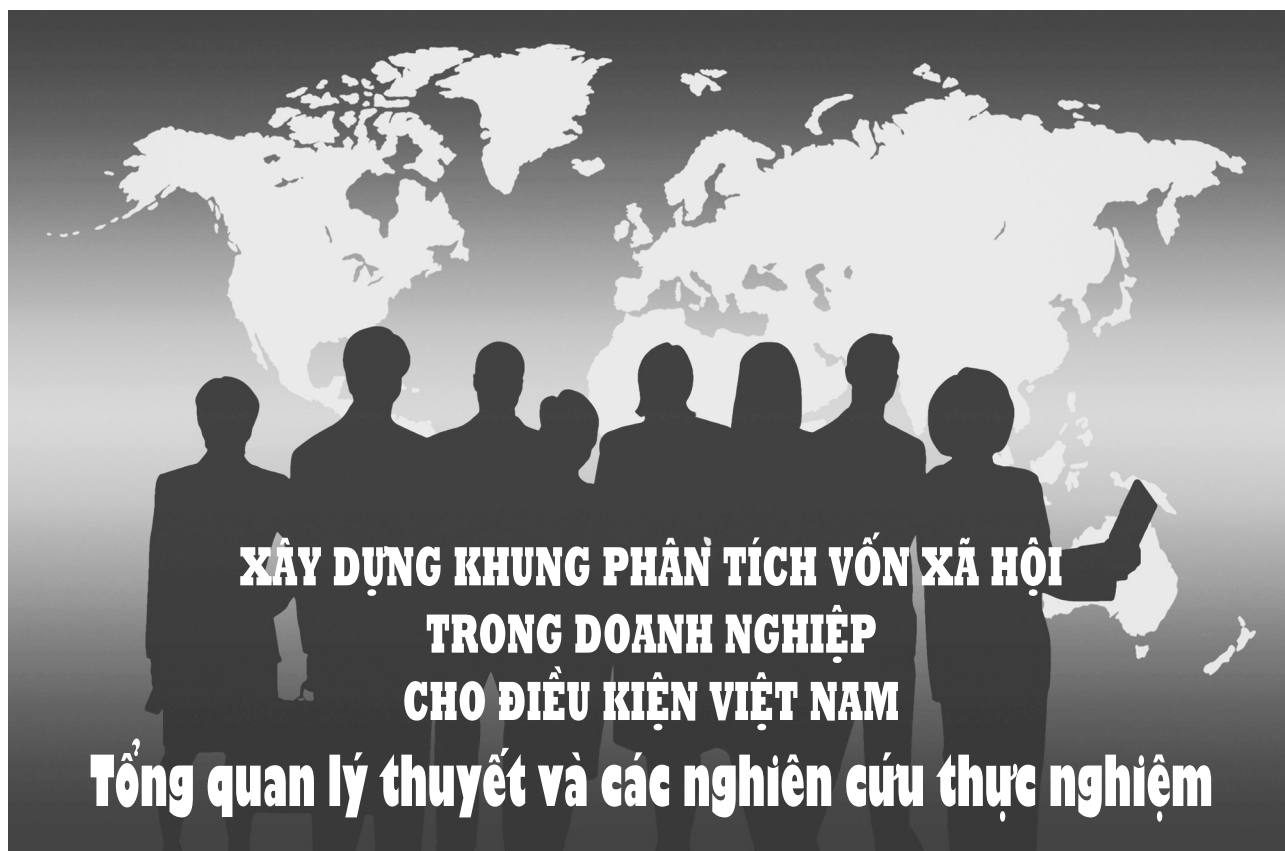




**PGS.TS. NGUYỄN TRỌNG HOÀI
& ThS. HUỖNH THANH ĐIỀN**

Vốn xã hội là một nguồn lực quan trọng nhưng ít được sự quan tâm đối với các nhà nghiên cứu kinh tế và quản trị doanh nghiệp VN do chưa có một khung phân tích tổng quát cho điều kiện VN. Nghiên cứu này bắt đầu bằng việc lược khảo các lý thuyết xã hội học và kinh tế học thực nghiệm trong những năm gần đây đã tìm ra những đặc trưng căn bản của vốn xã hội trong doanh nghiệp là cấu trúc mạng lưới và chất lượng mạng lưới liên kết của doanh nghiệp. Sau đó, kết hợp lý thuyết vốn xã hội với các lý thuyết quản trị doanh nghiệp hiện đại để xây dựng các phương pháp đo lường lường vốn xã hội của doanh nghiệp trên ba phương diện là vốn xã hội bên trong, vốn xã hội bên ngoài và

vốn xã hội thuộc về cá nhân của lãnh đạo doanh nghiệp. Cuối cùng là xây dựng khung phân tích vốn xã hội tác động đến các hoạt động có ảnh hưởng đến hiệu suất kinh doanh toàn diện của doanh nghiệp thông qua việc nâng cao năng lực doanh nghiệp (sử dụng hiệu quả nguồn lực tổ chức) và tinh thần doanh nhân của người lãnh đạo.

