Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, sadece K10'un evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş ortalaması 25 olarak hesaplanmıştır. Katılımcılardan K3 ilkokul mezunu iken K1, K7, K8, K9 ve K10 ortaokul mezunudur. Yüksek eğitim alanlar arasında K4 üniversite mezunu iken K2 üniversite eğitimine, K5 ise yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. K1, K2, K8, K9 ve K10 satış temsilciliği yapmaktadır. K3 ekip üyesi, K4 satış uzmanı, K5 kasiyer, K6 asistan müdür, K7 müdür olarak çalışmaktadır. Çalışanların tecrübeleri 2 ay ile 8 yıl arasında değişmektedir ve ortalaması 19 ay olarak hesaplanmıştır. K3, K4, K5, K6 gıda sektöründe, K2, K7, K8 giyim sektöründe, K1 teknoloji sektöründe, K9 züccaciye ve K10 ise mobilya sektöründe çalışmaktadır. Çalışanların mesleki deneyimleri 3 ay ile 8 yıl arasında değişmekte olup ortalama mesleki deneyim süresi 30 ay olarak hesaplanmıştır. Yalnızca K4, K6 ve K7'nin yöneticilik fonksiyonu mevcuttur. K4, 3; K6, 10 ve K7 ise 7 kişiden sorumludur. K7 bölge sorumlusuna bağlı çalışırken, diğer çalışanlar mağaza müdürlerine karşı sorumludur.

#### 4.2. Katılımcıların İstihdam Koşullarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde AVM çalışanlarının istihdam koşullarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Çalışanların fiziki çalışma ortamını yorucu (K3), sıcak (K3, K5 ve K6), kapalı (K1, K8 ve K10) ve havasız (K8) olarak değerlendirdiği gözlenmiştir. Aynı zamanda bazı çalışanlar AVM'lerdeki çalışma ortamını; sağlığa uygun (K1, K2, K4, K6, K7 ve K9) ve temiz (K2 ve K6) olarak değerlendirmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle AVM'lerde sunulan çalışma ortamının katılımcılar tarafından ağırlıklı olarak negatif değerlendirildiği söylenebilir.

"Çalıştığım alan aydınlık, hijyenik ve sıcak fakat benim sorunum gün ışığından hiçbir şekilde yararlanamıyor olmak. Bazı zamanlar gecemi gündüzüme karıştırıyorum, zaman algım yok oluyor" (K1).

"Fırın 200 derecede çalışıyor. Çok sıcak ve 5 metrekare yerde çalışıyorum. Sanki fırının içinde pizza ile birlikte ben de pişiyorum" (K3).

Çalışanlara, çalışma ortamını zihinsel açıdan değerlendirmeleri istendiğinde; katılımcıların çalışma ortamlarını stresli (K1, K2, K3, K6, K8, K9) ve keyifli (K7, K10) buldukları gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında, çalışanların büyük bir kısmının strese maruz kaldığını söylemek yerinde olacaktır.

"Oldukça stresli, çalışanları kontrol etmenin eğlenceli olduğunu söyleyemem. Bizim iş yerinde çalıştırdığımız personelin yaş grubu 18-20 arasında olduğu için akılları bir karış havada, çalışanları kontrol etmekte zorlanıyorum bu da bende strese neden oluyor" (K6).

“Stresli, alışveriş merkezleri dışarıya kıyaslandığında yazları serin, kışları sıcak olduğu için insan sayısı fazla” (K8).

Katılımcıların tümü haftalık izinlerini sadece hafta içi kullanabilmektedir. Alışveriş merkezlerinin hafta sonu yoğunluğu sebebiyle, raporlu veya mazeretli çalışanlara dahi izin verilmediği ifade edilmiştir. Çalışanların neredeyse tamamına yakını yıllık izin kullanmaktadır. Ancak, yıllık izinlerini 4857 Sayılı İş Kanunu’na uygun olarak kullanabilen sadece iki çalışan olduğu tespit edilmiştir (K7 ve K8).

“Hafta içi izin kullanmak imkânsız. Yan firmada çalışan bir kız vardı, hastalıktan ölüyordu. Rapor alırsan işten atarız diye tehdit ettiler. Kızcağız işi bıraktı” (K3).

“Hafta sonu hiçbir AVM çalışanı izin kullanamaz. Ben bir keresinde almıştım, hiç unutmuyorum yaklaşık 1 saat durumun acil olduğunu ikna etmeye çalıştım” (K8).

