

TÁC ĐỘNG CỦA VỐN XÃ HỘI ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● LÊ VĂN PHONG

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu điều tra tác động của vốn xã hội và tài chính đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) ở TP. Hồ Chí Minh. Hiện nay, tỷ lệ thất bại của các SME ở TP. Hồ Chí Minh rất cao đòi hỏi cần có điều tra các yếu tố có thể tác động đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp này. Nghiên cứu sử dụng bộ dữ liệu điều tra doanh nghiệp GSO, của Tổng cục Thống kê công bố năm 2020 và lấy ngẫu nhiên kết quả khảo sát của 491 SME tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả hồi quy OLS cho thấy mức độ tác động của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, từ đó, tác giả đề xuất một số gợi ý nhằm hỗ trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của SME tại TP. Hồ Chí Minh.

Từ khóa: vốn xã hội, hiệu quả hoạt động, doanh nghiệp nhỏ và vừa, TP. Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Khu vực SME đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra việc làm và của cải trong nền kinh tế, là nguồn việc làm thiết yếu, tinh thần kinh doanh và sự đổi mới, do đó rất quan trọng để thúc đẩy khả năng cạnh tranh (Temtime & Pansiri 2004). Một số nhà nghiên cứu kinh tế gần đây cho thấy tầm quan trọng và sự thành công của doanh nghiệp nhỏ đối với việc tạo việc làm, của cải và phân bổ vào phát triển kinh tế và xã hội (Kirzner, 1997; Omri & Ayadi-Frikha, 2014). Thành công của các nghiên cứu là kết quả nghiên cứu không những thu hút sự chú ý của các nhà hoạch định chính sách, mà còn thu hút các nhà nghiên cứu về mặt lý thuyết.

Tại Việt Nam, các SME đã đóng góp trên 40% GDP và tạo ra 50% việc làm trên toàn quốc

(Nguyen và cộng sự, 2021). Ở TP. Hồ Chí Minh, số SME chiếm tỷ trọng 98% tổng số doanh nghiệp tại thành phố, tạo ra hơn 23% GDP và cung cấp việc làm cho khoảng 1/3 lực lượng lao động tại thành phố (Phạm Thanh Vân, 2023). Bên cạnh đó, sự mơ hồ về khái niệm phần nào làm mất đi độ tin cậy của các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm về những tác động có thể có của vốn xã hội tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, số lượng các nghiên cứu về nguồn lực cho của các SME với nền kinh tế Việt Nam vẫn còn rất ít. Vì những lý do trên, mục đích của tác giả là lấp đầy khoảng trống nghiên cứu này bằng cách tiến hành các nghiên cứu trường hợp định lượng, nhằm đánh giá mức độ tác động của vốn xã hội đến hiệu quả kinh doanh của các SME tại TP. Hồ Chí Minh.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Vốn xã hội

Khái niệm vốn xã hội được sử dụng nhiều trong lĩnh vực kinh tế, khoa học xã hội và đời sống thường ngày. Nó được đo lường một cách trừu tượng, không thể xác định được bằng con số hay các phép tính: “vốn” trong vốn xã hội được hiểu không chỉ là tài sản hữu hình như tiền tài vật chất, mà nó còn là nguồn lực như tri thức, kinh nghiệm được học hỏi đúc kết theo thời gian của bản thân. Acquah (2008) đã định nghĩa “Vốn xã hội là nguồn lực thực tế và tiềm năng được gắn trong các mối quan hệ mạng lưới được truy cập và sử dụng bởi các tác nhân để thực hiện các hành động”. Có nhiều định nghĩa để miêu tả khái quát cho vốn xã hội. Portes (1998), Durkin (2001), Woolcock & Narayan (2000) chỉ ra mối liên hệ giữa vốn xã hội với khả năng tiếp cận đó là sự tin cậy, niềm tin xã hội.

