

VỐN XÃ HỘI VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM

SOCIAL CAPITAL AND BUSINESS PERFORMANCE OF ENTERPRISES IN CASE OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES OF VIETNAM

Nguyễn Thị Quý¹

Ngày nhận bài: 25/7/2019 Ngày chấp nhận đăng: 23/9/2019 Ngày đăng: 05/02/2020

Tóm tắt

Bài viết sử dụng bộ dữ liệu của cuộc điều tra doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) giai đoạn từ 2013 đến năm 2015 của Viện Quản lý kinh tế trung ương (CIEM) để tìm hiểu ảnh hưởng của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động của 5.060 DNNVV ở Việt Nam. Kết quả hồi quy logit cho thấy quy mô của doanh nghiệp và mức độ liên kết kinh tế thường xuyên của doanh nghiệp với các doanh nghiệp trong ngành và khác ngành có tác động lớn đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp càng cao lại làm giảm hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, đặc biệt là sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành nghề kinh doanh. Đồng thời, quy mô doanh nghiệp càng lớn dẫn đến hiệu quả kinh doanh càng giảm. Từ đó, tác giả đề xuất một số gợi ý nhằm hỗ trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các DNNVV.

Từ khóa: Doanh nghiệp nhỏ và vừa, hiệu quả hoạt động kinh doanh, quy mô doanh nghiệp, vốn xã hội.

Abstract

The paper uses small and medium enterprises- researching database from 2013 to 2015 by Centre Institute for Economic Management (CIEM) to study about effects of social capital on the performance of 5,060 SMEs in Vietnam. Logit regression results show that the the business scale and the level of regular economic linkage of businesses with enterprises in the industry and other industries have a great impact on the business performance of enterprises. The higher the economic linkage between businesses reduces the operational efficiency of enterprises, especially the connection between businesses in the same business lines. At the same time, the larger the business scale, the lower the business efficiency. As a result, the author puts forward some ideas to support the production and business activities of SMEs.

Keywords: Small and medium enterprises (SMEs), business performance, business scale, social capital.

¹ Trường Đại học Tài chính – Marketing

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển kinh tế xã hội của một đất nước nói chung và tính hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói riêng được quyết định bởi nhiều nhân tố: vốn, khoa học kỹ thuật, các nguồn tài nguyên... Trước đây, khi nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển kinh tế - xã hội, trong nhiều thập kỷ, các lý thuyết kinh tế tiêu chuẩn như mô hình tăng trưởng Solow và mô hình cân bằng Walrasian,... các mô hình chủ yếu tập trung vào các biến số kinh tế và hầu như không nhận ra vai trò tiềm năng của các yếu tố văn hóa xã hội đối với tăng trưởng kinh tế. Về cơ bản, các yếu tố văn hóa xã hội đã không được tính đến trong lý thuyết kinh tế tiêu chuẩn (Bilgic, 2000). Ngay cả bây giờ, các lý thuyết kinh tế chính thống ít chú ý đến các giá trị xã hội và không muốn dựa vào các giá trị này như là yếu tố quyết định tiềm năng của kết quả kinh tế (Barro và McCleary, 2003; Guiso et al., 2006). Theo thời gian, các lý thuyết kinh tế đã bộc lộ nhiều hạn chế và bị chỉ trích. Đầu tiên, họ không giải thích đầy đủ kết quả tăng trưởng và phát triển kinh tế. Thứ hai, họ không thể giải thích tại sao tăng trưởng kinh tế chưa từng có là không bền vững và thường đi kèm với những kết quả không mong muốn, như bất bình đẳng thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống thấp, bất công xã hội, xung đột xã hội, ảnh hưởng xấu đến môi trường, v.v. tài khoản hệ thống giá trị xã hội trong phát triển kinh tế. Fukuyama (2001) chỉ trích rằng các nhà kinh tế thường đưa ra các giả định đơn giản hóa rằng con người là hợp lý và hành vi tối đa hóa tiện ích của họ là bất biến giữa các xã hội. Kết quả là, họ bỏ qua các hệ thống giá trị xã hội. Tất cả những lời chỉ trích này có liên quan đến nhau và nhấn mạnh tầm

quan trọng của các yếu tố văn hóa xã hội trong các lý thuyết kinh tế cũng như ảnh hưởng của chúng đến sự phát triển kinh tế.

