

中小企業成長之道—— 開創品牌以擴展行銷體系

我國有95%以上皆屬中小企業，在經濟景氣不佳時，退出經營者自不在少數，其進出頻率甚高，而今面臨產業結構轉型期，中小企業之技術亦需升級，以配合工業成長之需要；然而中小企業在經營體質上，應先瞭解自我，以突破自己，進而脫胎換骨，迎合潮流之趨勢，邁向成功之道。

■ 吳再益

一、中小企業目前遭遇的困難

中小企業所面臨的困難約略可分為三大類，一是資金問題，二是技術問題，三是管理問題。

在資金方面，根據本所研究報告，我國中小企業約30%因中長期資金不足，因而使生產發生不順利的現象；另有26%是受困於短期資金不足，可見影響中小企業之成長者，在資金問題上甚為嚴重。

中小企業自有資金有限，又囿於家族色彩很難引進外來資金，且大都不在公開市場上發行股票，公司債吸收資金，故由銀行融資乃是最佳途徑。但一般金融機構以其風險大、成本高。大都採較保守態度，以至於70%以上的款項都傾向於貸給大型企業；反過頭來，中小企業向民間貸款的方式，由於期限短，資金成本高，使得中小企業經營者無不疲於軋頭寸。

又今科技不斷創新，企業無論大小者須仰賴技術進步來帶動企業成長，然中小企業因人才凋零，設備簡陋、機器老舊且工人技術水準跟不上時代，而處處落於競爭劣勢的地位。

至於管理問題，更是疲態百出，其一是生產管理方面，由於缺乏完善的生產計劃，對於設備添置、機器汰舊換新、廠房佈置及原材物料採購，未能整體性規劃；其次是財務管理問題，中小企業常因缺乏完善的會計制度，致使財務資料不齊全，無法進行成本會計制度，不能正確計算成本；最後是行銷導向的時代來臨，中小企業很少從事市場調查，故無法深入瞭解商情，當然更談不上行銷規劃。

二、中小企業經營特質上現存的癥結

一般中小企業要邁向經營的坦途，務必經營者的理念要明晰環境情勢的演變，以掌握內外環境因素的有利條件，予以充分發揮，但時下中小企業在經營上，則有七大癥結急待解脫，俾期脫胎換骨。

1. 計劃方針不明確

商場如戰場，要想贏得勝利，必須發揮團隊精神，全體員工朝向公司目標奮鬥，然今中小企業的經營