

Автор: Abbas Nadim, Robert N. Lussier

Автор перевода: В.А. Широбокова

Источник: <http://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/145>

УСТОЙЧИВОСТЬ КАК КОНКУРЕНТОСПОБНАЯ СТРАТЕГИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

ВВЕДЕНИЕ

Коэн и Винн (Cohen and Winn, 2005) обнаружили, что литература по вопросам предпринимательства в отношении устойчивости является довольно слабой, а достигнутые сегодня изменения носят только дополнительный характер. Наш поиск литературы о «малом бизнесе и устойчивости» и «предпринимательстве и устойчивости» привел к сотням сравнений. Однако обзор тезисов указывает на то, что большинство из них не рассматривают малый бизнес и устойчивость как конкурентное преимущество для долгосрочного успеха. В 2008 году начал издаваться Международный журнал устойчивого стратегического управления. Однако обзор статей показал, что основное внимание уделяется устойчивому стратегическому управлению крупными предприятиями; не было найдено статей об устойчивом стратегическом управлении малым бизнесом. Текущие исследования в основном фокусируются на точке зрения об окружающей среде и экологии (Parnell, 2008). Более того, многие статьи посвящены вопросам корпоративной социальной ответственности и не основаны на данных США.

Обычно, восприятие многих владельцев малого бизнеса заключается в том, что у них есть более насущные проблемы, с которыми приходится иметь дело, чтобы оставаться «на плаву» и быть прибыльными, и что устойчивость не является стратегией, которую они могли бы активно преследовать. В этой статье мы представляем случай, когда малый бизнес должен быть интегрирован в местное сообщество и сделать устойчивость основой для конкурентного преимущества и важнейшим партнером долгосрочного успеха.

Мы начинаем с основы, объясняющей важность сообщества и необходимость его поддержания в отношениях с малым бизнесом путем

разработки стратегий устойчивого развития, которые способствуют успеху обеих организаций. Во втором разделе описывается устойчивость и устойчивость предпринимательства. В третьем разделе обсуждается устойчивое развитие, включая кодексы экологического поведения и примеры стратегий «зеленого управления». Наш последний раздел посвящен обсуждению и последствиям с рекомендациями для дальнейших исследований.

СООБЩЕСТВО И СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОСТИ

Потребность в отношениях местного сообщества. В JSBS Майкл Портер (Michael Porter, 1998) обсудил важность местного сообщества и потребности в малом бизнесе для создания конкурентного преимущества. Преимущества сообщества малого бизнеса хорошо задокументированы (Arikan, 2010; Kobeissi, 2009). Использование коллективных отношений сообщества с внешними сторонами в качестве конкурентного преимущества было сильно поддержано исследователями (De Clercq & Rangarajan, 2008; Fitzgerald, Haynes, Schrank, & Danes, 2010; Niehm, Swinney, & Miller, 2008; Pirolo & Presutti, 2010; Sorenson, Folker, & Brigham, 2008).

Отношения сообщества необходимы, чтобы приобрести ресурсы, чтобы удовлетворить потребности малого бизнеса (Соренсон, и др., 2008), поскольку предприятия малого бизнеса нуждаются и в собственном и социальном капитале, чтобы иметь успех. Необходимость в акционерном капитале хорошо задокументирована, а общественные отношения с местными банкирами могут помочь малым предприятиям получить финансирование (Ames, Romano, & Pham, 2002). Потребность в социальном капитале, включая совместные сетевые отношения в местном сообществе, также подтверждено документально, (Pirolo & Presutti, 2010; Sorenson, et al., 2008) поскольку это влияет на производительность малого бизнеса.

Важной частью более широких общественных отношений являются отношения с клиентами (De Clercq & Rangarajan, 2008). Ачуа и Люсьер (Achua and Lussier, 2002) обнаружили, что, когда национальные сети скидок появляются в городе, малый бизнес пытается конкурировать с ним, снижая цены безуспешно, вместо того, чтобы сосредоточиться на отношениях между сообществом / клиентом. Хокертс и Вюстенхаген (2010) заявили: “Мы

предположили, что на ранних стадиях преобразования устойчивости промышленности, новые участники («Появляющийся Давидс») более склонны к тому, чтобы использовать возможности, связанные с устойчивостью» (с.481). Лиц и Стюарт (Litz and Stewart, 2000) обнаружили, что персонализированные отношения с клиентами оказывают положительное влияние на показатели малого бизнеса; это конкурентное преимущество устойчивого малого бизнеса при конкуренции против соперника, ориентированного на масштабность.

