

SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ



SAĞLIK YÖNETİMİ BÖLÜMÜ/LİSANS

SAY126-SAĞLIK ve TOPLUM

Dr.Öğr.Üyesi, Nurcan COŞKUN US

SAĞLIĞIN McDONALDLAŞTIRILMASI

SAY126-SAĞLIK ve TOPLUM

Hafta-12



Dersin İçeriği

- McDonaldlaştırma
- McDonaldlařtırmanın dűřűnsel kűkenleri
- McDonaldlaştırmanın boyutları
- Verimlilik
- Hesaplanabilirlik
- űngűrűlebilirlik
- Denetim
- McDonaldlaştırmanın olumsuzlukları
- Sağlığın McDonaldlaştırılması

Öğrenme Çıktılarımız;

- McDonaldlaştırmanın düşünsel kökenlerini öğrenebilecek,
- McDonaldlaştırmanın akılcı dört boyutunu ve bunun akıldışı sonuçlarını kavrayabilecek,
- Sağlık sektörü üzerinden McDonaldlaştırma kavramının çözümlemesini öğrenebileceksiniz.

Önerilen Kaynak

- Cirhinlioğlu, Z. (2012). Sağlık sosyolojisi. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Adak, N. Ö. (2002). Sağlık Sosyolojisi, Kadın ve Kentleşme. Birey Yayıncılık.
- Sarı, Ö., & Atılgan, G. (2012). Sağlık sosyolojisi: hastalık ve sağlığa ilişkin kavramsal tartışmalar. Konya: Karatay.
- Sağlık Sosyolojisi, Mevlüt Özben ve İsmail Öz, Editör, Atatürk Üniversitesi AÖF Yayınları, Erzurum, ss.1-25, 2016
- T. Gönç Şavran, "Sağlık Sosyolojisinde Temel Yaklaşımlar ve Teoriler," In Sağlık Sosyolojisi , Erzurum: Atatürk Üniversitesi AÖF Yayınları, 2016, pp.1-23.
- T. Gönç Şavran, "Hasta Hakları ve Eşitsizlik," In Sağlık Sosyolojisi , Erzurum: Atatürk Üniversitesi AÖF Yayınları, 2016, pp.1-25.

McDONALDLAŞTIRMA

- McDonald's'ın ticari serüveni 1940 yılında Richard ve Maurice McDonald kardeşlerin Birleşik Devletler'de arabaya servis restoranı olarak ilk işletmelerini açmalarıyla başlar.
- 1948'lere gelindiğinde eski sistem terkedilir ve McDonald's kardeşler dünyanın en büyük hızlı servis restoranının temellerini atar.
- Kâğıt bardaklar, daha az ürünle sınırlandırılmış menüler, daha işlevsel bir mutfak düzeni, az sayıda elemanla daha verimli çalışabilme becerisi ve son olarak self-servis bu yeni sistemin öne çıkan yanları olur.

McDONALDLAŞTIRMA

- RayKroc, bu akılcı işleyişin gelecek vaat eden potansiyelini ilk fark eden kişi olarak McDonald's isminin kullanma hakkını satın alır ve 1955 yılında ilk restoranını faaliyete geçirir. Bunu üç ay sonra hizmete girecek olan ikinci McDonald's restoranı takip eder. Yılsonuna kadar her iki restoran toplamda 193,722 dolarlık bir satışgerçekleştirir.1956 yılında ise McDonald's restoran sayısını 12'ye, 1957 yılında da 40'a çıkartarak toplam 3,841,327 dolarlık bir satış hacmine ulaşır.
- Kroc, sonrasında McDonald's kardeşlerin akılcı sistemini koruyarak 'kalite, servis, temizlik ve değer' ilkelerini ekler.
- Sonraki yıllarda Birleşik Devletler'in dört bir yanınaMcDonald's şubeleri açan Kroc, 1961 yılında McDonald's'ın tüm isim haklarını satın alır. Artan restoran sayısı karşısında Kroc, gelişmiş bir franchising sistemine yönelir. 1970'lere gelindiğinde ise McDonald's restoranları artık ulusal sınırları aşmışbir durumdadır. Kuruluşunun ardından geçen 70 yılı aşkın süreçte McDonald's, 100'ün üzerinde ülkede 33.000'den fazla restoranı ve yaklaşık 68milyon insana hizmet veren iş hacmiyle günümüzün dev küresel şirketlerinden biri hâline dönüşür.