Nói tóm lại, có rất nhiều lý thuyết để diễn đạt vốn xã hội nhưng tổng quan nó là nguồn lực phi vật chất giúp cải thiện cuộc sống của con người nói chung và các sự vật có liên quan nói riêng, mục tiêu đều hướng đến xây dựng một mối quan hệ tốt đẹp, sự tương tác xã hội, liên kết hỗ trợ từ các cá nhân

trong cộng đồng. Trong bài viết này, tác giả dựa trên hai quan điểm của Woolcock & Narayan (2000), đó chính là sự tin cậy, niềm tin xã hội tạo điều kiện cho việc hợp tác, phối hợp để tối ưu nguồn lực xã hội.

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

Woolcock & Narayan (2000) tuyên bố rằng các lực lượng tương tác xã hội giữ cho các cá nhân được gắn bó và đoàn kết, Putnam (2001) đồng tình với quan điểm này. Reagans & Zuckerman (2001) cho rằng các nhóm có mối liên kết xã hội càng đa dạng sẽ càng cải thiện hiệu suất làm việc. Cùng chung quan điểm này, Schoonhoven & Romanelli (2001) tuyên bố sự thành công của các doanh nghiệp liên quan đến việc sử dụng rộng rãi vốn xã hội. Hình 1 chỉ ra mô hình lý thuyết cho nghiên cứu này, mô hình này chỉ ra vốn xã hội có ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

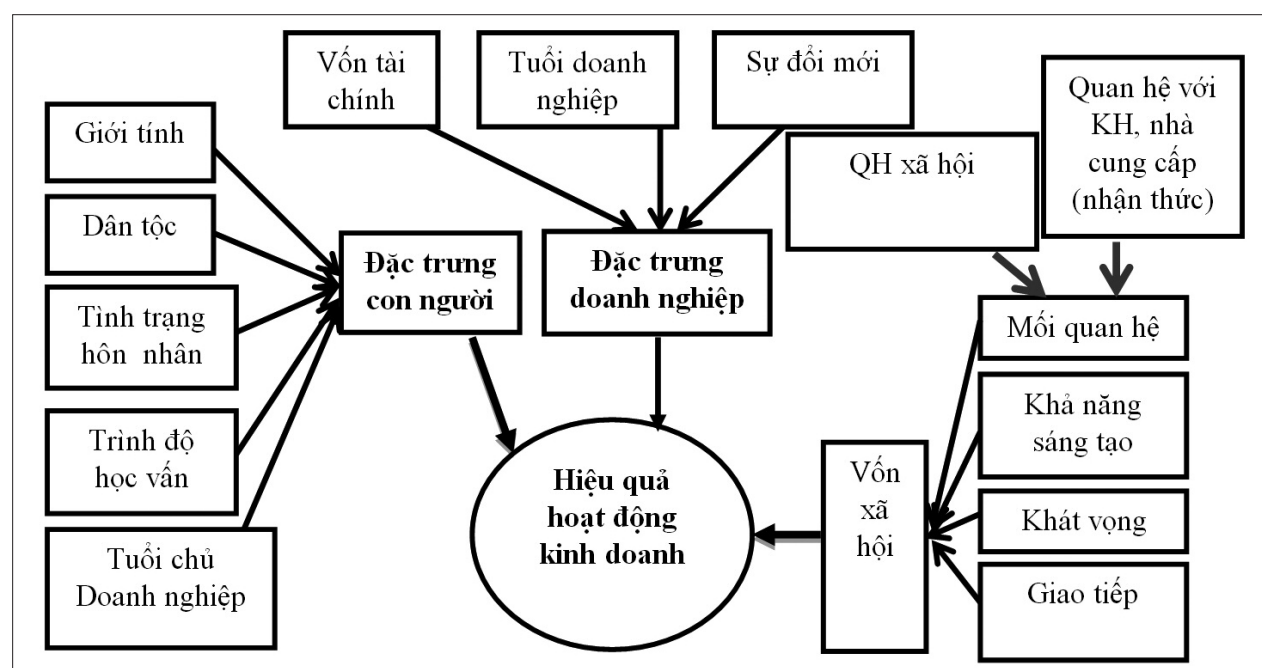
3. Phương pháp nghiên cứu và nguồn dữ liệu