Сообщество и устойчивость могут способствовать успеху малого бизнеса. Предприниматели начинают бизнес для создания экономических благ, но многим это не удается (Fiore & Lussier, 2009; Lussier, 1995; Lussier & Pfeifer, 2000, 2001). Успех предприятия сомнителен (Carter & Van Auken, 2006); неудача – норма (Jiao, Welsch, & Moutray, 2009). В США насчитывается более полумиллиона новых стартапов и около одного и того же номера закрывается каждый год (SBA, 2011). Понимание того, почему фирмы терпят неудачу или преуспевают, крайне важно для стабильности и здоровья сообщества и экономики (Lussier & Corman, 1996; Michael & Combs, 2008; Pompe & Bilderbeek, 2005; Van Auken, Kaufmann, & Herrmann, 2009).

На сегодняшний день нет универсального соглашения о причинах успеха или неудачи малого бизнеса (Rogoff, Lee, & Sub, 2004), поскольку в литературе существует большое расхождение относительно того, какие переменные действительно приводят к успеху и неудаче (Lussier & Halabi, 2008, 2010). Главный пробел в текущей литературе двоякий. Во-первых, нынешний фокус успеха или исследования неудач в первую очередь заключается в определении списка внутренних факторов окружающей среды. Организации сталкиваются с внутренними и внешними препятствиями, которые затрудняют выживание (Miller, Besser, & Riibe, 2007); однако исследование успеха и неудачи обычно фокусируется на внутренней среде, такой как капитал и управление. Исследования подтверждают, что внешняя среда влияет на успех малого бизнеса (De Clercq & Rangarajan, 2008; Lim, Morse, Mitchell, & Seawright, 2010) и что необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы для достижения устойчивого успеха (Smith, Discenza, & Baker, 2006). Во-вторых, как уже обсуждалось, исследования подтверждают важность местного сообщества для успеха малого бизнеса. Однако мы не обнаружили никаких исследований, которые

включают в себя внешнее местное сообщество как переменную в исследовании успеха или неудачи. Таким образом, важным недостающим фактором могут быть внешние факторы местного сообщества и устойчивость.

Потребность в стратегиях устойчивого развития, ориентированных на общество. Было обнаружено, что потребность в сканировании окружающей среды влияет на успех малого бизнеса (Stewart, May, & Kalia, 2008). Исследования также подтверждают важность среды местного сообщества для успеха малого бизнеса (Miller, et al., 2007) и необходимость стратегического планирования успеха компании (Hodges, & Kent, 2007). Был призыв к исследованиям в области малого бизнеса и предпринимательства для решения вопросов, которые действительно имеют значение, и внести важный вклад в улучшение положения в мире (Wiklund, Davidsson, Audretsch, & Karlsson, 2011). Пастух и Пацельт (Shepherd and Patzelt, 2011) заявили, что «устойчивое развитие, возможно, является самой важной темой нашего времени» (стр. 137). Таким образом, чтобы быть устойчивым, малый бизнес нуждается в местном сообществе, и наоборот. В этих целях мы представляем случай, когда малый бизнес должен участвовать в местных общинных отношениях и устойчивости как стратегическая инициатива для долгосрочного успеха. Основываясь на необходимости создания основы устойчивости местного сообщества, давайте обсудим вопросы устойчивого предпринимательства.

УСТОЙЧИВОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Социальное и устойчивое предпринимательство стало одним из самых захватывающих и быстрорастущих областей предпринимательства (Dacin, Dacin, & Matear, 2010; Di Domenico, Naugh, & Tracey, 2010). В 2004 году в США было 23 школы, которые создали центры социального и / или устойчивого предпринимательства. С тех пор произошел взрыв курсов в США и за рубежом. Кроме того, растет количество колледжей, профилирующих и непрофилирующих в этой области (Brook & Steiner, 2008), а Академия управления обучением и образованием имеет специальный выпуск по устойчивости (AoM, 2010). Важность этих областей представляет уникальный стратегический выбор для предприятий малого бизнеса и их

успеха. Сообщество и малые предприятия - это две стороны одной и той же монеты. Местные сообщества и предприятия малого бизнеса должны сотрудничать для их долгосрочной устойчивости (Shepherd & Patzelt, 2011).

