

文化全球化議題：麥當勞化

A. 麥當勞飲食文化的特徵

1) 以速度為本的食物供應

- 購買方面：麥當勞的餐單簡單，一般只有十款套餐左右，節省顧客選擇的時間，提高銷售效率；當顧客輪候人數較多時，麥當勞會派職員為顧客預點食品，縮短顧客輪候時間，提高效率。
- 供應方面：麥當勞使用特製機器，例如飲料設備提供不同份量出口，員工只需按一下按鈕，就能確保定量的飲料流到杯中；食品供應方面，只需要將半製成品加熱或油炸即可，提高食品的生產速度；餐廳也會參考往年不同時段的供應量，制定當天不同時段的顧客購買量和購買品種

2) 統一化的供應及服務

- 供應方面：不同分店使用統一商標，員工穿着統一制服；統一快速的物流、統一產品設計和口味。麥當勞為員工提供訓練，統一整個生產過程。所有配備都是向特定供應商購買，無論外部或內部的工作流程也十分嚴謹和一致
- 服務方面：不同分店提供一致的服務形式，例如賣奶昔時從拿杯子、開關機器、裝奶昔到賣出，所有程式步驟均有詳細規定，服務方式一致。銷售員工也必須跟從規定的服務流程，先點餐、再付款、後取餐。所有員工被教導必須要對顧客保持笑容和提供最好的服務

3) 集娛樂及餐飲於一身

- 麥當勞以歡樂、溫暖和親切為廣告主題；既邀請名人作宣傳，塑造麥當勞為潮流象徵及凸顯「歡樂」的形象，使麥當勞成為聚餐和娛樂的地方；同時推出玩具吸引小孩、舉辦抽獎活動吸引其他顧客。麥當勞的 CEO 經常提醒管理人員：「麥當勞不是餐飲業，而是娛樂業」，以此強調麥當勞的娛樂價值

4) 不健康的飲食文化

- 快速就餐：現代城市人生活節奏急促，往往希望縮短就餐時間以繼續工作，造就快餐行業的出現。快餐廳的普及倒過來也加速了城市人的生活節奏，形成惡性循環。據統計，美國麥當勞客人的平均就餐時間是 11 分鐘，中國是 33 分鐘，不少客人甚至購買外賣邊走邊吃。麥當勞使快餐文化推廣全球
- 食物成份：麥當勞快餐的不少食物（漢堡包、炸薯條等）都屬高脂肪或高熱量食品，顧客享用一個巨無霸漢堡包和大薯條，已經吸收高達 1,050 卡路里，容易導致肥胖；加上麥當勞較少售賣蔬菜類的健康食品，因此經常被國際社會批評為「垃圾食物」

B.麥當勞化 是一種將企業營**理性化**，以提高生產效率的理論，有四個主要概念：

◆ 效率：

在生產模式上運用最適合、最理想的生產方法去達成預期所定下的目標，就是有效率的表現。



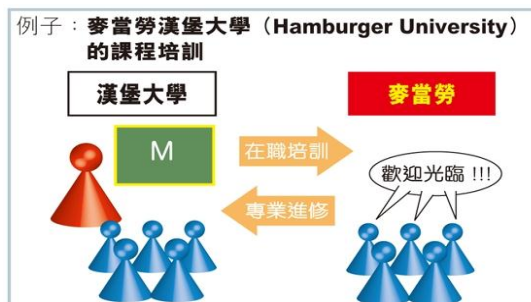
◆ 可計算性：

數字的標準化成為判斷生產過程的最終結果。「可被計算」的包括漢堡包的大小、重量和生產所需的時間。為求在品質和數量之間找到平衡點，有時候會建立一些「虛構的數量」以方便計算。



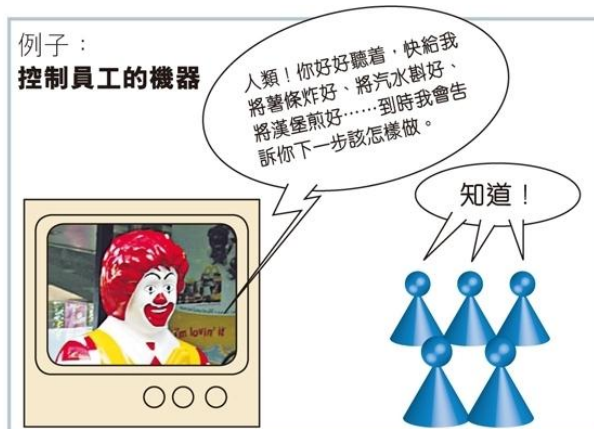
◆ 可預計性：

可預測的生產模式就好像一齣已編排好的劇目，員工的生產作業亦依從一套既定的模式，以確保完成品的一致性，將個人的特殊性減到最低。



◆ 控制：

在生產模式上，將人類的行為簡化為一系列機械式的動作，而每個人的獨特性將會被隱藏。這樣，人們的勞動力將會與機器無分別，企業亦能輕易地吸納大量無技術的剩餘勞動力，以較低廉的價錢聘請低技術的工人。同時，達到容易控制員工的終極目標。



