

Hordó-elmélet

Még fél lábbal a Taverna Iskolában dolgoztam, amikor a tanácsadásra alapított cégem első ügyfele, egy kínai úr egy barátom ajánlására megkeresett engem. Először nagyon meglepődtem, amikor találkoztunk, mert a várakozással ellentétben az illető egy nagyjából 120-130 kilós és 190 cm magas figura volt, aki egyébként kiválóan beszél magyarul is. Az üzletemberrel – akit az egyszerűség kedvéért nevezünk Csennek – hamar szót értettünk, és a közös munka kapcsán, amely egy kínai biztró megvalósítására fókuszált, újdonsült megbízóm bevezetett az igazi kínai konyha rejtelmeibe. Végig látogattunk majd minden olyan kínai éttermet és alapanyagpiacot, amelyet a hazánkban élő kínai elit előszeretettel választ kikapcsolódásaik és hatalmas közös étkezéseik helyszínéül. Sok esetben a kullisszák mögé is betekintést nyertem, amely pedig feledhetetlen élmény marad számomra, amíg élek.

Csen barátom, akinek fél tucat étterme működik Magyarországon, nem csak a hasát szereti nagyon, de magát a vendéglátást is. Tudatosan fejlesztette saját éttermeit, és ha elakadt valamiben, azonnal a megoldási lehetőségeket kereste, ha pedig megtalálta, nem habozott használni azokat. A magam részéről először nem is értettem, hogyan gondolkodik, mivel annyira más világ volt. Beszélgetéseink során rendszerint komoly vitákba keveredtünk, mivel ő folyamatosan olyan megközelítéseket vonultatott fel a mindenféle problémák kapcsán, amely nekem, európainak, eszembe sem jutott volna.

A kedvencemmé lett egyik ilyen elmélet, amit tőle tanultam meg, az úgynevezett „hordó-elmélet”. A dolog misztikusan hangzik, de valójában igencsak egyszerű, emellett nagyon elegánsan és érthetően tükrözi azt, hogy mikor is működik igazán jól nem csak egy vendéglátó, de egy akármilyen üzlet.



A tétel így szól: Képzeljünk el egy átlagos hordót, mondjuk, egy borosat. Képzeljük el, hogy a hordó minden egyes dongája, azaz a hajlított fahasáb, amelyek összessége magát a hordót alkotja, az adott üzlethez szükséges egy-egy tudást

jelenti. Ha a vendéglátásnál maradunk, akkor az egyik donga lehet az értékesítés, a másik a marketing, a harmadik a szerviz, majd a konyha, a humánerőforrás kezelése stb. Most képzeljük el, hogy a hordó dongái arányosan addig érnek, mint amennyire a vállalkozásunkban az egyes területek erősek vagy éppen gyengék. Érdeemes 1-től 10-ig pontozni az egyes területeket, és ha így teszünk, akkor jó esetben egy tökéletes hordóformát kapunk. Ennél azonban valószínűbb, hogy nem így lesz, és egy változó magasságú dongákból álló hordó képe rajzolódik ki előttünk. Na már most, ha ezzel megvagyunk, akkor következhet a filozófia lényege. Ez ugyanis azt mondja, hogy ha szeretnénk megtölteni a hordónkat folyadékkal, mondjuk, borral, amely ebben az esetben a bevételeket és magát a siker mértékét szimbolizálja, akkor muszáj észrevennünk, hogy a hordóba mindig csak addig tudjuk a bort beletölteni, és így a hordónkat feltölteni, mint amekkora a legkisebb donga maga.

Lefordítva a dolgot, a tétel azt állítja, hogy hiába vagy Te erős öt dologban, ha a hatodikban nagyon gyengének mutatkozol: ebben az esetben csak addig a szintig fogsz tudni eljutni, amit a gyenge tudásod hagy. Az elméletet leírni bonyolultabb, mint amilyen egyszerű, és nem is muszáj vele feltétlen egyetérteni, jómagam azonban hajlok rá, hogy mellette tegyem le a voksom. Bármilyen döntésed, az biztos, hogy a példában sok igazság van, amit érdemes végiggondolni: humánerőforrás, marketing, vendégkapcsolatok, kínálat, értékesítés stb. Valahogy így állnak össze a vendéglátás dongái. Én már megvizsgáltam a hordómat többször, és mindig találtam fejleszteni valót. Mit gondolsz, a Te hordód vajon színültig telne meg borral?