3.1. Phương pháp phân tích

Mô hình được sử dụng cho nhu cầu nghiên cứu này xuất phát từ mô hình tổng quát như sau:

$$Y_{it} = \beta_0 + b_i X_i + \varepsilon_i$$

Hình 1: Khung phân tích lý thuyết



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

Trong đó: Y là biến phụ thuộc đề cập đến tổng doanh thu của một SME trong một năm cụ thể i , ε là sai số. Tổng doanh thu là doanh thu từ các hoạt động mà doanh nghiệp đó thu được hàng năm. 14 biến đã được sử dụng làm yếu tố nội bộ quyết định hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Ý nghĩa của mô hình: nếu các yếu tố khác không đổi, khi nhân tố X_i tăng thêm một đơn vị thì hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp sẽ thay đổi so với ban đầu. Nhân tố X_i có tác động đồng biến hoặc nghịch biến đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp khi dấu của hệ số hồi quy β_i dương (âm)

Mô hình hồi quy cụ thể về tác động của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các SME tại TP. Hồ Chí Minh được xây dựng như sau:

$$\text{Tongdoanhthu} = \beta_0 + \beta_1 * \text{Age} + \beta_2 * \text{Giới tính} + \beta_3 * \text{dân tộc} + \beta_4 * \text{honnhan} + \beta_5 * \text{trình độ học vấn} + \beta_{6a} * \text{Tổng tài sản cố định} + \beta_{6b} * \text{Tài sản tài chính} + \beta_7 * \text{Age_firm} + \beta_8 * \text{Khả năng sáng tạo} + \beta_{9a} * \text{Mối quan hệ} + \beta_{9b} * \text{QH xã hội} + \beta_{10} * \text{Khatvong} + \beta_{11} * \text{khanăng sáng tạo} + \beta_{12} * \text{GTTX} + \varepsilon$$

Trong đó: Tongdoanhthu : Tổng doanh thu của doanh nghiệp, là biến phụ thuộc; Các biến độc lập bao gồm: Age : tuổi của nhà quản lý (chủ doanh nghiệp), Giới tính : giới tính của chủ doanh nghiệp, dân tộc : dân tộc của chủ doanh nghiệp, honnhan : tình trạng hôn nhân của chủ doanh nghiệp, trình độ học vấn : trình độ học vấn của nhân sự trong doanh nghiệp, $\text{Tổng tài sản cố định}$: Tổng tài sản cố định của doanh nghiệp, Tài sản tài chính : tài sản tài chính, Age_firm : số năm hoạt động của doanh nghiệp, Khả năng sáng tạo : sự đổi mới, Mối quan hệ : quan hệ của doanh nghiệp với khách hàng và nhà cung cấp, QH xã hội : quan hệ xã hội (Quan hệ của doanh nghiệp với các tổ chức doanh nhân, nhân viên ngân hàng, các chính trị gia), Khatvong : khát vọng doanh nhân, khanăng sáng tạo : khả năng sáng tạo, GTTX : năng lực giao tiếp.

3.2. Nguồn dữ liệu

Tác giả lấy dữ liệu của các SME tại TP. Hồ Chí Minh (trích từ bộ dữ liệu điều tra doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê công bố năm 2020). Sử dụng phần mềm Excel để phân tích dữ liệu, tác giả chọn lọc được 490 phiếu trả lời hợp lệ đưa vào phân tích. Sau đó sử dụng phương pháp hồi quy trong stata để

ước lượng hồi quy cho bài nghiên cứu để xem xét các khiếm khuyết của mô hình, chẳng hạn như hiện tượng đa cộng tuyến, tự tương quan, tính thay đổi của các biến nội sinh, nhằm đánh giá mức độ tác động của vốn xã hội tới cho mức độ tác động của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

4. Thảo luận kết quả

4.1. Kiểm định số liệu của mô hình

Kiểm tra đa cộng tuyến: Từ kết quả xử lý stata cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình do $VIF < 2$.

