善用现有业务优势 慎思发展策略

个案背景

近年升学竞争激烈，除了日常学校课堂，不少家长会替子女报读不同补习班或兴趣班，令教育行业有更大的商机。一位「问问专家」业务咨询服务的申请人是教育机构的老板，其业务主要为中小学生提供英语教育，她更冀望将业务扩展至科学、科技相关的教育(STEM 教育)。

申请人提出的问题



申请人表示其公司打算举办实习计划，让大专学生到科技企业实习，体验与创新及科技相关的工作。但她的公司对这类科技企业认识不太深，因此希望寻求顾问的专业意见，改善市场策略。

专家顾问提供的分析/ 意见

工业贸易署「问问专家」市场推广顾问刁俊源先生曾与申请人倾谈。刁先生认为申请人的公司对教育工作很有热诚，原有的业务已赢得口碑，成功建立起学校、老师及家长的客户网络。他说：「近年兴起区块链、人工智能、大数据、程序编写等热门科技课题，市场需要相关信息科技人才。申请人在 STEM 教育发展的构思不错，亦已有一定准备。但申请人需要留意，中小企业未必是她公司最合适的客户对象。主要原因是中小企业会倾向直接购买现成的科技解决方案，而非透过聘请科技专才自行研发。」他指出，金融行业例如银行等需要开发应用科技新产品的科技人才，建议申请人可以尝试接触他们商讨合作。



不过，刁先生认为申请人应小心考虑公司下一步应如何发展。他解释道：「教育与培训其实是不同的生意，培训只是训练技能，教育则较着重学懂如何学习，像启发学生思维、价值观以至如何成长等。以申请人公司的经验及对教育的热诚，应该较适合继续向教育方面发展。申请人公司可以利用自己已建立的学校网络，在现有市场上推动科技教育课程。如果申请人要花精力开发新业务市场，反而较难发挥自己的长处。」

他提醒中小企业在经营时如遇上两种情况，会较易作出轻率的决定。他举例指，若公司生意欠佳，可能为急于扭转困境，未考虑周详便作出损害公司长远利益的短期决定。相反，若公司生意理想，可能过于进取扩张业务，因而增加经营风险。

申请人与专家顾问会面后如何处理问题

申请人听从顾问刁先生的建议，调整发展策略，先着重向现有客户网络推广新业务，经过数月取得一定成效。她透露，现时的目标客户主要是中小学生，期望以两年时间建立自己的品牌，进而开拓年龄较大的青年成人市场。

专家顾问就个案指出中小企业可学习到的重点/ 精要

专家建议：「善用自己优点，小心考虑发展策略，勿轻率作重大决定。」

在「问问专家」业务咨询服务个案分析集内提供的任何意见、结论或建议，
并不代表香港特别行政区政府及工业贸易署的观点。