Trong các nghiên cứu gần đây, giá trị xã hội đó được các nhà nghiên cứu đề cập đến bằng thuật ngữ vốn xã hội và đi sâu vào nghiên cứu tác động của vốn xã hội đối với cả tầm vi mô lẫn vĩ mô. Như vậy có thể thấy vai trò của giá trị xã hội dưới góc độ phân tích vĩ mô. Vậy vốn xã hội – có vai trò như thế nào, ảnh hưởng gì đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp? Oliveira (2013) đã từng khẳng định: vốn xã hội giúp khả năng tiếp cận đến thông tin của khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ, pháp luật của doanh nghiệp càng cao và đó cũng là tiềm năng đối với hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp đó.

Ở Việt Nam, các doanh nghiệp đa phần là tồn tại với quy mô nhỏ với trình độ công nghệ lạc hậu và sự thiếu hụt trong nguồn vốn cho đầu tư, phát triển dẫn đến làm giảm lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Sự thiếu hụt của nguồn lực (bao gồm nguồn lực vô hình và nguồn lực hữu hình) là bài toán lớn mà các doanh nghiệp nói chung và DNNVV ở Việt Nam nói riêng cần phải giải quyết. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng ngày càng nhận thức được vai trò quan trọng của vốn xã hội đối với các mục tiêu phát triển của doanh nghiệp. Nắm được thực tế đó, đã có một số nghiên cứu trong nước đánh giá tầm ảnh hưởng của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhưng cũng còn bộc lộ một số hạn chế. Vì vậy cần thiết phải nghiên cứu **“Vốn xã hội và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp: Trường hợp các DNNVV ở Việt Nam”**. Bài viết này không hướng về nền kinh tế nói chung mà sẽ nhằm vào đối tượng cụ thể là các doanh nghiệp

vừa và nhỏ. Nội dung bài biết sẽ tìm hiểu tổng quan, chi tiết về vốn xã hội, phân tích các nhân tố của vốn xã hội của chủ DN/VV dưới dạng định tính, phân tích định lượng tác động của các nhân tố đó đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Từ đó giúp đề xuất biện pháp giải quyết giúp nâng cao hiệu quả hoạt động cũng như nâng cao vị thế của doanh nghiệp Việt Nam trong thị trường toàn cầu, mang lại lợi ích kinh tế cho đất nước.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Vốn xã hội

Vốn xã hội là một thuật ngữ đã được sử dụng từ đầu thế kỷ XX, từ năm 1916 do Lyda Judson Hanifan, một nhà giáo dục Mỹ đề cập đến khi ông ta bàn về vấn đề quan hệ trong các trường ở vùng thôn tại Bắc Mỹ. Để nói về vốn xã hội, ông xác định rằng: *“Những giá trị hiện thực đó có tác dụng lên hầu hết cuộc sống hàng ngày của con người”*. Tuy nhiên, thuật ngữ này chỉ được sử dụng một cách rộng rãi sau các công trình nghiên cứu về vốn xã hội của Coleman, Bourdieu và Putnam vào cuối những năm 1980 và đầu những năm 1990.

Vào năm 1992, Pierre Bourdieu đã đưa ra định nghĩa về vốn xã hội: *Vốn xã hội là tổng các nguồn lực, hữu hình hay vô hình, được tích lũy cho một cá nhân hay một nhóm nhờ vào việc sở hữu một mạng lưới bền vững của các mối quan hệ được thể chế hóa ít nhiều của sự quen biết và công nhận lẫn nhau.* (Bourdieu và Wacquant, 1992). Khái niệm về vốn xã hội của Bourdieu dựa trên sự thừa nhận rằng vốn không chỉ là kinh tế và các trao đổi xã hội mà còn bao gồm vốn và lợi nhuận dưới mọi hình thức của nó. Bourdieu coi vốn xã hội là tài sản của cá nhân chứ không phải tập thể. Vốn xã hội

cho phép một người phát huy sức mạnh đối với nhóm hoặc cá nhân để huy động các nguồn lực. Đối với Bourdieu, vốn xã hội không có sẵn cho các thành viên của một nhóm hoặc tập thể mà dành cho những người nỗ lực để có được nó bằng cách đạt được các vị trí quyền lực và địa vị và bằng cách phát triển (Bourdieu, 1986). Do đó, vốn xã hội nằm trong cá nhân là kết quả của sự đầu tư của người đó. Vốn xã hội của Bourdieu không bao gồm các thuộc tính tài sản tập thể, mà Bourdieu thay vào đó gọi là vốn văn hóa. Do đó, vốn xã hội Bourdieu không nhầm lẫn mức độ quan sát vốn là một vấn đề phổ biến với các phương pháp khác.