Kiểm tra mức độ tương quan: Từ kết quả phân tích phương sai (ANOVA), cho thấy, kết quả nghiên cứu có 9 biến đảm bảo có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy trên 98% (Significance $F = 2,5394 \text{ E} - 167$), có thể kết luận rằng mô hình đưa ra là phù hợp với dữ liệu thực tế. Hay nói cách khác, các biến độc lập có mức độ tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với độ tin cậy > 98%. (Đinh Phi Hổ, 2012).

Kiểm định phương sai thay đổi: Ta thấy $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$ từ kết quả kiểm định Breusch-Pagan cho thấy mô hình có hiện tượng phương sai thay đổi. Tác giả sử dụng lệnh Robust trong Stata để loại trừ phương sai thay đổi.

4.2. Phân tích thống kê mô tả

Ta thấy, kiểm định Skewness cho chúng ta thấy rằng dữ liệu được phân bố chuẩn, điều này giúp cho kết quả phân tích định lượng đạt kết quả cao. Phần lớn chủ doanh nghiệp đã kết hôn. Giới tính 56,21% là nam còn lại là nữ. Độ tuổi trung bình là 55,43. Trình độ học vấn phần lớn tốt nghiệp 12. Mối quan hệ, số liệu này cho thấy các doanh nghiệp có nhiều mối quan hệ với nhau. Các doanh nghiệp khảo sát có tổng tài sản cố định trung bình là 8422,234 triệu đồng, tổng tài sản tài chính là 2775,597 triệu đồng.

4.3. Kết quả nghiên cứu định lượng

R^2 hiệu chỉnh = 0,8059 cho thấy tác giả đã sử dụng các biến độc lập như đặc trưng của nhà quản lý (tuổi, giới tính, tình trạng hôn nhân), đặc trưng của doanh nghiệp (tài sản cố định, tài sản tài chính), nguồn vốn xã hội (mối quan hệ, khả năng sáng tạo, quan hệ xã hội) là phù hợp khi phân tích các nhân tố tác động đến tổng doanh thu của doanh

ngành. Bên cạnh đó, một số yếu tố khác như khách hàng, marketing, chiến lược phát triển kinh doanh,... mà tác giả không đề cập đến cũng ảnh hưởng đến doanh thu của doanh nghiệp.

4.4. Thảo luận kết quả hồi quy

Kết quả hồi quy cho thấy OLS và thực hiện kiểm định Breusch-Pagan test tác giả phát hiện mô hình có phương sai thay đổi. Nên tác giả thực hiện lệnh robust để loại trừ hiện tượng phương sai thay đổi.

Kết quả hồi quy sau khi thực hiện kiểm định robust cho thấy, các biến tác động dương đến tổng doanh thu như: nhân, mối quan hệ và tài sản tài chính của công ty. Điều này cho thấy việc người lao động trong doanh nghiệp đã kết hôn tăng thì tính ổn định và cống hiến sẽ cao hơn những người chưa có gia đình, nên mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp cao hơn, với độ tin cậy là 85%. Doanh nghiệp khi có tài sản tài chính nhiều họ dễ dàng nắm bắt các cơ hội tạo doanh thu cho doanh nghiệp. Số liệu cho thấy, tài sản tài chính hoàn toàn có ý nghĩa thống kê (độ tin cậy 100%). Bên cạnh đó, mối quan hệ đóng vai trò quan trọng trong việc tạo doanh thu cho doanh nghiệp (độ tin cậy 85%). Trong doanh nghiệp, các nhân viên, đặc biệt là bộ phận quan hệ khách hàng phải hiểu được tầm quan trọng của khách hàng mà họ có

cách ứng xử nhằm duy trì, không chỉ người mua hàng mà còn nhà cung cấp đã có mức giá tốt nhất cho công ty. Cho thấy sự linh hoạt trong các doanh nghiệp SME sử dụng hiệu quả trong việc sử dụng vốn xã hội trong việc hoàn thành tốt chiến lược kinh doanh của mình.