“Yıllık izinleri iki parça halinde kullanabiliyoruz. Mesela, ben bu yaz 4 gün kullandım. Sonra 1 hafta daha verdiler. Bütün olarak en fazla 1 hafta kullanabiliyoruz. Fazlasına üstlerimiz izin vermiyor” (K1).

#### **4.3. Katılımcıların Sosyal Güvenlik Düzeylerine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde çalışanların sosyal güvenlik düzeylerine ilişkin bulgulara yer verilmiş ve katılımcıların çoğunlukla pozitif cevaplar verdiği gözlemlenmiştir. Çalışanların tamamına yakını sigortalıdır ve iş sağlığı güvenliği tedbirleri yerine getirilmektedir (K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10). Diğer yandan, çalışanların yarısı iş güvencelerinin olmadığını dile getirmiştir (K1, K2, K3, K4, K10). Çalışanlar genelde kıdem tazminatı alamadıklarını, yıldırma ve zorlama ile istifaya zorlandıklarını ifade etmiştir.

“Valla öyle bir iş güvencemizin olduğunu düşünmüyorum. Müdür çık dedi mi veriyor istifa kağıdımızı elimize, imzalıyoruz” (K3).

“Genelde işten çıkarmadan önce istifa etmemizi istiyorlar. Biraz da bezdirme var. Mesela bir arkadaşın parmağı çatlamıştı; bütün müdürler karar alıp, ona yeni bir iş bulmasını söylediler, istifa kağıdını imzalattılar” (K4).

Bir çalışan cadde mağazalarından farklı olarak alışveriş merkezlerinde sigortaya önem verdiklerini ifade etmektedir.

“Bu sektörde 4 yıllık tecrübem var. Birçok şey başıma geldi. Cadde mağazalarında çalışırken doğru düzgün sigortam bile olmadı. Sigorta yapanlarda kıdem tazminatını vermedi ama burada işe başladığım ilk gün sigortam başladı” (K8).

#### **4.4. Katılımcıların Temel Haklarına İlişkin Bulgular**

Bu bölümde katılımcıların temel haklarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda; temel hakları ile ilgili katılımcıların ayrımcılığa maruz kalmadığı ancak iş-yaşam dengesi konusunda ciddi problemler yaşadığını tespit edilmiştir. Bir çalışan özellikle hafta sonu gerçekleşen yoğun çalışma ve gece geç saatlerde gelen sevkiyatların aile yaşamını olumsuz etkilediğini ifade etmektedir.

“Bir cumartesi günü gün yüzü görmedim. Her cumartesi sevkiyat geliyor. Gece 1.00’e kadar tek başıma mal indirip kaldırıyorum. Pazar günü zaten yoğun geçiyor.

Arkadaşlarım hafta sonu ailesine vakit ayırırken, ben ailemle oturup bir akşam yemeği bile yiyemiyorum” (K3).

Bir çalışan uzun çalışma saatlerinin aşırı yorgunluğa sebep olduğunu ve dolayısıyla, daha fazla dinlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ancak, çalışan hafta tatilini dinlenmeye ayırdığı için iş-yaşam çatışması yaşadığını dile getirmektedir.

“Çok çalışıyorum, aile hayatımı kesinlikle etkiliyor. 1 günlük hafta tatili dinlenmek için yetmiyor. Çünkü zaten sürekli ayaktayım. Bir günde nasıl dinlenebilirim ki? Tatil günümde 12.00’ye kadar yatıyorum, çünkü yorgunum. Tatil günün dinlenirken geçiyor ve haliyle sosyal hayat diye bir şey kalmıyor. Bence izin günlerimiz 2 güne çıkarılmalı” (K1).

İş-yaşam çatışmasını arttıran bir diğer unsur ise çalışanların rızası olmadan gerçekleştirilen fazla çalışmalardır. Katılımcıların çoğu mecburi olarak fazla çalışmaya kaldığını söylemektedir (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10). Fazla çalışmayı ret eden çalışanların ise işten atılma vb. tehditlere maruz kaldığı gözlenmektedir. Aynı zamanda, işçilerin yarısı fazla çalışma gerçekleştirmesine rağmen fazla çalışma ücreti almamaktadır (K4, K5, K6, K8, K10).

“Mesaiye kalmamız gerekiyorsa kalıyoruz. Kısaca pek de söz sahibi olduğumuzu düşünmüyorum mesai konusunda” (K10).