McDonalddlaştırmanın Düşünsel Kökenleri

- Ritzer (1990:3)'in McDonalddlaştırma kavramı, onun “meta kuramlaştırma” adını verdiği sosyolojideki en önemli çabalardan birinin ürünüdür.
- Ritzer'e göre meta kuramlaştırma çalışmalarını üç biçimde yapılabilir: kuramı daha derinden anlamamanın bir aracı olarak, kuram gelişimine bir giriş, olarak ve sosyoloji kuramını kuşatan bakış açıların bir kaynağı olarak.

McDonalddlaştırmanın Düşünsel Kökenleri

- Ritzer'in McDonalddlaştırma kuramı, burada sıraladığımız meta kuramlaştırma biçimlerinden ikincisi içerisinde yer alır.
- McDonalddlaştırma kuramı, MaxWeber'in akılcılık üzerine ortaya koyduğu görüşlerin ve kısmen de diğerk akılcı örnekler olan Fordizm ve Taylorizmin fast-food restoranlarına uygulanmış halidir.

McDonalddlaştırmanın Düşünsel Kökenleri

- Ritzer'in meta kuramlaştırma çabasındaki ilk isim olan Weber'in dört temel akılcılık tipi arasında (pratik, kuramsal, tözel ve formel) yer alan formel akılcılık, Batı'nın ayırt edici niteliği olarak öne çıkar.
- Ekonomik alan açısından formel akılcılık, ticari pazarın kanunları içerisinde teknik açıdan olası tüm hesaplamaların bireysel kişilikler üzerindeki etkilerini umursamaksızın evrensel bir şekilde gerçekleştirildiği ölçüde artış gösterir.
- Deneysel yöntemler ise bilişsel anlamda hipotez oluşturmalara karşı olarak, bilimsel alanda formel akılcılığı ön plana çıkarır.

McDonalddlaştırmanın Boyutları

- Ritzer, McDonald's'ın başarısını tüketicilere, çalışanlarına ve yöneticilerine sunduğu dört boyut üzerinden değerlendirir.
- Bunlar; verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetimdir.

Verimlilik

- Belirli bir amacın gerçekleştirilmesine yönelik olarak en iyi araçların bulunup kullanılmasını ifade eder. Verimlilik konusunda McDonald's'ın izlediği yol; ürünlerin basitleştirilmesi, müşterilerin işe koşulması (self-servis) ve hizmete ulaşma sürecinin daha etkin bir şekilde kullanılmasını içerir.
- Verimlilik artırmaya yönelik olarak self-servis de müşterilerin daha önceleri alışkın oldukları arabaya servis ya da restoran içinde masalarına yapılan hizmet şeklinden ayrılır.
- Bunun sağlanması ürünlerin basitleştirilmesi kadar sınırlandırılması, siparişi hazırlama donanımının etkin olması ve müşterinin restorana ulaşım kolaylığına bağlıdır.
- Ürünlerin basitliği onları hazırlayanlar açısından kolaylık sağlarken, ürünün sınırlandırılması müşterinin sipariş kuyruğunda daha hızlı karar vermesine olanak tanır. Müşterilerin yoğun olduğu zamanlarda çok sayıda siparişi en kısa sürede hazırlamayı mümkün hâle getiren bir pişirme bandı da donanımsal açıdan avantaj sağlayıcı bir unsurdur.

Hesaplanabilirlik

- McDonaldlaştırmanın ikinci boyutu olarak hesaplanabilirlik niceliğe vurgu yapar. Bu vurgu hem işlemler hem de son ürünler üzerindedir. İşlemler açısından üretimin hızı, son ürünlerde ise üretilen ve müşteriye sunulan ürünlerin sayısı vurgulanır. Bunun önemli bir sonucu olarak McDonald's restoranları, ürünlerini çok miktarda ve çok hızlı bir şekilde üretebilme yeteneğine sahiptir.
- Ritzer niceliğin vurgusunun üç şekilde yapılabileceğini belirtir: ürünlerin kalitesi yerine miktarın vurgulanması, miktar konusunda yanılsama yaratılması ve üretim işlemleri ile servisin rakamlara indirgenmesi.
- McLeziz ya da McGurme gibi nitelik vurgusuna yönelik menü adları yerine, niceliğe vurgu yapan ve Big(büyük)Mac'le başlayan menü adları kullanılır.