1. Giới thiệu

Các doanh nghiệp của VN đa phần là vừa và nhỏ, rất hạn chế vốn vật thể và trình độ công nghệ nên dễ bị rơi vào vòng luẩn quẩn là: kém lợi thế cạnh tranh - thiếu vốn - khó tiếp cận tín dụng - không cải tiến công nghệ - kém lợi thế cạnh tranh. Nguồn lực trong doanh nghiệp không chỉ là các tài sản hữu hình mà còn là những tài sản vô hình (Itami, 1987). Đã có nhiều nghiên cứu cho rằng các giá trị tài

sản vô hình tác động đến hiệu suất kinh tế thông qua việc sử dụng hiệu quả các nguồn lực hữu hình. Nhiều nghiên cứu gần đây đã đề cập đến một nguồn lực vô hình tồn tại trong các mối quan hệ xã hội của cá nhân và tổ chức, nguồn lực đó gọi là vốn xã hội. Các nghiên cứu thực nghiệm đã chứng minh vốn xã hội tác động có ý nghĩa rất lớn đối với các hoạt động kinh tế vĩ mô lẫn vi mô.

Phát hiện của các nghiên cứu gần đây về vai trò của vốn xã hội đối với các hoạt động kinh tế phải chăng là một khởi đầu giúp các doanh nghiệp VN thoát ra khỏi vòng luẩn quẩn của việc thiếu nguồn lực? Bài nghiên cứu này là sự nỗ lực xây dựng một khung phân tích về vốn xã hội khả dĩ có thể áp dụng và đo lường cho các doanh nghiệp VN với mức độ tổng lược các lý thuyết và nghiên cứu

thực nghiệm liên quan đến vốn xã hội trong và ngoài nước. Khung phân tích vốn xã hội từ nghiên cứu này mới chỉ dừng lại ở mô hình khái niệm, việc đo lường ở mức độ định lượng cho vốn xã hội trong điều kiện VN sẽ được nhóm nghiên cứu công bố vào một bài viết khác.

2. Các lý thuyết về vốn xã hội

2.1 Các quan điểm về định nghĩa vốn xã hội

Vốn xã hội đã trở thành một trong những khái niệm phổ biến xuất phát từ các lý thuyết xã hội học và chưa được thống nhất về định nghĩa (Burt, 1999). Các nhà nghiên cứu xã hội học mô tả vốn xã hội là những mối quan hệ cá nhân trong xã hội (Yli-Renko, Autio & Sapienza, 2001) và phản ánh bản chất của sự tồn tại xã hội (Putnam, 1993). Tuy nhiên, trong thời gian gần đây khái niệm vốn xã hội được sử dụng để phân tích trong nhiều lĩnh vực chẳng hạn như cộng đồng dân sự (Putnam, 2000), kinh doanh (Cohen và Field, 1998; Yuan K. Chou, 2003; Resjean Landry, Nabil Amara và Moktar Lamari, 2000...) và hiệu suất kinh tế vĩ mô (Knack và Stephen, 1999)

Các quan điểm tiêu biểu về định nghĩa vốn xã hội có thể kể đến Bourdieu (1986), Coleman (1988), Putnam (1993, 2000), Fukuyama (1995, 1997) và Nahapiet Ghosal (1998) đã được nhóm nghiên cứu tổng kết. Các định nghĩa về vốn xã hội tuy khác nhau nhưng lại bổ sung cho nhau. Các quan điểm này có thể được hệ thống khái quát gồm với các đặc trưng: (1) Vốn xã hội chỉ tồn tại khi cá nhân hoặc tổ chức tham gia mạng lưới xã hội; (2) Những cá nhân hay tổ chức tham gia mạng lưới đều nhận được

lợi ích từ mạng lưới đó là sử dụng hiệu quả hoặc huy động được hoặc có nhiều cơ hội tiếp cận nguồn lực khác như vật thể, tài chính, con người...; (3) Các đặc trưng của mạng lưới xã hội bao gồm nghĩa vụ và kỳ vọng dựa trên niềm tin, các chuẩn mực được thừa nhận, sự hỗ trợ lẫn nhau. Như vậy vốn xã hội được sử dụng trong nghiên cứu này là: Những lợi ích nhận được của cá nhân (hoặc tổ chức) tham gia mạng lưới quan hệ xã hội với các đặc trưng bao gồm nghĩa vụ và sự kỳ vọng dựa trên niềm tin, các chuẩn mực được thừa nhận và hỗ trợ lẫn nhau. Lợi ích nhận được từ mạng lưới xã hội là những điều kiện thuận lợi để chủ thể tham gia huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực khác như vốn vật thể, vốn tài chính, công nghệ và vốn con người.