“Mesaiye zorunlu olduğu için kalıyorum. Aksi takdirde savunma istiyorlar veya mağazamı değiştirmekle tehdit ediyorlar. Eğer mesaiye kalmazsam bu gibi durumları göze almam gerekiyor” (K1).

#### **4.5. Katılımcıların Sosyal Diyalog Mekanizmasını Değerlendirmesine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde, alışveriş merkezi çalışanlarının sosyal diyalog ve ekonomik demokrasiye ilişkin düşüncelerine yer verilmiştir. Bulgular ışığında, çalışanların genelinin sosyal diyalog ve ekonomik demokrasiye karşı pozitif tutum içinde olduğu tespit edilmiştir (K2, K5, K6, K7, K8, K9). Ancak, yine de çalışanlar sosyal diyalog mekanizmasından şikayet etmekte, bazı çalışanlar, fikirlerinin alınmasına karşın herhangi bir değişikliğin gerçekleşmediğini ifade etmektedir.

“Büyük problemler olduğunda toplantı yapılır. Bir de 3 ayda bir genel toplantı yapılır, herkes şikayetlerini anlatır ama bir uygulama olmaz. Söylediklerimiz genelde havada kalır. Onlar yine bildiğini okur” (K6).

“Müdürlerimize çalışma şartları ile ilgili sorunlarımızı anlattığımızda suçu hep üstlerine atıyorlar. Kısaca, herkes suçu birbirine atıyor, diyalog sıfır. Sonuç, sorunlarımız olduğu gibi duruyor” (K1).

“Şimdi bir örnek vereceğim, ben eşimi göremiyorum... Vardiyalarımın ayarlanmasını müdürümden rica ettim. Beni işten atmakla tehdit etti. Sizce ortak karar bu davranışın neresinde? Bizim hayat şeklimizin bir önemi yok, onlar için satış yapan nesnelere, sadece” (K10).

Katılımcılardan biri satış temsilcisi olmasına karşın söylediklerinin dikkate alınmasını kıdemine bağlamaktadır. Görülüyor ki, bu sektörde kıdem arttıkça daha fazla söz sahibi olunabilmektedir.

“Çalışma şartlarını düzeltmek için birçok kez karar aldık ama şunu söylemem de lazım. Ben kıdemliyim, benim sözüm daha çok dinlenir. Ama kıdemsiz olanların çok da konuşmaya hakları yok” (K9).

#### **4.6. Katılımcıların İnsan Onuruna Yakışır İş Standartlarını Değerlendirmelerine İlişkin Bulguları**

Son bölümde çalışanların, kendi çalışma standartlarını değerlendirmeleri istenmiş ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bulgular, çalışanlar arasında bir fikir birliğinin oluşmadığını göstermektedir. Bir çalışan, piyasadaki işlerin alışveriş merkezilerine kıyasla çok daha kötü olduğuna dikkat çekmiştir (K9). Farklı bir ifadeyle, işgücü piyasasında kötü ve niteliksiz işlerin varlığı, alışveriş merkezindeki işleri insan onuruna yakışmasa dahi cazip kılmaktadır.

“Bizim burada tekstil fabrikaları var. Onlarla karşılaştığımda, evet daha iyi bir işim var” (K10).

“İşimin bana saygınlık kazandırdığını düşünmüyorum ama diğer işlere kıyasla eh işte, biraz daha iyi” (K8).

“Piyasayı göz önüne aldığında, işimin iyi olduğunu düşünüyorum. Özel sigortam bile var ve benim aldığım maaşı dışarıdaki fabrikalar vermiyor” (K6).

Bazı çalışanlar işyerindeki kötü koşulların yöneticilerinden kaynaklandığını ifade etmiştir.

“İş koşullarının değişmesi için müdürlerin düşünce tarzının değişmesi lazım. Örnek vereyim, arkada yemek hazırlıyoruz, işyerinde 3 tane müdür var, 5 dakika da bir başıma gelip, hadi bitmedi mi? Ne zaman bitecek? Çıkmadı mı siparişler? Şeklinde sorular soruyorlar, haliyle iş çekilmez oluyor” (K4).

