

保持活力的泉源

張昇常談「創新」

文◎張昇常

「創新」不僅是企業體的活力，也是經營者乃至全體員工的活力泉源。本文就個人對創新的看法為文，提供大家參考。

創新滿足人類基本需求

喜新是人的本性。小孩喜歡玩具，但對每一件玩具的喜愛幾乎都很短暫，原因是這件玩具對他來說已不新鮮，因此容易喜新厭舊，週而復始便成為一種習慣；然而這也是人的本性，純真小孩的需求亦就是人本性的需求，而創新會帶給人們歡樂與滿足。

既然小孩要新玩具是天性，那麼大人為何不保持赤子之心，把創新開發的過程及費用，當作是買大人玩具的費用；而把「創新」當作玩玩具。小孩玩具花費的是數百元、數千元，那麼大人的玩具何妨乘以一萬倍吧！當然也會有花費更便宜或更昂貴的創新。

至於要創新什麼？創新產品可分為有形的，如零件、組件、完成品等；無形的則如行銷、管理、服務、金融產品等皆可以是創新的對象。一般來說有需求就有供給，但供給者的創新才是刺激消費者需求的本源。有一種說法是，消費者只會在創新者把新產品推出後，才會說「我要的就是這個」；換個角度來看，某人有好的 idea，他會輕易告訴你嗎？所以創新，就是要有原發性的興趣及原發性的 keep in mind。

創新有時是靈光一閃，有時則是深層思考的結果，總之要把創新變成一種習

慣，且常常以玩具的心態去了解它、思考它，或許就會突然有靈感浮現。

培養創新的習慣

既然創新本身是一種玩具，那麼過程就是一種遊戲。老闆自己進行創新開發是一種遊戲，員工

進行創新開發更是公司付錢買玩具，讓員工享受遊戲的樂趣。如此面對開發縱然刻苦，但卻能不以為苦並樂在其中；如此一來，吃苦不就等於吃補嗎？

如果吃苦當吃補，那麼挑戰愈發困難，創新就愈好玩、愈甘甜。而在點子浮現以後，可能與現況是不同領域或者是異業的，不過並無妨礙，有許多先例是異業的創新比本業的創新做得更好；尤以現在資訊發達，只要有心，異業的技術、方法也可以轉化成本業的技術、方法。

不斷精進改良

最後是在紙上進行一代又一代的改良，此舉不但不需要花錢，而且比實際執行更省時、更能發揮。一件偉大作品的誕生，往往需要經年累月的經驗累積，所以不僅是 idea 而已，更需要長久的毅力不懈地改進，學會勤勞與等待，從中獲得樂趣與成就感，並取得最後的勝利。 ☀



作者簡介：

張昇常為「2006-2008創新自行車暨零配件甄選委員會」副主任委員、松野公司董事長。