C.全球化*本地化*麥當勞化

麥當勞的連鎖店分世界各地，但是每一家麥當勞都並非只有美國口味的食品，**很多時都會因應當地材料的供應問題而作出相應的配合，加入當地的文化色彩。**

例如，**印度**的麥當勞為迎合當地的宗教文化因素，**餐牌上有素食餐和非素食餐之分**，而且亦有**不以牛肉作餡料的漢堡包出售**；至於日本的麥當勞，亦推出了「日式照燒漢堡 Teriyaki」；以適應當地人的口味；**本港的麥當勞亦推出了「麥當勞扭扭粉」**，就是加入本地獨有的茶餐廳特色。

全球化並非一個單一面向的文化發展，當國與國之間互相影響的同時，亦會激起地方文化的自覺。「全球本地化」(Glocalization)一詞由日本經濟學者所提出，其後 Roland Robertson 在他的理論上加以發展，成為討論全球化影響的重要議題。**當各地方化不斷互相衝擊時，全球本地化就是指「喚起地方文化的覺醒」，同時亦意味着對外來文化衝擊一種抵抗的表現。**

綜合而言，全球化並不是一單單令各地文化產生「同化」的社會現象。麥當勞化是一種社會發展經歷，亦是解釋全球化如何影響人們的生活變化。**當資訊急速流動時，國與國之間的地域界限亦逐漸變得模糊。**外來的文化如何影響當地文化，而當地文化面對外來的衝擊時，如何作出相應的措施，便是人們踏進 21 世紀所需要反思的全球化課題。

麥當勞化帶來的影響：

例子 1：大型補習社的營運模式

效率：

員工分工清晰：櫃檯員工負責接聽電話和登記課程；補習老師負責在堂上講課；補習老師助手負責影印和派發筆記；清潔工人負責補習社的清潔工作。

可預測性：

公開考試有了一定的範圍、題型和考試時間，而這些補習社，則標榜着「在最短時間內助你取得最高的分數」以招徠一眾講求「效率」的學生。

例子 3：超級市場的收銀台

效率：

大型的超級市場會設有「特快專線」的收銀櫃檯，專門服務一些只購買少量貨品的顧客，有效地疏道人潮。

控制：

超級市場收銀員只需將貨品掃過條碼器，電腦便能即時顯示出該貨品的價格和名稱，最後將總數加起來告知顧客。整個過程完全由電腦控制，同時亦減少因為人手計算出錯的機會。

例子 4：港鐵於繁忙時間的應對措施

可預測性：

有關部門為繁忙的上下班時間作出相應的調整，如安排大量的港鐵員工協助疏通人流和維持秩序。反之，在一些非繁忙的時段則可以減少人手，以及關閉某些設施(如電梯)，以大大控制經營成本。

可計算性：

每日列車的班次亦因應特定的時段，或有關特別節日有所調整。人流的數目和列車班次的到站時段都需要靠一些統計的數據去配合，才能有效地應付每日的管理問題。

例子 5：使用 E 道過關的情況

可預測性：

使用 E 道的旅客只需將智能身份證插入閱讀器，然後再將自己的拇指平放於指紋掃描器上以核實身份，便可離開，而旅客每次只需重複兩個動作便可快捷地過關。

控制：

E 道是一套自動出入境過關的系統，過關的旅客只需「協助」該電腦系統一系列的要求，如插入自己的身份證和放上拇指的動作，電腦程序便可執行程式，然後再決定該旅客的身份是否得以核實。

D. 麥當勞為中國帶來甚麼正面影響？

經濟方面：刺激經濟發展並引領中國走入國際市場

- 促進中國經濟發展：中國 1990 年首次引入麥當勞。麥當勞迎合了中國廣大消費者的需求，開拓市場及刺激消費。現時麥當勞在中國擁有超過 1,400 家餐廳，直接提高中國就業率，增加政府稅收，不但刺激飲食業發展，同時也推動了農業和服務業的發展
- 引入先進管理經驗：外資企業為中國帶來先進的經營理念，麥當勞建立中國漢堡大學，培養了大量管理和銷售人才。同時本地企業從良性競爭中，吸收外國的營商之道，長遠有助本土商業的發展，也可幫助中國與國際市場接軌。