Hesaplanabilirlik

- Nicel açıdan McDonald's'ın başarılarından biri de müşterilere sunulan ürün üzerinden yanılsamanın yapılması, yani müşterilerin az parayla çok yiyecek alabileceklerini düşünmelerinin sağlanmasıdır. Bu noktada McDonald's'ın şişkin hamburger ekmeği, hamburgeri olduğundan büyük gösterir.
- Söz konusu yanılsama, hamburgerin içine konulacak olan malzemelerin ekmekten dışarı taşacakmış gibi özenle dizilmeleriyle artırılır.
- Yanılsama patateslerde ve içeceklerde de mevcuttur. Patatesler özel kepçelerle üstten genişve alttan dar olan ve çok görünüyormuş yanılsamasını artırmak üzere içten çizgili kutulara yerleştirilir.

Öngörülebilirlik

- McDonaldlaştırmanın üçüncü boyutu olan öngörülebilirlik önceden belirlenmiş standartlar üzerinde durur.
- Ritzer bu standartların görülebileceği dört nokta belirler: ortamın aynılaştırılması, müşterilerle ilişkinin klişeleşmesi, öngörülebilir ürünler ve çalışma davranışı.
- Bu noktada tüm McDonald's restoranları ister Birleşik Devletler'de isterse dünyanın farklı bir köşesindeki şubesinde olsun aynı standartları barındırır.
- Bu noktada McDonald's çalışanları her gün, müşterileri karşılamak, siparişi ve ödemeyi almak, siparişi hazırlamak, siparişi müşteriye vermek ve son olarak müşteriye teşekkür etmek şeklinde sıralanabilecek bir dizi klişeleşmiş davranışları sergilerler.
- Böylesi bir davranış çalışanların müşterilerle ilişkilerini denetleyebilmelerinin yanında müşterilerden gelebilecek istenmeyen, olağanüstü taleplerin de önünün alınmasını sağlar.
- Çalışanlar tarafından ortaya konan bu klişeleşmiş davranışlar bütün müşterilere eşit davranılmasına ve böyle algılanmasına da yardımcı olur. Karşılama ve uğurlama kısmında yaratılan sahte arkadaşlık ise müşterilerin yeniden gelmelerini sağlamak için bir dostluk belirtisi olarak görünür.

Denetim

- McDonaldlaştırmanın son boyutu olarak denetim en büyük belirsizlik, verimsizlik ve öngörülemezlik kaynağı insanı hedef alır ve onun yerine insansız teknolojinin geçirilmesini amaçlar. Makine ve aletler gibi teknolojik donanımların yanı sıra malzeme, beceriler, bilgi, kural, yönetmelikler, işlem ve teknikler de denetime yardımcı olur. Ritzer'e göre bu durum, hem ürünün ve sürecin hem de müşterinin denetlenmesi üzerinde yoğunlaşır.
- Bu noktada McDonald's restoranlarında sunulan yiyeceklerin çoğu insansız teknolojiler tarafından önceden hazırlanır. Hamburger ekmekleri, köfteler, patatesler, tavuk parçaları gibi pek çok yiyecek önceden kesilmiş, dilimlenmiş, şekil verilmiş ve dondurulmuş olarak sipariş edilmeyi bekler.
- İnsansız teknolojiler sipariş sürecinde de aktif bir şekilde kullanılır. İçecek ve patates kızartma makineleri ve bilgisayarlı kasalar bu noktada çalışanlardan kaynaklanabilecek öngörülemeyen hataların önüne geçilmesinde yardımcı olur.

Denetim

- İnsansız teknolojiler sipariş sürecinde de aktif bir şekilde kullanılır. İçecek ve patates kızartma makineleri ve bilgisayarlı kasalar bu noktada çalışanlardan kaynaklanabilecek öngörülemeyen hataların önüne geçilmesinde yardımcı olur.
- Ürün ve süreç kadar müşteriler de denetlenir. Yazılı bir kural olmamakla birlikte McDonald's müşterileri “kuyruğa girmeleri, kasaya gitmeleri, yiyecek siparişi vermeleri, ödeme yapmaları, yiyecekleri boş bir masaya taşımaları, arta kalanları toplamaları, çöp kutusuna atmaları gerektiğini bilirler”.

