



商管心理學：小廁所大心態

林煒舜

臨床心理學博士

深水有一間很有名的火窩酒家，老闆以用料靚、有性格、對伙計有情義而為街坊所津津樂道。

這酒家的火窩料的確上乘，本地手切牛肉的牛味濃郁，許多高檔火窩店的安格斯牛粒也比不上。而他們最出名的是一個用響螺作湯底和火窩料的窩，聲稱用的全是即日在街市買回來的響螺，單是來價已要四、五百元一隻，所以這個窩的售價要七、八百元，只包括窩底和一隻響螺。螺頭和較硬的部分，先滾起作窩底，的部分則切成薄片，自行灼來吃。一個窩當然不夠飽，以兩個人計，至少要加一碟牛肉、一碟菜，最後加一碗冷飯來做個湯飯作結，這樣的話埋單已要約千四、五元。



好不好吃？好吃。值這個價錢嗎？我覺得值。我絕不是一個盲目追求高消費的人，但我會再去。那麼，這和商管心理學有何關係呢？本來是沒有的，但當喝了兩瓶啤酒，兩碗響螺湯，上了一次廁所之後，便有關係了。

這店的廁所，可用不忍卒睹來形容。我不詳細描述面的情形了，總之很差，去完出來對火窩簡直胃口大減。後來，我找了一些關於這店的資料，發覺大部分食客都和我一樣：對它的食物讚口不絕，但都大肆批評它的廁所。有一些報道還引述了老闆的解釋，說因為這店是租回來的，所以不可能花大筆錢把廁所裝修。

然而這可不是理由。食肆的廁所，乾淨是首要的條件，沒有任何藉口可言。試想想，食客若穿了不錯的衣服，卻進了一個又窄又髒的廁所，會是多麼的不高興。而廁所的臭味，也的確會影響食欲。更食客更可能進一步想到：這食店的廚師和伙計，都是用這廁所的，他們用完廁所後去調弄或傳遞食物，食客難道不會擔心？

說到底，小小一個廁所已可反映出經營者的心態。但我一向強調，即使自己是山寨出品，也應擁有一流的心態。不久前看了一齣電影狂舞派，正正就是本地小本製作，但它呈現出來的明顯是荷李活心態，非常難得。這套電影的題材和故事有鼓舞作用，但我認為它的製作心態對本地電影更有鼓舞作用。

希望下次再去吃那個滋味響螺窩時，它的廁所已有改善吧，那就證明老闆終於當自己是一間名店去看待了。

資料來源：<http://hk.finance.yahoo.com/news/商管心理學-小廁所大心態-220000651.html>