#### **Sonuç**

Alışveriş merkezi çalışanlarının istihdam koşullarını etkileyen fiziksel ve zihinsel sorunlar incelendiğinde; havasız ve kapalı çalışma alanının çalışanlar için sorun teşkil ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca, alışveriş merkezlerindeki gıda işletmeleri çalışanlarının aşırı sıcaklık gibi fiziksel nedenlerden dolayı sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Diğer taraftan, rol çatışması, iş yükü, müdürlerin çalışanlara uyguladığı satış bakışı, adaletsiz prim sisteminin varlığı ve sürekli uzun süreli çalışmayı gerektiren esnek çalışma saatleri çalışanlar üzerindeki stres yükünü arttıran faktörler olarak tespit edilmiştir.

Alışveriş merkezlerinde çalışanların istihdam koşulları insan onuruna yakışır iş standartları bağlamında değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak negatif bir durumun olduğunu söylemek mümkündür. Çalışanların sosyal güvenlik düzeylerinin insan onuruna yakışır iş standartları bağlamında değerlendirilmesine ilişkin bulgular, alışveriş merkezinde kayıtlı istihdamın yaygın olduğunu göstermektedir. Fakat kıdem tazminatı gibi haklardan kaçınmak için çalışanların istifaya zorlandığı, istifa etmedikleri takdirde



yöneticilerin yıldırma ve bezdirme yöntemlerini kullandığı, yıllık izinlerin yasalara aykırı bir şekilde kullandırıldığı, hafta sonu izin kullanılamaması gibi sorunlar tespit edilmiştir.

Her ne kadar sayısal sonuçlar sosyal güvenlik düzeyinin insan onuruna yakışır iş standartlarına uygun olduğunu göstermiş olsa da mülakatlar nihayetinde elde edilen sonuçlar durumun aslında bu denli pozitif olmadığını göstermektedir. Alışveriş merkezlerinin temel sosyal güvenlik göstergelerini yerine getirmiş olması (kayıtlı istihdam) içerik olarak nitelikli sosyal güvenlik hizmeti sunulduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilmemelidir. Nitekim çalışanların istifaya zorlanması ve mobbinge maruz bırakılması aslında sosyal güvenlik içeriğinin zayıflığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Alışveriş merkezinde çalışanların temel hakları değerlendirildiğinde; çalışanların herhangi bir ayrımcılığa maruz kalmadığı tespit edilmiştir. Ancak, uzun çalışma saatleri, aniden karar verilen fazla çalışma, mesai bitiminde gelen ve gece yarısına kadar süren sevkiyatlar, çalışanların iş-yaşam çatışması yaşadığını göstermektedir. İlaveten, alışveriş merkezinde çalışanların gönülsüz bir şekilde fazla çalıştırıldıkları, bazı çalışanların ise fazla çalışma ücretlerini dahi alamadığı tespit edilmiştir. Dahası, sektörde sıradan ve sürekli hale gelen fazla çalışma kişilerin beden yorgunluğunu da arttırmaktadır.

Alışveriş merkezinde çalışanların sosyal diyalog mekanizmasına ilişkin görüşleri incelendiğinde; katılımcıların, alışveriş merkezinde sosyal diyalog ve ekonomik demokrasiye olan tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Çalışanlar ve yöneticiler sık sık bir araya gelerek düzenli toplantılar ile sorunları tartışmaktadır. Ancak, bu tartışmaların çözüme ulaşmasının kolay olmadığı da bulgular arasındadır. Katılımcılar, birçok konuyu üstleriyle tartışmalarına rağmen herhangi bir çözüme ulaşamadığını da belirtmektedir. Bu bulgulardan hareketle, çalışanların sosyal diyalog mekanizmasına olan inançlarının zamanla yok olabileceğini söylemek mümkündür.

Alışveriş merkezinde çalışanların çalışma koşulları insan onuruna yakışır iş açısından incelendiğinde; katılımcıların çoğunluğunun işlerini saygın ve kaliteli işler olarak algıladığı görülmüştür. Ancak, katılımcıların işlerini saygın ve kaliteli olarak görmelerinin altındaki temel nedenin; AVM'lerde sunulan işlerin yüksek standartlarda olmasından değil; işgücü piyasasındaki uygun işlerin olmamasından kaynaklandığı mülakatlar esnasında tespit edilmiştir. Çalışanların AVM'lerdeki çalışma koşullarını esasen kötü olarak değerlendirdiği ve şikâyet ettikleri, ancak diğer işlerle mevcut işlerini kıyasladıklarında kendi işlerini daha iyi bir yerde gördükleri de tespitler arasındadır.