文化方面：加強中西文化交流，文化多元化發展

- 飲食文化的轉變：麥當勞的外資企業進入中國，一方面帶來西方的飲食文化，另一方面又作本地化的發展，適應各國的文化差異，促成文化交流。例如麥當勞在中國推廣了食牛肉的西式飲食文化
- 餐具使用的轉變：麥當勞也帶來了西方使用刀、叉的飲食文化，這些文化在潛移默化中影響着中國人使用筷子的飲食習慣及思想觀念。這細微的轉變令中國人逐漸放開傳統思想的束縛，更樂於接受和學習不同國家的文化、藝術和思想
- 國民素質的轉變：麥當勞式的企業管理也增加了中國人的見識，如《北京晚報》有報道提出，為甚麼麥當勞的廁所比我們的食堂還乾淨？麥當勞的「鯨魚效應」不但讓中國企業急起直追，甚至啟迪了中國人改善國民素質

E. 麥當勞為中國帶來甚麼負面影響？

經濟方面：勞工權益被剝削

- 麥當勞被指以低廉工資壓榨勞工，剝削中國勞工權益。據「中華全國總工會」統計顯示，麥當勞聘用兼職員工時支付時薪過低，提供不合法、不合理的待遇，涉嫌違反最低工資標準，損害中國勞工權益。

社會方面：人民體質下降

- 麥當勞的食物含過量反式脂肪、膽固醇和添加品。麥當勞越普遍，國民的身體素質越是惡劣，肥胖、心臟病、癌症等有年輕化趨勢。增加國家醫療負擔。

文化方面：飲食文化獨特性受損

- 以麥當勞為象徵的美式飲食文化在全球建立「霸權」，使各國的飲食文化獨特性受損。麥當勞的文化侵略令全球人民的飲食文化變得單一。無論你身在何方，都吃一樣的漢堡、薯條及奶昔，損害各國的本土飲食文化。

F.歷屆試題分析 2012 DSE 通識教育

2a)你認為全球化可能透過什麼方式影響內地的中國文化？解釋你的答案。

恰當地運用有關知識及概念(例如：文化價值觀、文化交流)，指出及詳盡解釋全球化**可能影響**內地中國文化的方式，例如：

- 透過**互聯網-政治影響**：西方民主思想可能對共產政治文化構成挑戰；**文化影響**：西方文化可經由電影及音樂等傳入；
- 透過**跨國公司的經濟活動-社會影響**：西方生活方式可能改變傳統中國社會及文化價值觀；**經濟變化**：資本主義手法可能削弱中央計劃經濟或國營生產模式；西方形式的消費主義；
- 透過**社會及文化交流**(例如：探訪、交流學習)-**文化影響**：透過互相接觸，把西方習俗及思想引入內等。

2b)「全球化導致西方文化取代其他文化。」你在多大程度上同意這說法？解釋你的答案。‘
清楚表明**立場**，立場前後一致。

清楚有理及合乎邏輯地解釋他們有多大程度同意該說法，並就**正反兩方面**，提供**全面**及具**批判性**的論證，能充分理解及恰當運用有關知識及概念(例如：全球化、文化取代)，例如：

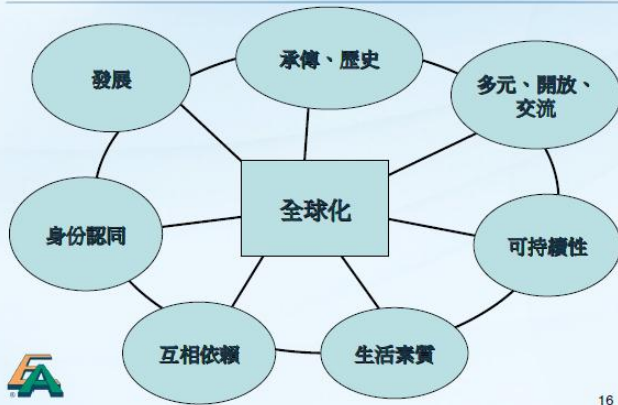
同意論點：運用相關及有理的例子**放眼世界**觀察所得，清楚及詳細地解釋其論據；可用下列或其他恰當的要點建立論據，例如：