Tuy Bourdieu và Coleman rất nổi tiếng trong giới học thuật nhưng Robert Putnam mới được coi là bộ mặt công khai, phổ biến của lý thuyết về vốn xã hội. Viết về vốn xã hội, Putnam nói: *“Các đặc điểm của tổ chức xã hội như mạng lưới, chuẩn mực và niềm tin xã hội tạo điều kiện cho sự phối hợp và hợp tác vì lợi ích chung”* (Putnam, 1995). Putnam xem vốn xã hội là một hàng hóa công cộng, có tiềm năng, có sự tham gia, định hướng công dân và niềm tin vào những người khác có sẵn ở các thành phố, tiểu bang hoặc quốc gia (Putnam 1993, 2000). Điều này trái ngược với lý thuyết về vốn xã hội của Bourdieu, và khác biệt với định nghĩa của Coleman. Trong ý tưởng xã hội của Putnam, vốn xã hội được nâng lên từ một tính năng của các cá nhân thành một tính năng của tập hợp dân số lớn. Vốn xã hội trở thành một đặc điểm tập thể hoạt động ở cấp độ tổng hợp. Putnam đã đưa ra lập luận rằng vốn xã hội về cơ bản là số lượng tin tưởng có sẵn và chính là cỗ phiếu chính đặc trưng cho văn hóa chính trị của các xã hội hiện đại. Đối với Putnam (1993) vốn xã hội đề cập đến đặc điểm của các tổ chức

xã hội, như mạng lưới, chuẩn mực và niềm tin tạo điều kiện cho hành động và hợp tác để cùng có lợi. Putnam cũng như Coleman, tin rằng vốn xã hội là một phẩm chất để thúc đẩy hợp tác giữa các cá nhân. Theo quan điểm của Putnam, một tính năng như vậy có thể được coi là một đặc điểm tổng hợp ở mức độ mà nó có thể tự động so sánh giữa các thành phố, khu vực và thậm chí cả các quốc gia.

Trong bài viết này tác giả dựa trên quan điểm của Putnam, đó chính là mạng lưới, chuẩn mực và niềm tin xã hội tạo điều kiện cho sự phối hợp và hợp tác vì lợi ích chung trong xã hội hiện đại.

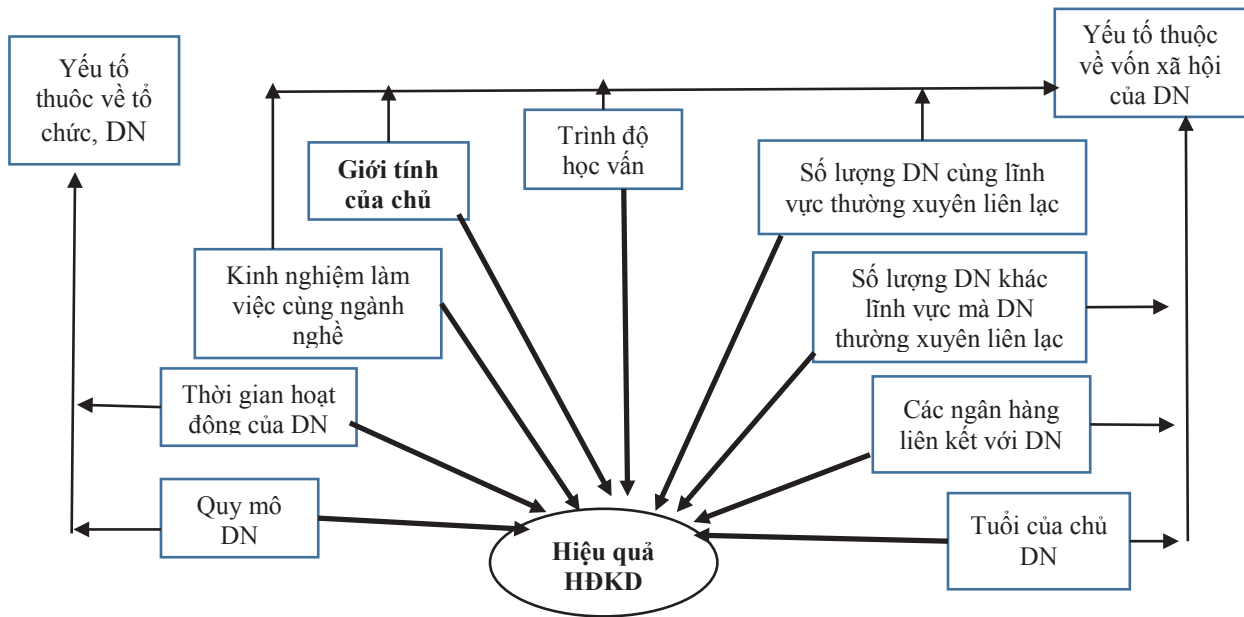
2.2. Vốn xã hội và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Lý thuyết về nguồn vốn xã hội tập trung vào nguồn kiến thức, nguồn thông tin và nguồn lực đạt được thông qua mạng liên kết xã hội. Các yếu tố này có thể giúp người chủ doanh nghiệp nhận diện được cơ hội trong sản xuất kinh doanh. Nguồn vốn xã hội chỉ xuất hiện trong điều kiện có sự liên kết giữa các cá nhân, các nhóm và các tổ chức R.S. Burt (1992).