Ülkemizdeki perakende markalarının ulusal düzeyde ve tüm AVM'lerde kümelenmesi, AVM'lerdeki çalışma koşullarının benzerlik göstermesine yol açmaktadır. Bu nedenle, mevcut araştırmanın sonuçlarının, diğer AVM'lerdeki çalışma koşulları ile benzerlik gösterebileceğini söylemek mümkündür. Ancak, bu araştırmanın küçük bir çalışan grubuyla gerçekleştirilmiş olduğu, bulguların genelleştirilebilmesi için daha fazla sayıda çalışan ve daha fazla AVM'de uygulama yapılmasının gerekliliği de unutulmamalıdır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Araştırma sonucunda, alışveriş merkezi çalışanlarının fiziksel ve zihinsel koşullarının iyileştirilmesi için öncelikle dinlenme sürelerinin etkili bir şekilde belirlenmesi

gerekmektedir. Bu bağlamda, AVM yönetimlerinin kısa süreli ve sık molalar sağlamaları çalışanların dinlenme sürelerini iyileştirebilecektir. Örneğin, mevcut durumdaki 15'er dakikalık iki mola yerine; 10'ar dakikalık 4 mola çalışanların dinlenme sürelerini daha etkili hale getirebilir. Çalışanlarının molalarını sağlıklı olmayan alanlarda (örneğin AVM otoparkı ve depo) geçirdikleri de bulgular arasındadır. Buradan hareketle alışveriş merkezi yönetimlerine çalışanlar için özel mola alanları kurmaları tavsiye edilebilir. Bu alanların yapay şekilde ışıklıdırılmaması ve çalışanların rahatça dinlenebilecekleri şekilde tasarlanması çalışanları hem fiziksel hem de zihinsel olarak rahatlatacaktır. AVM'lerin teras katlarının bir bölümünün AVM çalışanları için tasarlanması da dinlenme süresini ve alanını kaliteli hale getirebilecektir. Ayrıca, sektörde adaletli bir prim sisteminin kurulması vasıtasıyla, çalışanların önündeki ücret belirsizliğinin ortadan kaldırılabileceği, dolayısıyla stres yükünün azaltılabileceği öngörülmektedir. Mağaza yöneticileri veya bölge yöneticileri tarafından belirlenen satış hedeflerinin gerçekçi ve ulaşılabilir olması ise çalışanlar üzerindeki satış baskısını hafifleterek stresi azaltılabileceği söylenebilir.

Alışveriş merkezindeki istihdam koşullarının insana yakışır iş standartlarına ulaşabilmesi için yıllık izin ve kıdem tazminatı konularının 4857 sayılı İş Kanuna göre uygulanması gerekmektedir.

Araştırma sonuçları çalışanların dil, din, ırk, cinsiyet vb. konulardan dolayı bir ayrımcılığa maruz kalmadığını göstermektedir. Fakat çalışanların çoğunluğu iş-yaşam çatışması yaşadığını ifade etmektedir. Sıkça karşılaşılan bir durum haline gelen; aniden ortaya çıkan fazla çalışma talebi, çalışanların iş-yaşam çatışması yaşamamasına neden olmaktadır. Çalışanların iş dışında bir yaşantısı olduğu göz önüne alındığında aniden ortaya çıkan fazla çalışma talebinin engellenmesi önemlidir. Bu anlamda, çalışanların çalışma planlarının en az 2 hafta önceden tasarlanması, sevkiyat saatlerinin tedarikçi firmalarla anlaşarak mesai saatleri içinde gerçekleşmesini sağlamak iş-yaşam çatışmasını ortadan kaldırabilmek adına önemlidir.

Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer bulgu ise çalışanların izinlerini hafta sonu veya istedikleri bir gün kullanmadığıdır. Bu sorun başta evli ve çocuk sahibi çalışanlar olmak üzere her çalışanın toplumsal ve bireysel olarak sorun yaşamamasına sebebiyet vermektedir. Cumartesi ve Pazar günleri alışveriş merkezleri için en çok satışın olduğu ve en yoğun geçen günler olarak görülmektedir. Bu nedenle, alışveriş merkezlerinin hafta sonu tamamen kapanamayacağı da tahmin edilmektedir. Ancak hafta sonları için özel çalışma saatlerinin tasarlanması mümkündür. Örneğin alışveriş merkezlerinin Pazar günleri saat 10.00 yerine 12.00'de açılması, çalışanlara ailesi ya da arkadaşlarıyla daha fazla zaman geçirme fırsatı sağlayabilir. İlâveten, Pazartesi günlerinin alışveriş merkezlerinin en durgun günü olması nedeniyle tüm çalışanlar için hafta tatili günü olarak değerlendirilmesi de çalışma koşullarını iyileştirebilecektir.

