

疫情对中小企业影响研究

王文瑄

长春建筑学院, 中国·吉林 长春 130000

【摘要】2019年末, 新冠肺炎在短时间内迅速反弹扩散开来, 让全国都戒备森严, 举国上下共同应对。无论是对于中国的中小企业, 这都无疑是一场浩劫。尤其是对于中小型企业更为致命的。本文通过对疫情下中小企业的生存现状进行了研究, 分析原因并提出了解决方案。

【关键词】中小企业; 疫情; 企业管理

引言

2020年秋, 令人恐慌的疫情却再次袭来。刚刚从上半年阴影走出来的中小企业主, 在年底冲业绩的时候又迎来了低谷。那些实体门店商超、批发商、小商贩、个体户等本就想靠着春节期间的生意赚一点钱, 但现在不但生意都不能做, 那些货物库存还可能一时半会儿找不到销路而损坏。在绝大部分疫情重点管控区, 中小企业大部分紧锁大门, 许多店面都贴上了“转让”的标识。无论是对于中国的中小企业, 这都无疑是一场浩劫。尤其是对于中小型企业更为致命的。全国上下的企业全部都停工待业, 没有了收入来源, 再加上房租的负担和员工工资的负担, 让很多中小企业的老板们日夜辗转反侧, 备受压力, 陷入了深深的焦虑之中。

这次百年不遇的疫情对于我们每一个人来说都是一次巨大的挑战。清华大学朱武翔教授做出一个市场调查。根据其相关数据表明中国的企业正在面临着一个极大的危机。在被调查的1500多个企业中, 样本数据来自于江苏, 广东, 北京等地。具有极为可信的参考意义。60%的企业资金用于员工的工资发放和五险一金的缴纳。15%的资金用于支付地租。还有14%用于偿还贷款。其中涉及的行业多种多样, 包括零售业加工业、高科技行业、文旅行业、建筑业等等。国内的中小企业带动了80%的城乡就业率, 占据了GDP的60%, 同时为国家缴纳了50%的税收。他们的生死存亡与我们的社会密切联系, 值得我们所有人去关注。

1 原因分析

1.1 主要原因。中国的中小企业生命周期较短, 主要原因如下: 企业具有先天的不足和脆弱。他们业务单一规模较小, 所以现金流比较匮乏, 在产业链的结构上处于弱势, 也就比那些大公司更容易破产。在疫情期间, 资金链稍微有一些波动就可以将他们分崩离析。特别是在像餐饮业零售业的主要依靠线下流量来生存的企业往往是受到冲击最大的。与此同时像零售, 餐饮, 娱乐, 住宿等都是在需求的下游, 最为密集的行业, 同时在出口领域也是以中小企业和民营企业为主要组成部分的, 他们也受到了巨大的冲击力。在公共领域流量成本较高, 但是转化率较低, 这就导致了企业会将流量断层。而企业的发展必须要依靠各层次的客户, 而客流量的主要来源就是公域流量, 但是由于成本高, 转化率低, 企业会逐渐入不敷出, 造成资金链断裂产生困难, 陷入困境。加上一些杂七杂八的外在因素, 会直接导致企业的破产。

1.2 经营困境。这场突如其来的巨大浩劫, 对每一个人每个企业的影响都会是具致命性的。在笔者进行网络调查的过程中, 概括总结出了绝大部分实体店铺面临的经营困境。

1.2.1 客流量减少, 无销售渠道。长时间的居家隔离生活, 让老百姓们迫切的想要出去逛街。大部分商家认为疫情结束后将会迎来一个客流量的高峰期。但在实际上国内情况得以控制的时候, 国外疫情却每况愈下。在这样一种大环境下, 每个人都会出于防护和保护自己的心理, 尽可能避免去人流过多的场所, 消费欲望有所下降, 实体店营业之后会出现客流量大不如前的窘迫状况, 如果一家店没有忠实的粉丝顾客群体用户粘性比较低就

会导致实体店铺失去销售渠道。

1.2.2 资金链断裂, 运营成本无法负担。因为客流量急剧减少, 导致了实体店铺的收益和效益都有所降低, 资金链出现了断裂。而与此同时实体店铺的运营成本却不断的在向外支出如店铺的租金费用和员工的薪水这些基本问题就会导致形势变得更加的严峻。

1.2.3 仓库产品滞销, 无法回笼资金。也正因为这些原因, 实体店的商品无法及时的进行销售, 出现了大量的滞销和积压的问题, 旧一代产品滞销, 导致了新一代产品无法上新。竞争力下降, 故而无法回笼资金, 这对实体店的打击是致命的, 比如服装行业和建材行业等。

2 解决方案

虽然疫情残酷且残忍, 但我们依旧应该保持一个乐观的态度来应对, 这对我们是一次考验也是一次挑战, 我们可以在危难之际寻找新的机会和突破, 笔者建议中小企业应该做好。充分的应对危机准备。

2.1 完善科学财务核算制度。通过完善公司的财务制度, 建立预算, 对公司所需要的开支进行科学的管理和分配, 要求所有的员工进行执行。优化公司每一项成本结构, 优化人工成本的比重, 运营成本合理分配, 做好公司的未来五年企业资金规划, 现金流规划和利润目标计划等。

2.2 建设线上平台。企业需要找到与行业密切相关的三方平台, 例如美团、58同城、大众点评等等进行线上的引流, 在网络上进行宣传和连接。同时聘请技术人员建立自己的线上交付工具, 可以通过三方平台将流量引入到自己的线上软件, 从而培养客户群体的消费习惯转变, 让客户可以保持粘性持续消费。

2.3 内部业务承包制度。企业需要减少一些不必要的管理流程, 优化管理流程。企业可以将一些不必要的不重点的业务内包给员工, 从而提升员工工作的积极性, 同时为员工带来了利益。用与员工之间的交易去替代管理, 大大的提高了组织内部间的生产能力。

2.4 建立多元化的策略。企业可以对于自己的经营策略作出适当的调整, 如果以前是重资产的投入, 但需要较长周期才能得回报, 如果能。恰当地增加一些短期的补充现金流的项目, 可以余出部分资源去拓展一些高回报高收益的项目, 来保证企业的发展得到持续。

3 总结

疫情虽可怕, 但并非是洪水猛兽, 我们虽然不可掉以轻心, 但也不可过于畏惧。我们能做的是重视起来, 用严肃的态度和冷静的头脑去应对疫情。拥有良好的心态, 团结人民群众。实体中小企业应该提高自己抗风险能力, 顺应国家的政策, 积极主动的寻求帮助。保持自身运行的活力, 以避免遭到严峻挑战而被淘汰。

参考文献:

[1] 余静芳. 新冠肺炎疫情背景下中国企业面临的新风险及其应对措施[EB/OL]. 2020-02-21.

[2] 盛松成, 龙玉. 新冠疫情背后中小企业面临前所未有的生存压力[EB/OL]. 2020-02-04.