Устойчивость. “Фаза корпоративной устойчивости все более и более распространена и в промышленной прессе и в журналах об управлении” (Gallo & Christensen, 2011, p.315). Общество ожидает устойчивость;... “люди ожидают, что менеджеры будут использовать ресурсы мудро и ответственно; защитите окружающую среду; минимизируйте количество воздуха, воды, энергии, полезных ископаемых и других материалов, найденных в конечных товарах, которые мы потребляем; переработайте и снова используйте эти товары по мере возможности, а не использовать природу для их пополнения; уважайте спокойствие природы, красоту; и устраните токсины, которые вредят людям на рабочем месте и сообществах” (Marcus & Fremeth, 2009, 17).

Как и многие концепции и гипотезы, нет единого универсально согласованного определения устойчивости. Однако Комиссия Брундтланд разработала одно из самых, если не самое, обычно цитируемое определение устойчивости. «Устойчивость отвечает потребностям сегодняшнего дня, не жертвуя способностью будущих поколений удовлетворять их потребности» (Brundtland, 2009). Комиссия Брундтланд, формально Всемирная комиссия по окружающей среде и развитию (WCED), была созвана Организацией Объединенных Наций в 1983 году. Комиссия была создана для решения растущего беспокойства «об ускоряющемся ухудшении состояния окружающей среды и природных ресурсов и последствий этого ухудшение экономического и социального развития ». При создании комиссии Генеральная Ассамблея ООН признала, что экологические проблемы носили глобальный характер и определили, что всем государствам на общих интересах необходимо разработать политику устойчивого развития »(WBCDS).

Что такое устойчивое предпринимательство? Shepherd and Patzelt (2011) назвали устойчивое предпринимательство новой областью обучения. Устойчивое исследование предпринимательства появилось из более широкого круга исследований в области экологической и социальной ответственности бизнеса. Он рассматривает предпринимательство как потенциально мощный инструмент для смещения социально-экономических институтов, как частных, так и общественных, в направлении ориентации,

способствующей устойчивому развитию. Это слияние между программами предпринимательства и устойчивого развития. Концептуально он опирается на знания из традиционных исследований предпринимательства, новых исследований в области социального предпринимательства, а также исследований в области бизнеса и окружающей среды.

Коэн и Винн (2007) также назвали устойчивое предпринимательство новым направлением. Они заявили, что устойчивое предпринимательство «позволяет учредителям получать предпринимательскую ренту, одновременно улучшая местные и глобальные социальные и экологические условия» (стр. 29). Гиббс (2009) «Сосредоточен на изучении роли, которую может сыграть предпринимательство в области устойчивого развития в деле изменения практики и операций современного капитализма» (стр. 63).

Устойчивое развитие - это концепция, которая возникла в результате более раннего концептуального развития социального предпринимательства и экологического предпринимательства посредством предпринимательской деятельности в области устойчивого развития (Shepherd & Patzelt, 2011). Среди со-производителей этих движений экопренеры «экологические предприниматели, которые используют «зеленые» проблемы в качестве конкурентного преимущества для своих фирм», стали одним из ключевых игроков. Гиббс (2009) «сосредоточился на подмножестве стабильных предпринимателей, называемых «экопренерами», которые стремятся сочетать деловую практику с устойчивым развитием и таким образом трансформировать свой бизнес-сектор» (стр. 63). Гиббс заявил, что «предприниматели, занимающиеся устойчивым развитием, все чаще рассматриваются как находящиеся в авангарде перехода к новой форме капиталистического развития, которые могут помочь устранить опасения по поводу глобального потепления, изменения климата и связанных с ними негативных воздействий на окружающую среду» (стр.63).

Таким образом, уже не ставится вопрос «должен ли малый бизнес следовать стратегиям устойчивости местного сообщества?» Это выгодно для всех предприятий, независимо от их размера, это выгодно. Это имеет моральный смысл: быть социально ответственным, экологически чистым и подталкивать к устойчивости - это хороший бизнес и имеет смысл: он увеличивает вероятность долгосрочного успеха для малого бизнеса.