Mülakatlarda elde edilen bulgular; sosyal diyalog mekanizmasının tam anlamıyla gerçekleşmediğini göstermektedir. İnsan onuruna yakışır işlerin sağlanması ve sağlıklı organizasyonlar için sosyal diyalog önemlidir. Bu nedenle sosyal barış ve iş doyumunu arttırmak için yöneticiler sosyal diyalogu üst seviyede uygulamayı hedef edinmelidir.

## Kaynakça

- Akbatı Alışveriş Merkezi, <http://akbati.com/#hakkimizda>, Erişim: 13.04.2017.
- Aktüel Dergi, <http://www.aktuel.com.tr/is-dunyasi/2014/02/07/avmler-kadinlarin-elinde/amp>, Erişim: 14.02.2017.
- Alışveriş Merkezi Yatırımcılar Derneği, [http://www.ayd.org.tr/MicroSites/Conference\\_IX/Files/Hulusi\\_Belgu\\_TR.pdf/](http://www.ayd.org.tr/MicroSites/Conference_IX/Files/Hulusi_Belgu_TR.pdf/), Erişim: 01.06.2017.
- Altuna, O. K. (2012). Alışveriş Merkezi AVM'ler Nasıl Farklı Konumlandırılır? İstanbul: Beta Yayınları.
- Anker, R ve öte. (2002). "MeasuringDecentWorkWith Statistical Indicators, International LabourOrganizationWorkingPaper, S. 2.
- AVM Dergi, "AVM Araştırması Sonuçları Açıklandı", <http://avmdergi.com/avm-arastirmasi-sonuclari-aciklandi/>, Erişim: 30.04.2017.
- Ayhan, A. (2012). "Sosyal Güvenlik Kavramı ve Sosyal Güvenlik İlkeleri", Sosyal Güvenlik Dergisi, C.1, S. 1, ss. 41-55. ISSN: 2146-4839.
- Beddington, N. (1991). DesingforShoppingCenters, New York: ArthitecturalPress.
- Burchell, B. ve Öte. (2014). "TheQuality of EmploymentandDecentWork: Definitions, Methodologiesandongoingdebates", Cambridge Journal of Economics, S.38, ss.459-477.
- Bureau of LabourStatistic, "A Profile of theWorkingpoor, 2014", <https://www.bls.gov/opub/reports/working-poor/2014/home.htm>, Erişim: 03.06.2017.
- Cohen, L, (2003). A Consumer Republic: ThePolitics of MassConsumption in Post-warAmerica, New York: VintageBooks.
- Etuc, "DecentWork", <https://www.etuc.org/decent-work>, Erişim: 22.10.2017.
- Eurofound, (2008), Annual Report, 2017, Brüksel: Eurfound.
- Eurofound,(2012) "WorkingConditions in TheRetailSector", [https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef\\_files/docs/ewco/tn1109058s/tn1109058s.pdf](https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_files/docs/ewco/tn1109058s/tn1109058s.pdf), Erişim: 10.01.2017.
- Feinberg, R. ve Meloi, J (1991). "A BriefHistory of theMall", in NA- Advances in Consumer Research, S 18, der. Holman, H. R ve Solomon, R. M., AssociationforResarch, ss. 426-427.
- Finans Gündem, "AVM'ler Artık Ekonominin Dördüncü Sektörü", <http://www.finansgundem.com/haber/avmler-artik-ekonominin-dorduncu-sektoru/431905>, Erişim: 01.05.2017.
- Ghai, D. (2002) "DecentWork: Concepts, ModelsandIndicators", International InstituteforLabourStudies, DiscussionPaper 139, Geneva.
- Ghai, D. (2006). Decent Works: ObjectivesandStrategies, International InstituteforLabourStudies, Düz. Ghai, D, Switzerland: International LabourOrganizationPublish.