Định nghĩa trên bao gồm hai thành phần chủ yếu của vốn xã hội là cấu trúc mạng lưới chủ thể tham gia và chất lượng mạng lưới. Mạng lưới của chủ thể tham gia được cấu thành từ gia đình, bạn bè, hàng xóm, đồng nghiệp, các tổ chức (chính phủ, phi chính phủ, thương mại) và những người quen biết nhưng không thân. Mạng lưới xã hội được phân thành các loại mạng lưới bao gồm co cụm lại, vươn ra ngoài và liên kết; cấu trúc mạng lưới bao gồm quy mô, độ mở, cách thức truyền thông, tính tạm thời và sức mạnh các mối quan hệ; và mạng lưới giao dịch bao gồm chia sẻ sự hỗ trợ, chia sẻ kiến thức, sự đàm phán và sự thừa nhận. Chất lượng của mạng lưới biểu hiện qua chuẩn mực và hành xử theo mục đích chung của người tham gia. Chuẩn mực chung bao gồm sự tín cẩn, sự có đi có lại, ý

thức hợp tác hiệu quả và chấp nhận sự khác biệt. Hành xử theo mục đích chung được biểu hiện qua sự tham gia các hoạt động công dân, sự thân thiện, sự tình nguyện và hỗ trợ cộng đồng.

“Vốn” là một điều kiện tiên quyết nhất trong hoạt động kinh doanh và cần thiết phải có một quan điểm về vốn xã hội để có thể so sánh với vốn vật chất và các loại vốn khác. Một trong những nỗ lực hoàn thiện nhất cho đến nay về so sánh khái niệm vốn xã hội với những hình thái vốn cổ điển đã được Westlund và Bolton (2003) khẳng định khá rõ ràng. Westlund's và Bolton cho thấy có những tương đồng rõ ràng cũng như là những sự khác biệt để nhận thấy giữa vốn xã hội và những loại vốn khác. Vì vậy, nếu khái niệm vốn được sử dụng cho vốn xã hội, thì cần thiết phải nhận biết được những sự khác biệt đó, và dựa vào đó để phát triển các những phương pháp mới trong việc đo lường và phân tích.

2.2 Vốn xã hội trong các nghiên cứu kinh tế

Vốn xã hội là một thuật ngữ xuất phát từ các lý thuyết xã hội học. Tuy nhiên thời gian gần đây các nhà nghiên cứu kinh tế sử dụng để giải thích các vấn đề kinh tế và quản trị. Các nhà nghiên cứu kinh tế xác định vốn xã hội theo nhiều góc độ tiếp cận khác nhau và cũng cho ra nhiều kết quả khác nhau về việc tác động của vốn xã hội đến các hoạt động kinh tế.

Cách tiếp cận vốn xã hội của các nhà nghiên cứu kinh tế.

Hầu hết các nghiên cứu kinh tế tiếp cận vốn xã hội theo hai hướng là phạm vi và cấu trúc. Đại diện tiêu biểu của nghiên cứu tiếp cận phạm vi có thể kể đến Terrence Casey



(2002), Yuan K. Chou (2003) và Narayan và Pritchett (1999). Các tác giả này xác định vốn xã hội bao gồm ba mức độ là vi mô (trong một tổ chức như là mạng lưới của các mối quan hệ chính trị, luật pháp, toà án...). Tiếp cận cấu trúc vốn xã hội trong doanh nghiệp được đề cập ở ba khía cạnh: cấu trúc, quan hệ và nhận thức, Nahapiet & Ghosal (1998). Các nghiên cứu tiêu biểu đo lường vốn xã hội dựa trên tiếp cận cấu trúc là Resjean Landry, Nabil Amara và Moktar Lamari (2000) về vốn xã hội tác động đến sự cải tiến của doanh nghiệp ở Canada; Cheng-Nan Cheng, Lun-Cheng-Tzeng, Wei-Min Ou và Kai-TiChang (2006) về việc xem xét tác động của vốn xã hội đến tinh thần doanh nhân, nguồn lực tổ chức và hiệu suất kinh tế; Kurt Annen (2000) về vai trò của vốn xã hội trong việc giải quyết các bài toán hợp tác; Partha Dasgupta (2000) về vốn xã hội tác động đến hiệu suất kinh tế.

