

我有一個好朋友從小就是數學天才，他對數字的喜好，簡直到了錙銖必較的瘋狂地步，偏偏他遇到個女朋友，卻是不善理財對數字反應遲緩的富家女，凡是「差不多」。就這樣子，兩個為了「差不多」，與「差很多」常有爭議，最後終至鬧到不可開交，分手了事。

在工作中，類似的「可能」、「大概」、「應該」、「好像」、「約莫」、「估計」、「差不多」的話語，對你我是一點也不陌生。如此，凡是草率行事，不求甚解，只求過得去，結果卻是樣樣「差很多」，事事「過不去」。

謹，要求每一件事都抱著認真的態度，真正做到了環環相扣，責任歸屬清楚，就沒有「差不多」的思想。不論企業或個人只有認真才能有所成就、才能成功。

企業常面對看似瑣碎、簡單的事情，但卻最容易忽略，最容易錯誤百出。企業經營無論有什麼遠大的目標，如果在每一個環節連接上，每一個細節處理上不夠完善，最後將導致失敗，「大處著眼，小處著手」才能達到管理的最高境界。

雖說「差不多」令企業無法精益求精，但凡事細緻、精

「差不多」的錯與對

文·葉益成

水溫未到沸點100°C，就不是開水。對很多事情而言，一件小事或失誤往往會產生完全相反的結果，會下棋的人常有走錯一步，全盤皆輸的感受和扼腕經驗。因為做好99件事，但做錯一件事，就是成功和失敗，0和100的天壤之別。

相較於德國人和日本人做事的細緻和不折不扣，國人卻普遍有大而化之，馬馬虎虎的習性（好聽的說，叫做事會應變、有彈性），以至於「差不多先生」比比皆是，次極品和不良品便占相對的高比率。

隨著科技的發展，專業化分工越見細緻，消費者的要求逐日提升，自然而然要求產品和服務提供者做事要更加認真和細膩。

利潤先生要說的是：「把每件簡單的事做好，就是不簡單；把每一件平凡的事做好，就能成就不平凡。」認真而專注的精準態度，對現在企業無非展現在細節的追求，也就是「細節做對，企業就贏了」。

伴隨著市場的競爭激烈和企業對管理的持續改進，越來越多的企業意識到不實不細、廣泛管理的諸多弊端和對企業的不良後果，紛紛向更科學有效能的精質管理靠攏。把生產經營的每一步驟管好，從上到下，從生產、管理到服務，建立目標細分、標準細分、流程細分、任務細分，實行精準計畫、精準決策、精準控制、精準考核，凡是要要求規範化、標準化、資料化。如此，透過了一絲不苟的嚴

準，有時卻未能為企業帶來實質利潤，反是徒增成本。小時候唸書，最怕唸數學，特別是看到老師在黑板上賣力地證明一些一目了然的定理，我就眼花腦脹，一片空白，頓時聰慧變癡呆。但最令人抓狂的是考試遇到驗證題，做了天暈地暗，最後卻得到此題無解的答案，真令人氣結。商業活動中，如你知道答案的東西，千千萬萬別再愚笨去分析計算它，哪怕是一分或一秒。

最近我接到一家中型醫藥公司董事長的電話，他談到要聘雇顧問來計算其市占率。該公司很清楚自己的占有率在10%~12%上下，但是他很想知道到底是10.5%，11.1%或者是11.9%，甚至想知道市場有多大，是100億或110億？我仔細聆聽了10多分鐘，最後不急不徐的告訴他：「意義何在？」這些極度量化對企業利潤卻是毫無助益，類似的情形也發生在過度的量化業績預測上，如此花了可觀的時間和精力在虛無縹緲的數字預測，卻與真實利潤漸行漸遠，以致坐失賺錢時機。

利潤先生建議這時無妨來個「差不多」！只給自己5秒鐘做決定，寧願大概的正確，也不要精準的錯誤。

最後，我要提醒企業確實緊記：用不到的報表和分析只是垃圾，企業切莫做無謂的分析，多花些精力在賺錢上才是真的。

（本專欄作者現為ERA毅業國際顧問組織亞洲區負責人暨中華毅業總裁，中華成本管控學會理事長）