Các biến có tác động âm (ngược chiều) đến tổng doanh thu như, tuổi, trình độ học vấn và tài sản cố định. Điều đó cho thấy quản lý các doanh nghiệp SME tuổi càng cao có khả năng tiếp cận công nghệ kém, ngại học hỏi, ngại thay đổi, khả năng nhạy bén với những thay đổi của môi trường kinh doanh càng kém, nên tác động xấu đến hiệu quả hoạt động kinh doanh, với độ tin cậy là 85%. Bên cạnh đó, trình độ học vấn của người lao động càng cao thì họ càng ngại thay đổi, thường đề cao cái tôi,... nên đã tác động tiêu cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (độ tin cậy 85%). Mặt khác, doanh nghiệp SME có tổng tài sản cố định không đóng góp và tổng doanh thu vì không có ý nghĩa thống kê, trong các nghiên cứu khác nó có thể thể hiện sự tác động lên tổng doanh thu.

5. Kết luận và gợi ý chính sách

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân, mối quan hệ và tài sản tài chính có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Các biến tuổi tác, trình độ học vấn, tài sản cố định có

Bảng 1. Kết quả hồi quy

Biến phụ thuộc: Tổng doanh thu		
Biến độc lập	Pooled_OLS	OLS_robust
Honnhan	14984.98*** [7567.123]	14984.98* [9917.918]
Age	-540.6574*** [272.3445]	-540.6574* [352.4663]
Trìnhđộhọcvấn	-2180.328** [1366.128]	-2180.328* [1417.16]
Môiquanhê	749.3948* [522.6121]	749.3948** [458.9017]
Tổngtạisảncốđịnh	-.2956581*** [.1150352]	-.2956581 [.2897285]
Tạisảntàichính	5.159015*** [.1446543]	5.159015*** [.9441015]
_cons	25683.34 [18239.62]	25683.34 [19562.22]
F-test	u_i = 0: F(6, 484) = 334.98 Prob > F = 0.0000	
Breusch-Pagan test	$\chi^2(1) = 6993.42^{***}$	
Mô hình có phương sai thay đổi, *** Mức độ tin cậy trên 95%, ** Mức độ tin cậy trên 90%, * Mức độ tin cậy trên 85%		

ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả kinh doanh các doanh nghiệp SME. Do vậy, để nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa cần tạo môi trường, cơ chế, chính sách để phát huy những nhân tố có tác động tích cực và hạn chế những nhân tố có tác động tiêu cực đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp SME.

Thứ nhất, hoàn thiện cơ sở hạ tầng công nghệ và logistics để giúp các doanh nghiệp SME nâng cao hiệu quả liên hệ với khách hàng và nhà cung cấp, tạo ra các liên kết kinh tế giúp các doanh nghiệp tiếp cận và xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng, nhà cung cấp thông qua các phương tiện giao tiếp có hiệu quả sẽ tạo ra nhiều cơ hội thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc nâng cao doanh thu, từ đó hoạt động kinh doanh sẽ đạt hiệu quả.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần xây dựng chương trình phát triển trẻ hóa đội ngũ quản lý, chú trọng vào việc đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực, nhất

là cho các nhà quản lý trung niên. Đồng thời triển khai chính sách thu hút và giữ chân các nhà quản lý trẻ tài năng.