Tác động của vốn xã hội đến các hoạt động doanh nghiệp.

Vốn xã hội tác động có ý nghĩa đến hoạt động doanh nghiệp, chẳng hạn như tác động của vốn xã hội đến sự đổi mới trong doanh nghiệp (Yuan K. Chou, 2003; Resjean Landry, Nabil Amara và Moktar Lamari, 2000); vốn xã hội ảnh hưởng đến tinh thần kinh doanh (Cheng-Nan Cheng, Lun-Cheng-Tzeng, Wei-Min Ou và Kai-TiChang, 2006); vốn xã hội ảnh hưởng đến hiệu suất kinh tế (Terrence Casey, 2002; Woolcock, 2001; Narayan và Pritchett, 1999; Partha Dasgupta, 2000); vốn xã hội ảnh hưởng đến sự hợp tác kinh doanh (Kurt Annen, 2000); vốn xã hội ảnh hưởng đến cơ hội và sự

thành công của công ty (Robyn Davis, 2006; Bart Minten và Marcel Fafchamps, 1999); vốn xã hội ảnh hưởng đến quá trình khởi nghiệp (Maria I Marshall và Whitney N. Oliver, 2005). Các nghiên cứu trên chỉ đo lường vốn xã hội dựa vào một vài khía cạnh mà họ quan tâm, vẫn chưa có một khung đo lường và khung phân tích đóng góp của vốn xã hội một cách toàn diện trong doanh nghiệp. Trong các nghiên cứu này, hầu hết đều có điểm chung là vốn xã hội nên được xem xét dựa trên môi trường hoạt động của doanh nghiệp ở hai cấp độ là vi mô nội tại và vĩ mô bên ngoài, trong đó vai trò lãnh đạo của người đứng đầu doanh nghiệp là hết sức quan trọng, và hơn nữa các nhân của người lãnh đạo doanh nghiệp là người thể hiện vốn xã hội nhiều nhất và nếu vận dụng vốn xã hội hiệu quả thì hiệu suất doanh nghiệp sẽ được cải thiện.

Hoạt động trong doanh nghiệp được xác định trong mô hình chuỗi giá trị của Michael Porter (1985) bao gồm: các hoạt động đầu vào, vận hành, đầu ra, marketing, dịch vụ, thu mua, phát triển công nghệ, quản trị nhân sự và quản trị tổng quát. Các hoạt động này nhằm vào mục tiêu tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp. Các hoạt động trong doanh nghiệp nhằm hướng đến các mục tiêu chiến lược theo bảng điểm cân bằng (Balanced Scorecard - BSC) của Kaplan và Norton (1996) là Tài chính: tạo ra giá trị cho cổ đông; Khách hàng: giá trị nhận được từ khách hàng mới và khách hàng hiện tại; Nội tại: những quy trình nào cần vượt trội để đạt được những mục tiêu về tài chính và khách hàng; Nhận thức và Đổi mới: tiếp tục hoàn thiện và tạo ra

giá trị trong tương lai. Hoạt động doanh nghiệp sẽ cần các nguồn lực, trong đó vốn xã hội là một trong những nguồn lực được khẳng định là có đóng góp có ý nghĩa từ các nghiên cứu thực nghiệm khác nhau đã nêu. Các hoạt động này đều nhắm đến các mục tiêu chiến lược theo một kế hoạch có ý thức của doanh nghiệp nhằm tạo ra một cân bằng BSC hiệu quả nhất thông qua kết hợp các bốn mục tiêu: tài chính, yếu tố nội tại, khách hàng, và đổi mới. Việc đạt các mục tiêu này ở một trạng thái cân bằng tối ưu sẽ nâng cao hiệu suất doanh nghiệp. Nâng cao hiệu suất doanh nghiệp với sự đảm bảo cân bằng bốn mục tiêu trong BSC về dài hạn sẽ đảm bảo hoàn thành tốt tầm nhìn và chiến lược của doanh nghiệp đã hoạch định

3. Cấu trúc và đo lường vốn xã hội trong doanh nghiệp

Việc xây dựng các thang đo lường khái niệm vốn xã hội trong doanh nghiệp dựa trên đặc trưng của vốn xã hội được nhóm nghiên cứu hệ thống lại từ việc tổng quan lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm bao gồm cấu trúc mạng lưới và chất lượng mạng lưới của doanh nghiệp; kết hợp với môi trường hoạt động bên trong, bên ngoài và tinh thần doanh nhân của người lãnh đạo doanh nghiệp. Vốn xã hội sẽ được xem xét ở ba góc độ tương ứng là bên trong doanh nghiệp, bên ngoài doanh nghiệp và thuộc về cá nhân của lãnh đạo doanh nghiệp được tóm tắt với những đặc trưng trong Bảng 1.