- 因西方文化被視為較**高層次及時尚**，西方文化在多方面**主導**全球文化，例如快餐、衣服；
- 因採取**開放政策**，西方文化正在削弱許多國家的本土文化，例如在中國；
- 由於西方國家及商業擁有**較多資源**，因此西方文化得以**主導**本土文化等。

不同意論點：運用相關及有理的例子**放眼世界**觀察所得，清楚及詳細地解釋其論據；可用下列或其他恰當的要點建立論據，例如：

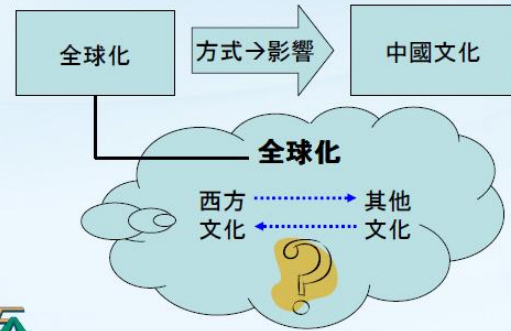
- 全球文化並非，也不能由西方文化所主導，而是世界各地文化**混合的產物**；
- 非西方世界的**本土文化**獲得學校和家庭**保存**及捍衛；
- **西方和本土文化**均獲得現代世界許多人**尊重**等。

第二題:全球化—主要概念

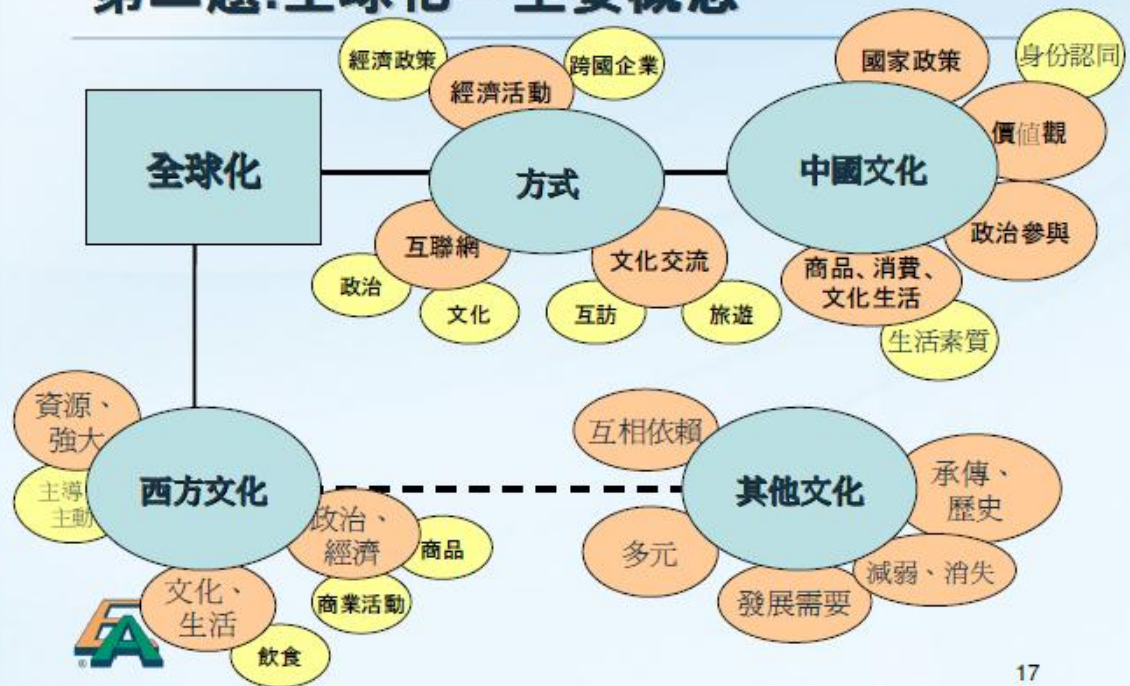


16

議題



第二題:全球化—主要概念



17

相關概念	概念選介
跨國企業 (Multinational Corporation) 分工 (Division of Labor) 全球化 (Globalization) 本土化 (Localization) 理性行為 (Rational behavior)	分工 (Division of Labor) 在整個生產過程中，指工人專責一項工作或工作的某一部分。透過工人不斷重複某一個工序，達到熟能生巧，繼而使各部門的工人能各展所長，提高整體生產力。但缺點是，工人容易對單一的工作感到乏味，而且亦會增加部門之間的倚賴性。