6. Hạn chế nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Bên cạnh những kết quả tích cực nghiên cứu này mang lại, nghiên cứu này vẫn còn một số mặt hạn chế cần khắc phục như sau: bài nghiên cứu này chỉ nghiên cứu các yếu tố bên trong của doanh nghiệp, vẫn chưa nghiên cứu các yếu tố từ bên ngoài tác động đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp; số lượng mẫu thu thập được vẫn còn hạn chế, chủ yếu thu thập các doanh nghiệp có chủ là người có độ tuổi trung bình cao; phạm vi điều tra mẫu của nghiên cứu còn hạn chế, không đánh giá được trên tổng thể. Vì thế, rất cần các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng đối tượng, phạm vi nghiên cứu. Dữ liệu điều tra phù hợp nhất mức độ ảnh hưởng của vốn xã hội đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam ■

Lời cảm ơn:

Trân trọng cảm ơn trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh đã tài trợ cho nghiên cứu này. Đây là một trong số sản phẩm của đề tài “Vốn xã hội trong giảm nghèo đa chiều: Trường hợp đồng bằng sông Cửu Long”. Mã số: T2023.102.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đinh Phi Hổ (2012). Phương pháp nghiên cứu định lượng và những nghiên cứu thực tiễn trong kinh tế phát triển nông nghiệp. TP. Hồ Chí Minh: NXB Phương Đông.
2. Phạm Thanh Vân (2023). Đóng góp của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong tăng trưởng kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Công Thương, 11, 129-132.
3. Tổng cục Thống kê - GSO (2020). Bộ Dữ liệu điều tra doanh nghiệp năm 2019. Hà Nội: NXB Thống kê.
4. Acquah M. (2008). Social capital of the benefits, potential costs and prospects. J. of Microfinance, 10(2), 12-20.
5. Durkin M. (2001). The implications of the internet on the advertising agency-client relationship. Service Industries Journal, 21(2), 175-190.
6. Nguyen, T. H. G., Pham, T. T. H., Nguyen, T. T. T., & Phan, X. T. (2021). Exploring the Readiness for Digital Transformation in a Higher Education Institution towards Industrial Revolution 4.0. International Journal of Engineering Pedagogy, 11(2), 4-24.
7. Kirzner, Israel M. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. Journal of Economic Literature, 35(1), 60-85.
8. Omri, A., & Ayadi-Frikha, M. (2014). Constructing a mediational model of small business growth. International Entrepreneurship and Management Journal, 10(2), 319-342.
9. Portes, A. (1998). Social capital: Its origin and applications in modern sociology. Annual Review of Sociology, 24(1), 1-24.

10. Putnam, R. D. (2001). Social capital: Measurement and consequences. *Canadian Journal of Policy Research*, 2, 41-51.
11. Ray Reagans & Ezra W. Zuckerman, (2001). Networks, Diversity, and Productivity: The Social Capital of Corporate R&D Teams. *Organization Science, INFORMS*, 12(4), 502-517.
12. Schoonhoven, C., Romanelli, E., (2001). Emergent themes and the next wave of entrepreneurship research. In: *Origins of Entrepreneurship and the Evolution of Industries* (pp. 383-408). Stanford Business Books, Stanford, CA.
13. Temtime, Z.T., & Pansiri, J. (2004). Small Business Critical Success/Failure Factors In Developing Economies: Some Evidences From Botswana. *American Journal of Applied Sciences*, 1(1), 18-25.
14. Woolcook, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research and policy. *World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.

Ngày nhận bài: 5/3/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/3/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/4/2024

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ VĂN PHONG

Giảng viên, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

IMPACTS OF SOCIAL AND FINANCIAL CAPITAL ON THE PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN HO CHI MINH CITY

● Master. **LE VAN PHONG**

Lecturer, Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

This study investigated the impact of social and financial capital on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Ho Chi Minh City. The failure rate of SMEs in Ho Chi Minh City is very high, hence it is necessary to investigate the factors that can affect the performance of these businesses. The study used the business survey data set published by the General Statistics Office in 2020, and randomly surveyed results of 491 SMEs in Ho Chi Minh City. The study's OLS regression results showed that social and financial capital has impacts on the performance of SMEs in Ho Chi Minh City. Based on the study's findings, some recommendations were made to support business activities of SMEs in Ho Chi Minh City.

Keywords: social capital, operational efficiency, small and medium-sized enterprises, Ho Chi Minh City.