3.1 Vốn xã hội bên ngoài doanh nghiệp

Vốn xã hội bên ngoài doanh nghiệp được xác định dựa trên hai góc độ tiếp cận là mối quan hệ của

doanh nghiệp theo chiều dọc và chiều ngang để xác định chất lượng của các mối quan hệ của doanh nghiệp với các chủ thể trong mạng lưới bên ngoài doanh nghiệp. Các chủ thể quan hệ theo chiều dọc (về môi trường kinh doanh và mạng lưới cụm) của doanh nghiệp bao gồm các cá nhân thuộc văn phòng chính phủ, các Bộ ngành, chính quyền địa phương. Các chủ thể quan hệ theo chiều ngang (về sản phẩm) bao gồm khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, các hiệp hội. Chất lượng của các mối quan hệ được xem xét dưới hai khía cạnh là thực tế (số lượng các mối quan hệ được hỗ trợ) và tiềm năng (đánh giá về mức độ chặt chẽ của các mối quan hệ và mức độ nhận thức tầm quan trọng của mỗi quan hệ) được đánh giá bởi sự

chính, bán hàng, dịch vụ khách hàng, hỗ trợ và nghiên cứu phát triển. Mức độ hợp tác giữa các bộ phận được đo lường bằng thang đo tiềm năng (cảm nhận về các mối quan hệ).

3.3 Vốn xã hội thuộc về cá nhân người lãnh đạo doanh nghiệp

Như phân tích ở phần trên, người lãnh đạo đóng vai trò quan trọng trong việc xác tạo lập năng lực cốt lõi của doanh nghiệp, là người giữ vai trò quan trọng trong việc tạo lập tinh thần doanh nghiệp. Do vậy, cần thiết phải xem xét vốn xã hội của lãnh đạo doanh nghiệp khi phân tích về đóng góp của vốn xã hội trong doanh nghiệp. Vốn xã hội của lãnh đạo doanh nghiệp được đo lường ở góc độ tương tác giữa

đo mức độ về sự kỳ vọng hoặc cảm nhận về mức độ đồng ý/ quan trọng/ quan tâm/ tin cậy/ tình nguyện... của các cá nhân tham gia mạng lưới xã hội để đánh giá vốn xã hội. Các thang đo này có ưu điểm là dễ đo lường, dễ thu thập số liệu trong các cuộc điều tra. Tuy nhiên có một hạn chế là đồng nhất mức độ cảm nhận cao với vốn xã hội cao, điều này chưa chắc là đúng. Bởi vì sự cảm nhận chỉ là sự kỳ vọng tăng vốn xã hội trong tương lai. Do vậy, việc đo lường vốn xã hội nên sử dụng các thang đo thực tế, đơn vị đo là số lượng để đánh giá liều lượng vốn xã hội thực tế. Chỉ có số lượng về các mối quan hệ/ số lần nhận được sự hỗ trợ/ số lần nhận cơ hội/ số lần giải quyết các vấn đề khó khăn... trong một đơn vị

Bảng 1: Tóm tắt cách thức đo lường vốn xã hội của doanh nghiệp

Vốn xã hội bên trong doanh nghiệp	Vốn xã hội cá nhân của lãnh đạo doanh nghiệp	Nguồn vốn xã hội bên ngoài doanh nghiệp		
		Về sản phẩm	Về môi trường	Mạng lưới cụm
Sự hợp tác giữa các bộ phận trong doanh nghiệp	Mối liên hệ/ liên kết của cá nhân lãnh đạo doanh nghiệp với các cá nhân bên trong và ngoài công ty	Sự liên hệ/mối quan hệ với nhà cung ứng, khách hàng, đối tác để hợp tác và phát triển	Sự liên hệ/mối quan hệ với môi trường ở địa phương, các nhà làm chính sách v.v... (khả năng vận động hành lang v.v..)	Khu vực kinh doanh tạo ra những cơ hội và tuyển dụng nhân viên tốt cho doanh nghiệp.

Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu khi lược khảo vốn xã hội

tin cậy, hỗ trợ, chia sẻ và thông tin lẫn nhau giữa doanh nghiệp với các chủ thể được đề cập.

3.2 Vốn xã hội bên trong doanh nghiệp

Đo lường mối liên hệ hợp tác giữa các bộ phận trong tổ chức. Tùy vào đặc thù của các tổ chức mà xác định các bộ phận cụ thể, nhưng về căn bản thường được đề cập đến bao gồm nhân sự, tài

cá nhân người lãnh đạo doanh nghiệp với các chủ thể trong và ngoài doanh nghiệp theo các khía cạnh được trình bày bởi Nahapiet và Ghoshal (1998) là cấu trúc, mối quan hệ và nhận thức.

3.4 Thang đo vốn xã hội doanh nghiệp

Phần lớn các nghiên cứu thực nghiệm về vốn xã hội trong các hoạt động kinh tế sử dụng thang

thời gian cố định mới phản ánh được liều lượng vốn xã hội thực tế của chủ thể.

4. Khung phân tích vốn xã hội trong doanh nghiệp

Vốn xã hội là một nguồn lực vô hình tồn tại bên ngoài, bên trong và thuộc về cá nhân của người lãnh đạo doanh nghiệp. Để xây dựng mô hình phân tích vốn xã hội trong doanh nghiệp, cần phải xem xét đến các khía cạnh



đó tác động đến các hoạt động trong doanh nghiệp.

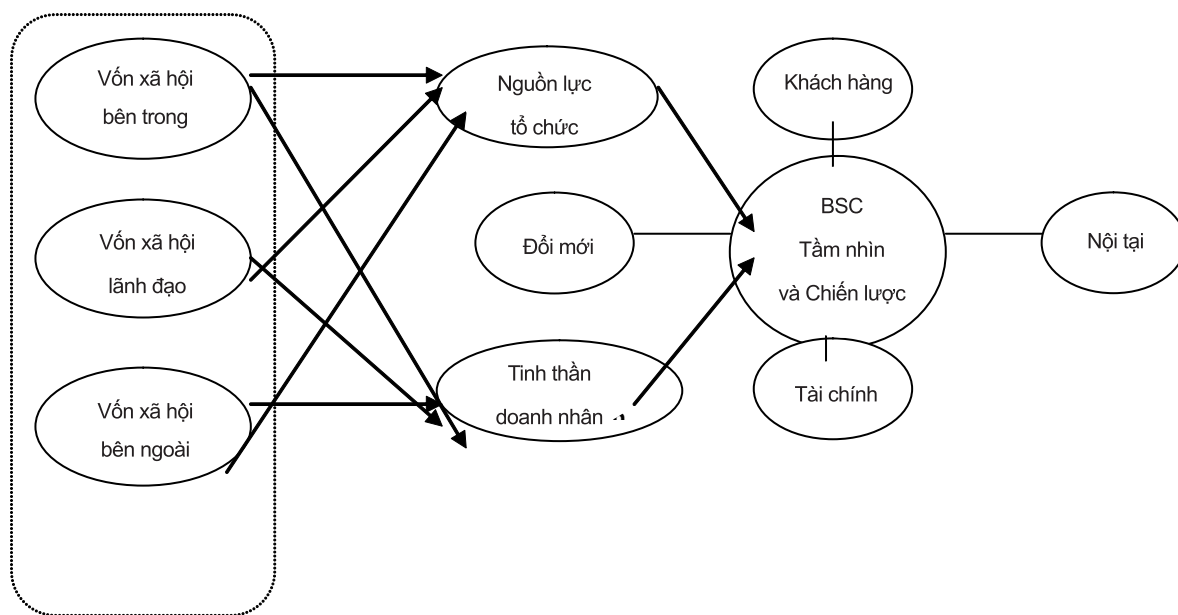
Doanh nghiệp có nhiều hoạt động và chủ thể liên quan được đề cập đến bởi Porter (1985) nhằm đạt được kết quả kinh doanh toàn diện theo mô hình bảng điểm cân bằng được đề xuất bởi Kaplan và Norton (1996). Để đạt được hiệu suất kinh doanh trên các khía cạnh của bảng điểm cân bằng thì các hoạt động của doanh nghiệp nhằm vào việc nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực tổ chức (hay còn gọi là năng lực doanh nghiệp). Các hoạt động đó tồn tại trong môi trường kinh doanh có mạng lưới quan hệ phức tạp với các cấp quản lý nhà nước (chiều dọc) và các nhà cung cấp, khách hàng, đối thủ cạnh tranh và hiệp hội (chiều ngang) tạo ra điều kiện thuận lợi, cơ hội và thách thức sự thành bại của doanh nghiệp. Nếu nhận được sự hỗ trợ từ các tác nhân của môi trường kinh doanh sẽ thuận lợi hơn cho các hoạt động của doanh nghiệp, góp phần nâng cao năng lực tổ chức; thông qua đó doanh nghiệp sẽ đạt

được hiệu suất kinh doanh toàn diện trên bảng điểm cân bằng.