Vốn xã hội càng lớn, khả năng tiếp cận đến thông tin của khách hàng, nhà cung cấp, đối

thủ, pháp luật của doanh nghiệp càng cao và đó cũng là tiềm năng đối với hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp đó (Jayr Figueiredo De Oliveira, 2013). Khi nghiên cứu các doanh nghiệp ở Brazil, Ruth Clarke và các cộng sự (2016) mức vốn xã hội khá thấp trong các DNNVV ở Brazil trong lĩnh vực này và mức độ nhận thức tương đối thấp về các cơ hội tiềm năng để khai thác vốn xã hội để phát triển và quốc tế hóa hơn nữa. Việc xây dựng và khai thác vốn xã hội là một khoảng trống đang tồn tại trong lĩnh vực hàng hóa. Phát triển điều này có thể dẫn đến hiệu suất và tăng trưởng tích cực hơn của công ty, đặc biệt là khi bối cảnh thế chế ở Brazil tiếp tục phát triển.

Nguồn vốn xã hội được xem là sức mạnh tinh thần của xã hội (Nguyễn Đức Chiện – 2013). Đây là thành tố cơ bản có ý nghĩa quan trọng đối với sự phát triển của một xã hội, đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế trong giai đoạn hiện nay đặc biệt là đối với khu vực nông nghiệp, nông thôn (Nguyễn Tuấn Anh – 2015). Hình 1 chỉ ra mô hình nghiên cứu lý thuyết cho vấn đề này, mô hình này chỉ ra rằng vốn xã hội có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của DNNVV.



Hình 1. KHUNG PHÂN TÍCH LÝ THUYẾT

Nguồn: Tổng hợp của tác giả dựa trên các nghiên cứu trước

3. Phương pháp nghiên cứu và nguồn dữ liệu

Để thể hiện mối tương quan giữa vốn xã hội và hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNNVV hàm hồi quy tuyến tính sẽ được sử dụng, dạng hàm tổng quát như sau:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9 + B_{10}X_{10}$$

Trong đó:

Y: Hiệu quả hoạt động của DN được thể hiện bằng ROA (tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản)

X_k (với $k: 1 \rightarrow 10$): Các biến độc lập (Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của DNNVV ở Việt Nam)

B_0, B_1 : Các hệ số hồi quy của mô hình.

Ý nghĩa của mô hình: trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi yếu tố X_k tăng thêm một đơn vị thì hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sẽ thay đổi so với ban đầu. Nhân tố X_k có tác động đồng (nghịch) biến đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp khi dấu của hệ số hồi quy β_k dương (âm). Từ đó, sẽ có những tác động làm thay đổi nhân tố X_k một cách thích hợp để làm thay đổi xác suất kỳ vọng. Cụ thể, mô hình áp dụng để nghiên cứu ảnh hưởng của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động của DNNVV gồm có các biến như sau:

