

بررسی تجزیه و تحلیل عملکرد تجاری شرکت‌های کوچک و متوسط براساس سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و مزیت رقابتی

(مطالعه موردی: تجارت الکترونیکی کالای برقی در استان مازندران)

مهدی نبی پورافروزی^۱، صفیه خوشخو امیری^۲، ساجده احسانیان^۳

^۱مدرس حسابداری دانشکده فنی و حرفه ای امام صادق(ع) بابل، دانشگاه فنی و حرفه ای استان مازندران، ایران.

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، بازاریابی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پارسا.

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، بازاریابی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پارسا.

چکیده

شرکت‌های کوچک و متوسط نقش بسزایی در پیشرفت اقتصاد ملی دارند. این شرکت‌ها همچنین باعث اشتغال‌زایی، کاهش فقر، بهبود شیوه زندگی و توانمند سازی افراد کم درآمد جامعه می‌شود. شرکت‌های کوچک و متوسط همچنین، نقش مهمی دارند و به عنوان نیروی محرک رشد و پیشرفت اقتصادی محسوب می‌شوند. با وجود این، برای بهبود عملکرد در رقابت بخشی شرکت‌های کوچک و متوسط در تجارت بیش از حد پویای جهانی، مسائل متعددی برای این شرکت‌ها مورد ملاحظه و توجه قرار گرفته است. شرکت‌های کوچک و متوسط، برای مواجهه با یک دگرگونی سریع، باید هوشمندانه عمل کنند و راه کارهای مدیریتی در جهت ایجاد مداوم حس رقابت بخشی را ارائه دهند. هدف از این مطالعه بررسی تاثیر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی بر روی مزیت رقابتی و همچنین نقش مزیت رقابتی به عنوان واسطه بین ارتباط سرمایه انسانی و اجتماعی در عملکرد تجاری است. و همچنین نتایج نشان می‌دهد که فقط سرمایه انسانی به طور قابل ملاحظه‌ای بر مزیت رقابتی تاثیرگذار است، در حالی که سرمایه اجتماعی تاثیری بر مزیت رقابتی ندارد. همچنین، هم سرمایه اجتماعی و هم مزیت رقابتی به طور معنا-داری در منفعت تجاری شرکت‌های کوچک و متوسط تاثیرگذار است، در حالی که سرمایه انسانی تاثیری در منفعت تجاری شرکت‌های کوچک و متوسط ندارد. همچنین، در عملکرد تجاری، مزیت رقابتی هیچ نقشی در ایجاد ارتباط بین سرمایه انسانی و اجتماعی ندارد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، مزیت رقابتی، عملکرد تجاری، شرکت‌های کوچک و متوسط.