Năng lực của doanh nghiệp còn phụ thuộc nhiều vào phẩm chất, năng lực của các cá nhân và bộ phận chuyên môn trong tổ chức. Điều này không có nghĩa là doanh nghiệp sở hữu những cá nhân có năng lực, trình độ chuyên môn cao (những viên kim cương) thì mang lại hiệu quả cao trong các hoạt động. Sẽ không có ý nghĩa gì nếu những viên kim cương đó không gắn kết được với nhau, hay nói cách khác là các cá nhân hoặc bộ phận trong doanh nghiệp thiếu sự hợp tác. Sự hợp tác, hỗ trợ, và sự tin tưởng là những biểu hiện chủ yếu của vốn xã hội bên trong doanh nghiệp. Đã có nhiều nghiên cứu kết luận chúng có tác dụng làm giảm chi phí giao dịch trong doanh nghiệp, góp phần sử dụng hiệu quả của nguồn lực tổ chức. Như vậy, vốn xã hội được giả thuyết là có tác động đến hiệu suất kinh doanh toàn diện cho doanh nghiệp thông qua hiệu quả sử dụng nguồn lực tổ chức (nâng

cao năng lực doanh nghiệp).

Các hoạt động trong doanh nghiệp đạt năng suất cao hay thấp còn phụ thuộc vào động lực làm việc của người lao động được lãnh đạo doanh nghiệp khuyến khích trong môi trường làm việc. Lãnh đạo cần có tinh thần doanh nhân để tạo ra môi trường làm việc thân thiện, cho người lao động thấy được viễn cảnh tốt đẹp, lòng tin của nhân viên và trung thành với những cam kết đã hứa, để người lao động tin vào kết quả của những cố gắng của họ. Tinh thần doanh nhân được tạo ra khi người lãnh đạo có được các mối quan hệ và sự hỗ trợ thông tin từ các chủ thể bên trong và ngoài doanh nghiệp tốt hay nói cách khác là vốn xã hội tốt. Vốn xã hội tốt sẽ là động lực để giúp doanh nghiệp tiên phong thực hiện các lĩnh vực hoặc phương pháp kinh doanh mới, người lao động làm việc tự nguyện, lãnh đạo nhiệt tình và truyền sự nhiệt tình đến người lao động, lãnh đạo doanh nghiệp chấp nhận rủi ro và mạnh dạn cải tiến. Hay nói cách khác,



Hình 1. Khung phân tích vốn xã hội trong doanh nghiệp

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả từ lược khảo các nghiên cứu vốn xã hội

vốn xã hội tác động đến hiệu suất kinh doanh thông qua việc nâng cao tinh thần doanh nhân.

Khung phân tích vốn xã hội như được nhóm nghiên cứu trình bày khái quát ở Hình 1.

5. Thay lời kết

Sau khi lược khảo các lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm về vốn xã hội trong các hoạt động kinh tế kết hợp với các lý thuyết quản trị doanh nghiệp hiện đại cho thấy vốn xã hội tồn tại trong các hoạt động bên trong, bên ngoài và thuộc về cá nhân của người lãnh đạo. Vốn xã hội được giả thuyết là có đóng góp vào các hoạt động của doanh nghiệp góp phần làm nâng cao tinh thần doanh nhân và sử dụng hiệu quả nguồn lực tổ chức (nâng cao năng lực hoạt động). Thông qua đó góp phần làm tăng hiệu suất kinh doanh của bốn khía cạnh của bảng điểm cân bằng doanh nghiệp. Tuy nhiên, khung phân tích được đề xuất mới chỉ dừng lại ở mô hình khái niệm, chưa được kiểm chứng