Bảng 1. Khai báo các biến trong mô hình

Ký hiệu	Diễn giải	Kỳ vọng dấu	Kế thừa nghiên cứu trước
Biến phụ thuộc			
ROA	Hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp		
Biến độc lập			
<i>Đặc điểm của tổ chức, doanh nghiệp</i>			
YR	X_1 : Thời gian hoạt động của doanh nghiệp	+	Banchuenvijit và Nguyen Thi Hong Phuong (2012) Kevin May (2016)
SIZE	X_2 : Quy mô doanh nghiệp	+	K. Salman and D. Yazdanfar (2012) Dogan, Mesut. (2013).
<i>Đặc điểm vốn xã hội của chủ doanh nghiệp</i>			
WORK	X_3 : Biến giả, Kinh nghiệm làm việc cùng ngành nghề trước đây của chủ DN = 1: Nếu chủ DN có kinh nghiệm làm việc = 0: Nếu chủ DN không có kinh nghiệm làm việc	+	M. G. Colombo, L. Grilli (2005)
PARTY	X_4 : Biến giả = 1: Chủ doanh nghiệp có là thành viên của Đảng Cộng sản = 0: Chủ doanh nghiệp không là thành viên của Đảng Cộng sản	+/-	Nguyễn Hà Liên Chi (2016)
GENDER	X_5 : Biến giả- Giới tính của chủ doanh nghiệp (1: chủ doanh nghiệp là nam; 0: chủ doanh nghiệp là nữ)	+/-	Arch (1993), Barber và Odean (2001).
PRO_i	X_6 : Biến giả trình độ chuyên môn kỹ thuật của chủ doanh nghiệp (đại học, trung học chuyên nghiệp, kỹ năng không có chứng chỉ, sau đại học, không có chuyên môn, cao đẳng nghề, đào tạo nghề cơ bản)	+	M. Kamil Kozan và các cộng sự (2012)
SAM	X_7 : Số lượng các doanh nghiệp cùng lĩnh vực mà doanh nghiệp thường xuyên liên lạc	-	Nguyễn Hà Liên Chi (2016) M. S. Mizruchi (1996)

Ký hiệu	Diễn giải	Kỳ vọng dấu	Kế thừa nghiên cứu trước
DIFF	X_8 : Số lượng các doanh nghiệp khác lĩnh vực mà doanh nghiệp thường xuyên liên lạc	+	Nguyễn Hà Liên Chi (2016)
BANK	X_9 : Số lượng các ngân hàng liên kết với doanh nghiệp	-	Nguyễn Hà Liên Chi (2016)
AGE	X_{10} : Tuổi của chủ doanh nghiệp	+/-	R. N. Lussier (2005)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả dựa trên các nghiên cứu trước và đặc thù DNNVV Việt Nam

Bài viết sử dụng bộ dữ liệu điều tra DNNVV năm 2015 do CIEM chủ trì thực hiện. Dữ liệu được thu thập từ phỏng vấn sâu 2.628 DNNVV tại 10 thành phố; trong đó tập trung nhiều ở 5 tỉnh là Thành phố Hồ Chí Minh (653 doanh nghiệp), Nghệ An (340 doanh nghiệp), Hà Tây (371) và Hà Nội (296 doanh nghiệp) và Phú Thọ (254 doanh nghiệp). Bộ dữ liệu đề cập đến nhiều khía cạnh khác nhau của doanh nghiệp tuy nhiên, sau khi làm sạch dữ liệu, tác giả phân tích mô hình quản lý của 5.060 DNNVV Việt Nam.

4. Ảnh hưởng của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Bảng 2 cho thấy các biến size, dif có giá trị trung bình chênh lệch với giá trị nhỏ nhất và lớn nhất khá lớn, độ phân tán quá rộng. Vì vậy, nếu giữ nguyên giá trị các biến này đưa vào mô hình, có khả năng các biến đó sẽ làm thay đổi dấu kỳ vọng của một số biến trong mô hình và làm cho một số hệ số hồi quy không có ý nghĩa, nên để khắc phục hạn chế trên tác giả tiến hành lấy logarit giá trị các biến. Sau khi chuyển dạng log, phần lớn các biến trong mô hình đều có độ phân tán nhỏ, khá đều và tập trung hơn.

Bảng 2. Thống kê các biến trong mô hình

Tên biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	5,060	1.550294	1.960434	0.0005	16.41936
DIF	5,060	19.22899	16.74953	0	128
BANK	5,060	1.174531	1.754801	0	38
WORK	5,060	0.0661479	0.2485646	0	1
SAM	5,060	5.986965	6.543672	0	45
PARTY	5,060	0.9163424	0.269005	0	1
SIZE	5,060	16.107	44.20199	1	1700
YR	5,060	1.591665	9.946999	2	76
TT2	5,060	1.0800156	6.029844	0	128
TT4	5,060	0.3511673	2.237031	0	45
SEX	5,060	0.3990272	0.489746	0	1
AGE	5,060	46.37031	10.94679	19	94

Tên biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
PRO2	5,060	0.07607	0.2651359	0	1
PRO3	5,060	0.2809339	0.449499	0	1
PRO4	5,060	0.185214	0.3885089	0	1
PRO5	5,060	0.0437743	0.2046125	0	1
PRO6	5,060	0.0188716	0.1360848	0	1
PRO7	5,060	0.2463035	0.4308993	0	1

Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên DNNVV, CIEM, 2015

Để kiểm tra mức tương quan giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu, tác giả tiến hành phân tích ma trận hiệp phương sai. Kết quả cho thấy quy mô của doanh nghiệp và sự liên lạc thường xuyên của doanh nghiệp với các doanh nghiệp khác ngành có tương quan với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Ngoài ra, các hệ số tương quan giữa các biến nghiên cứu không có cặp nào lớn hơn 0.4 (Phụ lục 1). Do vậy, khi sử dụng mô hình hồi quy theo sẽ ít có khả năng gặp hiện tượng đa cộng tuyến (Verbeek, 2004). Điều này cũng được kiểm định lại bằng cách sử dụng hệ số VIF khi chạy hồi quy.

Ngoài ra, nghiên cứu sử dụng kiểm định Pearson Chi-Square để kiểm tra mối quan hệ giữa các biến định tính. Kết quả kiểm định về mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến

giải thích định tính được trình bày trong Phụ lục 2.

Kết quả hồi quy

Trên cơ sở thống kê mô tả và phân tích tương quan giữa các biến, sau quá trình sàng lọc, khắc phục hiện tượng đa cộng tuyến và tương quan, tác giả tiến hành hồi quy mô hình 1 (mô hình gồm tất cả các biến được kỳ vọng ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, chưa có biến tương tác và chưa kiểm định phương sai thay đổi) và mô hình 2 (đã thêm hai biến tương tác và kiểm định phương sai thay đổi). Kết quả kiểm định cho thấy rằng mô hình thứ 2 là mô hình phù hợp nhất vì đã loại trừ được tình trạng các biến tương quan mạnh với nhau và hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 3. Kết quả hồi quy

Biến độc lập	Mô hình 1	Mô hình 2
DIFF	-0.00246 (0.0017)	-0.00321* (0.0017)
BANK	0.00976 (0.0166)	0.00697 (0.0165)
WORK	-0.10551 (0.1138)	-0.0909 (0.115)
SAM	-0.00747* (0.0043)	-0.00812* (0.0043)

Biến độc lập	Mô hình 1	Mô hình 2
PARTY	0.0694 (0.1022)	0.0326 (0.112)
SIZE	-0.0938** (0.0282)	-0.0967** (0.0307)
TT2: Tương tác giữa biến Số lượng các doanh nghiệp khác lĩnh vực mà doanh nghiệp thường xuyên liên lạc và biến Chủ doanh nghiệp có trình độ trung cấp		0.0092 (0.0065)
TT4: Tương tác giữa biến Số lượng các doanh nghiệp cùng lĩnh vực mà doanh nghiệp thường xuyên liên lạc và biến Chủ doanh nghiệp có trình độ trung cấp		-0.0115 (0.0167)
GENDER	0.02928 (0.0584)	0.0537 (0.0624)
AGE	-0.00218 (0.00281)	-0.0029 (0.0031)
PRO ₂	-0.0631 (0.1218)	0.108 (0.136)
PRO ₃	-0.1297 (0.0895)	-0.0995 (0.104)
PRO ₄	0.0657 (0.0992)	0.136 (0.116)
PRO ₅	-0.0092 (0.15235)	-0.127 (0.160)
PRO ₆	0.0572 (0.2102)	0.179 (0.229)
PRO ₇	0.0995 (0.0913)	0.0788 (0.107)
Hằng số	1.8786*** (0.2020)	1.913*** (0.222)
Số quan sát	5,060	5,060
Prob > chi2	0.0000	0.0427
Wald chi2(17)		28.19

Giá trị độ lệch chuẩn trong ngoặc đơn

(***) mức ý nghĩa 1% (**) mức ý nghĩa 5% (*) mức ý nghĩa 10%

Qua quan sát dựa trên kết quả ở Bảng 3, biến hiểu biết của chủ doanh nghiệp về luật doanh nghiệp không có ý nghĩa thống kê nên không có ảnh hưởng đáng kể đến mô hình nghiên cứu.

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả nhận thấy nên có thêm biến tương tác giữa các biến để mô hình nghiên cứu đáng tin cậy hơn. Chính vì lý do đó, tác giả quyết định lựa chọn mô hình

2 làm mô hình nghiên cứu cho bài viết. Ngoài ra, kết quả hồi quy mô hình 1 có dấu kỳ vọng tương đồng và mức độ chênh lệch giữa các hệ số hồi quy mô hình 2 không có sự chênh lệch đáng kể cho thấy mô hình nghiên cứu mang tính ổn định.