- Gündoğan, N. (2010). "İstihdam Politikalarının Bir Hedefi Olarak "İş Kalitesi" ve Uluslararası Kuruluşların Bu Konudaki Yaklaşımları", Çimento İşveren Dergisi, C. 24, S. 1, ss. 4-15.
- Hammerson, sustainability.hammerson.com/downloads/download211.pdf, Erişim: 24.02.2017.
- ICSC, "2013 Economic Impact of Shopping Centers", <https://www.icsc.org/uploads/default/2013-Economic-Impact.pdf>, Erişim: 16.03.2017.
- ICSC, "Industry Conditions: Shopping Centers: Where Americans Buy, Socialize, Play and Work", <http://www.thecenterofshopping.com/news/industry-conditions-shopping-centers-where-americans-buy-socialize-play-and>, Erişim: 23.04.2017.
- ICSC, (2015). The Socio-Economic Contribution of European Shopping Centers. New York: ICSC Publications.
- ICSC, [https://www.icsc.org/uploads/about/ICSC\\_Annual\\_Report\\_2015\\_2016.pdf](https://www.icsc.org/uploads/about/ICSC_Annual_Report_2015_2016.pdf), Erişim: 15.03.2017.
- ICSC, [https://www.icsc.org/uploads/event\\_presentations/OverviewShoppingCentreManagementInEurope\\_DamianLewis.pdf](https://www.icsc.org/uploads/event_presentations/OverviewShoppingCentreManagementInEurope_DamianLewis.pdf), Erişim: 15.03.2017.
- ILO, (1999). Decent Work Report of Director General to the 87th Session of the International Labour Conference, Geneva.
- ILO, (2001). "Reducing The Decent Work Deficit: A Global Challenge", Geneva, International Labour Conference.
- ILO, (2008). "Measurement Of Decent Work, Discussion Paper For The Tripartite Meeting Of Experts On The Measurement Of The Decent Work", Geneva: International Labour Organization.
- International Finance Corporation, "The Case for Shopping Centers as an Engine of Development", <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/1d20c300478ce2d3827d9286d3bfc329/Shopping%2BCenters.pdf?MOD=AJPERES>, Erişim: 13.02.2017.
- Işığışık, Ö. (2005). 21. Yüzyılda İstihdam ve İnsana Yakışır İş, Bursa: Ezgi Kitapevi.
- Işığışık, Ö. (2008). "İnsan Onuruna Yakışır İş", Türk İş Dergisi, S. 382 ss. 23-24. ISSN 1300-6843.
- İpekçi, V. M. (2015). AVM'lerin Tüketim Kültürüne Etkisi ve Türkiye Örneği, Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>, (Tez No. 391475).
- Kılıç, C. H. (2009). Düzgün İş, Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>, (Tez No. 434506).
- Kocaeli, E. B. (2010). Evolution of Shopping Malls: Recent Trends and Question of Regeneration, Yüksek Lisans Tezi. Çankaya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>, (Tez No. 276846).

- Markham, J.E., (1998). *TheFuture of ShoppingTraditionalPattersand New Effects*, London: Palgrave.
- Özkaplan, N., Ruben, E. ve Öztan, E. (2016). "Alışveriş Merkezinde Çalışan Kadın Satış Elemanlarının Çalışma Yaşamları: Meslek Algıları ve Kariyer Beklentileri", İstanbul: The World Bank.
- Öztürk Başol, R. (2017). *AVM İnsan Kaynaklarının İş Stresinin İş Doyumu, Yaşam Doyumu ve İşten Ayrılma Niyeti ile İlişkileri*, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Palaz, S. (2010). "Düzsün İş Kavramı ve Ölçümü, Türkiye ve OECD Ülkelerinin Bir Karşılaştırması", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, C. 0, S. 50, ss. 479-505.
- Sengenber, W. (2001). "DecentWork: The International LabourOrganizationAgenda", *Friedrich-Ebert-Stiftung, DialougeandCorparation*, S. 2.
- Türkiye İstatistik Kurumu, "Sosyal Koruma İstatistikleri" <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21525> Erişim: 02.04.2017.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, "Türkiye Perakendecilik Meclisi Sektör Raporu", <http://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2012/PerakendecilikMeclisiSR.pdf>, Erişim: 01.14.2017.
- Underhill, P. (2005). *Call of theMall: TheGeography of Shopping*, New York: Simon&Schuster.
- Wang, L. (2011). *Shopping Center Development in China: CurrentSituation, Challengesand Solutions*, Master Thesis. KHT Architecture andtheBuilt Environment, Shangai.
- Zukin, S. (1998). "Urban Lifestyle: DiversityandStandardisation in Spaces of Consumption", *Urban Studies*, S. 35, ss. 825-839.