McDonalddlaştırmanın Olumsuzlukları

- Weber, avantajları kadar formel akılcı örgütlenmenin akıldışılığı da içerdini belirtir. Demir kafes olarak ifadelendirilen bu durum, bürokrasinin gelişimi nihai bir noktaya ulaştığında, bürokratik örgütlenme içinde yer alan memurların çalışmalarını engelleyecek bütün kişisel, akıldışı ve duygusal unsurları ortadan kaldırır.
- Ritzer de McDonalddlaştırmanın benzer bir şekilde akıldışı sonuçları olduğuna değinir. Verimlilik açısından geleneksel restoranların aksine McDonald's restoranlarının ürünlerini sınırlandırması, özel isteği olan müşteriler için bir hayal kırıklığı yaratabilir.

McDonalddlaştırmanın Olumsuzlukları

- Hesaplanabilirlik açısından niceliğe yönelik çok miktarda ve çok hızlı üretebilme vurgusu ise hem çalışanlar hem de müşteriler açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkarır.
- Bu noktada çalışanların, yaptıkları işten kişisel bir anlam çıkarma şansları ya çok az ya da hiç yoktur. Müşteriler açısından da tüketilen yiyecekler nicelik olarak byek, ancak nitelik açısından alelade olarak ifade edilebilir.
- ngrlebilirlik de tüketim, iş ve yönetim açısından her şeyi rutin bir hale getirmesi ynyle çalışanların zihnini uyuşturan bir hl alır.
- Müşterilerin denetlenmesi açısından da taburelerin rahatsız edici bir nitelikte olması müşterileri yemeklerini hızlı bir şekilde yemeğe zorlamaktadır.

SAĞLIĞIN McDONALDLAŞTIRILMASI

- Restoran sektöründe ortaya çıkan bir kavram olarak McDonaldlaştırma bürokratik bir örgütlenme sunan sağlık alanında da görülür. Bu noktada McDonaldlaştırma hem kamusal hem de özel sağlık kurumları için genel olarak mevcut politik iktidarın uygulamalarınca şekillenen bir yönetim ve işleyiş anlayışını ifade eder.
- McDonaldlaştırmanın dört akılcı ilkesi verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim, örgütsel olarak sağlık kurumlarında da kendine uygulama alanı bulur.
- Ritzer, Teksas Kalp Enstitüsü ve Moskova Göz Mikrocerrahisi Araştırma Enstitüsü gibi merkezleri montaj bandı tıbbının uygulandığı örnek kurumlar olarak gösterir. 1962 yılında Dr. Denton Cooley tarafından kurulan Teksas Kalp Enstitüsü, günümüze kadar gerçekleştirdiği 118.800 açık kalp ameliyatıyla dünya çapında bir üne kavuşur.

SAĞLIĞIN McDONALDLAŞTIRILMASI

- Ritzer tarafından modern bir fabrikaya benzetilen Moskova Göz Mikrocerrahisi Araştırma Enstitüsü ise montaj bandı sistemini ameliyat sürecinde uygulamaya geçiren öncül merkezlerden biridir.
- Verimlilik, Birleşik Devletler’de “McDoktorlar” ya da “Kutudaki Doktorlar”(doc-in-a box) olarak ifade edilen bağımsız acil merkezlerin de ortaya çıkmasına neden olur. Bu merkezler sınırlı sayıda ve önemsiz sayılabilecek bazı rahatsızlıklar için -genellikle hafif yaralanmalar- ayakta tedavi sunar.
- Doktorların statü kaybı, işten hoşnutsuzluğu ve yabancılaşma; hastaların kendilerini montaj bandı üzerindeki ürünler gibi hissetmeleri; tıp mesleğinin giderek insani olmaktan çıkması ve kişisellikten uzaklaşması gösterilebilir.

Teşekkür ederim.
Dr.Öğr.Üyesi Nurcan COŞKUN US
nurcan.coskun@omu.edu.tr