Kết quả kiểm định Wald chi² của mô hình cho thấy mức độ thích hợp của mô hình rất tốt (Prob = 0, 0427). Hệ số ước lượng của các biến độc lập mang dấu dương có nghĩa là khi tăng thêm một đơn vị biến này (hay có thuộc tính này), thì sẽ làm tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, trong điều kiện các biến khác không đổi và ngược lại.

Như vậy, theo kết quả hồi quy ở trên có ba biến số ảnh hưởng quan trọng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp: quy mô của doanh nghiệp, số lượng các doanh nghiệp cùng lĩnh vực thường xuyên liên lạc, số lượng các doanh nghiệp khác lĩnh vực thường xuyên liên lạc. Với mức ý nghĩa 10%, nếu doanh nghiệp thường xuyên liên lạc với các doanh nghiệp khác lĩnh vực thì hiệu quả hoạt động giảm 3,21%, doanh nghiệp thường xuyên liên lạc với các doanh nghiệp cùng lĩnh vực thì hiệu quả hoạt động cũng giảm, cụ thể là giảm 8,12%. Giải thích cho điều này là việc duy trì kết nối với các đồng nghiệp của họ trong cùng ngành nghề kinh doanh theo thời gian có thể gây ra các hạn chế cạnh tranh; ngăn chặn các công ty đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững; và giảm việc tìm kiếm các nguồn lực bên ngoài ngành. Do đó, các kết nối trong cùng một ngành nghề kinh doanh có thể gây tổn hại đến hiệu quả của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Khi xét về mối liên hệ giữa quy mô doanh nghiệp hiệu quả hoạt động, kết quả nghiên cứu

cho thấy doanh nghiệp có quy mô càng lớn thì hiệu quả hoạt động giảm đi đáng kể, cụ thể là giảm 9,67% với mức ý nghĩa 5%. Các biến số khác đưa vào mô hình phân tích trong trường hợp này chưa có ảnh hưởng rõ ràng đối với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu cho thấy kinh nghiệm làm việc, mối liên kết giữa doanh nghiệp với các doanh nghiệp khác trong và ngoài ngành có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Do đó để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp cần tập trung vào phát triển hai yếu tố trên, bao gồm:

Thứ nhất, tạo mối liên kết kinh tế đặc biệt với các doanh nghiệp khác ngành giúp doanh nghiệp phản ứng nhanh với những thay đổi của thị trường: doanh nghiệp có thể tiếp cận nhanh hơn với thông tin về nhu cầu của khách hàng đồng thời sự kết hợp giữa các doanh nghiệp cũng tạo ra năng lực tốt hơn trong việc triển khai các phương án sản xuất mới để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Hơn nữa, liên kết kinh tế giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh: mỗi doanh nghiệp thực hiện một phần công việc và phân chia rủi ro cho nhau. Đồng thời xây dựng mối quan hệ kinh tế ở một mức độ nhất định với các doanh nghiệp trong cùng ngành.

Thứ hai, xây dựng quy mô hoạt động của doanh nghiệp một cách hợp lý tùy từng ngành nghề, quy mô đó phải phù hợp với trình độ phát triển của đội ngũ lao động, góp phần tạo động lực cho tập thể và cá nhân người lao động vì lao động sáng tạo của con người là nhân tố quyết định đến hiệu quả kinh doanh, dù doanh nghiệp có quy mô nhỏ.

Ngoài ra DNVVN cần chú trọng đến việc nâng cao trình độ kỹ thuật, công nghệ hiện đại và có chính sách đầu tư công nghệ thích đáng để đi trước đón đầu cuộc cách mạng khoa học công nghệ đang diễn ra ngày càng mẽ.

Hạn chế nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu sử dụng bộ dữ liệu có sẵn của CIEM nên vẫn chưa khai thác được vào từng yếu tố của vốn xã hội của chủ DNVVN để mang lại góc nhìn chi tiết hơn về tác động của chúng đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Hướng khắc phục hạn chế này là đưa ra một bộ dữ liệu mới chi tiết hơn và chính xác hơn về các yếu tố của vốn xã hội của chủ DNVVN. Thông qua đó sẽ có thể phân tích sâu hơn sự khác biệt về tác động của các đặc điểm của chủ doanh nghiệp qua từng năm, cũng như mở rộng, nghiên cứu đa dạng hơn các loại hình doanh nghiệp và nhiều yếu tố khác đến khả năng và quyết định đổi mới công nghệ của chủ doanh nghiệp để có nghiên cứu mang tầm khái quát cao hơn.

Tài liệu tham khảo

Tiếng Việt

Nguyễn Tuấn Anh (2015). Vốn xã hội và sự cần thiết nghiên cứu vốn xã hội ở nông thôn Việt Nam hiện nay, *Bài viết đăng trên Hội thảo quốc tế, Đóng góp của Khoa học – xã hội nhân văn trong phát triển kinh tế - xã hội*.

Tiếng Anh

- Barro, R. J., & McCleary, R. (2003). Religion and economic growth (No. w9682). *National Bureau of Economic Research*
- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17: 99-120.
- Banchuenvijit, W., & Phuong, N. T. H. (2012). Determinants of firm performance of Vietnam listed companies. *Academic and Business Research Institute*, 1-7.
- Billig, S. H. (2000). The effects of service learning. *The School Administrator*
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1992). An invitation to reflexive sociology. *University of Chicago press*.
- Clarke, R., Chandra, R., & Machado, M. (2016). SMEs and social capital: exploring the Brazilian context. *European Business Review*, 28(1), 2-20.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. *Research policy*, 34(6), 795-816.
- Corman, J., Lussier, R. N., & Pennel, L. (2005). Small business management: a planning approach. *Atomic Dog Publishing*.
- Nguyễn Đức Chiện (2013). Vốn xã hội cho sự phát triển ở Việt Nam hiện nay, *Khoa học Xã hội Việt Nam*, Số 7 (2013)
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331
- De Oliveira, J. F. (2013). [ARTIGO RETRATADO] The influence of the social capital on business performance: an analysis in the context of horizontal business networks. *Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)*, 14(3).
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third world quarterly*, 22(1), 7-20.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). Does culture affect economic outcomes?. *Journal of Economic perspectives*, 20(2), 23-48.

- Kozan, M. K., Oksoy, D., & Ozsoy, O. (2012). Owner sacrifice and small business growth. *Journal of World Business*, 47(3), 409-419.
- Mizruchi, M. S. (1996). What do interlocks do? An analysis, critique, and assessment of research on interlocking directorates. *Annual review of sociology*, 22(1), 271-298.
- Nguyen, H. L. C. (2016). The Contribution of Owners' Human and Social Capital to Firm Performance in Vietnamese Small and Medium Enterprises. *VNU Journal of Science, Economics and Business*, 32, 2, 1-13.
- Nguyễn Văn Phúc, Nguyễn Lê Hoàng Thụy Tô Quyên (05/05/2014). Vốn xã hội và tăng trưởng kinh tế, *Tạp chí khoa học*, Số 3(36)2014
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political science & politics*, 28(4), 664-683.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In *Culture and politics* (pp. 223-234). Palgrave Macmillan, New York.
- Yazdanfar, D., & Salman, K. (2012). Assessing determinants on job creation at the firm level: Swedish micro firm data. *International journal of economics and finance*, 4(12).
- Báo cáo của Tổng cục Thống kê Việt Nam 2014 - 2016

Phụ lục 1. Ma trận hệ số tương quan giữa các biến định lượng trong mô hình nghiên cứu

	ROA	DIFF	BANK	SAM	LNSIDE	YR	AGE
ROA	1,0000						
DIFF	-0,0204	1,0000					
BANK	-0,0089	0,1422*	1,0000				
SAM	-0,0274*	0,1387*	0,1833*	1,0000			
SIZE	-0,0403*	0,1221*	0,2835*	0,1071*	1,0000		
YR	0,0025	0,0088	-0,0768*	-0,0336*	-0,1580*	1,0000	
AGE	-0,0103	-0,0377*	-0,0985*	-0,0388*	-0,1879*	0,3615*	1,0000

(*) Mức ý nghĩa 5%

Nguồn: Điều tra DNNVV Việt Nam năm 2015 và 2013 (n = 5060)

Phụ lục 2. Kiểm định Pearson Chi-Square

Biến	Giá trị Chi-square	P-value
SEX	0.149	0.6994
WORK	0.224	0.6357
PARTY	0.476	0.4900
PRO2	0.017	0.8962
PRO3	0.327	0.5676
PRO4	0.058	0.8098
PRO5	0.240	0.6240
PRO6	0.053	0.8174
PRO7	1.132	0.2873

Nguồn: Điều tra DNNVV Việt Nam năm 2015 và 2013 (n=5060)