trong bối cảnh doanh nghiệp VN, do vậy cần có các nghiên cứu thực nghiệm để kiểm chứng các mối quan hệ này. Nếu vốn xã hội tác động có ý nghĩa theo giả thuyết của khung phân tích này cho điều kiện doanh nghiệp thì sẽ cung cấp một luận cứ là vốn xã hội nếu được đầu tư đúng mức và minh bạch sẽ giúp các doanh nghiệp nâng cao hiệu suất hoạt động bên cạnh việc phối hợp các nguồn lực hữu hình khác●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andriessen, D. (2001), *Weightless Wealth*, Paper for the 4th world congress on the management of intellectual capital. Mc Master University. January 17-19. Hamilton, Ontario, Canada. Pp. 1-10.
2. Annen, Kurt. 2000. "Social Capital within the Urban Small-Firm-Sector in Developing Countries: A Form of Modern Organization or a Reason for Economic Backwardness?" Presented

at "Constituting the Commons: Crafting Sustainable Commons in the New Millennium," the Eighth Conference of the International Association for the Study of Common Property, Bloomington, Indiana, USA, May 31-June 4, 2000. <http://dlc.dlib.indiana.edu/documents/dir0/00/00/10/06/index.html> (truy cập ngày 22/04/2009)

3. Barney, J. B. (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
Bourdieu, P., (1986), "The Form of Capital", in Richardson, J. E. (ed.) *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*, 241-258, New York:Greenwood.

4. Burt, R., (1999), The Network of Structure of Social Capital, downloaded from <http://gsbwww.uchicago.edu/fac/ronald.burt/research> on Nov. 28, 1999.27

5. Cheng-Nan Cheng, Lun-Cheng-Tzeng, Wei-Min Ou và Kai-TiChang (2006), "The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and

- Entrepreneurial Performance for New Ventures" <http://bai2006.atissr.org/CD/Papers/2006bai6030.doc> (truy cập ngày 03/03/2010).
6. Cohen, S.S. and Fields, G., (1999), "Social capital and capital gains in Silicon Valley", *California Management Review*, 41 (2): 108-130.
 7. Coleman, J., (1988), "Social capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology*, 94: s95-s120.
 8. Coleman, J., (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge: Harvard University Press.
 9. Dasgupta, Partha, 2000, "Economic Progress and the Idea of Social Capital", in Partha Dasgupta and Ismail Serageldin (eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, Washington DC: The World Bank, pp. 325-424.
 10. Fukuyama, F., (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, London: Penguin Books.
 11. Fukuyama, Francis, 1997, *The End of Order*, London: Centre for Post-collectivist Studies.
 12. Haares, K. and Fjeldstad, O. (2000), *European Management Journal*, Vol. 18, N° 1, Pp. 52-54
 13. Itami, H., Roehl T. (1987), *Mobilizing Invisible Assets*, Harvard University Press. Cambridge.
 14. Karner (2000), "Tracy Social Capital", Edgar Borgatta F.-Rhonda J.V. *Montgomery Encyclopedia of Sociology*, Second Edition, Macmillan Reference, pp.2637-2641, USA, 2000.
 15. Kaplan R. and Norton D. (1996), *The Balanced Scorecard*, Harvard Business School
 16. Lee, C., Lee, K. & Pennings, J. M.(2001), "Internal Capabilities, External Networks, and Performance: A Study on Technology-Based Ventures", *Strategic Management Journal*, 22, 615-640
 17. Knack, Stephen, 1999, *Social Capital, Growth and Poverty: A Survey of Cross-Country Evidence*, Social Capital Initiative Working Paper No. 4. Washington, DC: The World Bank.
 18. Marcel Fafchamps, Bart Minten (1999) "Social Capital and the Firm: Evidence from Agricultural Trade", http://www.appropriate-economics.org/materials/social_capital_and_the_firm.pdf (truy cập ngày 10/03/2010)
 19. Maria I. Marshall, Whitney N. Oliver (2005) "The Effects of Human, Financial, and Social Capital on the Entrepreneurial Process for Entrepreneurs in Indiana", http://www.aeaweb.org/annual_mtg_papers/2005/0107_0800_0404.pdf (truy cập ngày 03/03/2009)
 20. Moktar Lamari, Resjean Landry và Nabil Amara (2000), "Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent?" <http://kuuc.chair.ulaval.ca/francais/pdf/apropos/publication5.pdf> (truy cập ngày 02/02/2008).
 21. Nahapiet, J. and Ghoshal, S., (1998), "Social Capital, Intellectual Capital, and Organizational Advantage", *The Academy of Management Review*, 23 (2): 242-266.
 22. Narayan, D. and Woolcock, M., (1999), "Social capital: implications for development theory, research and policy", *World Bank Research Observer*.
 23. Narayan & Pritchett (1999) "Social capital: evidence and implications" www.exclusion.net/images/pdf/778_tedi_narayan_pritchett.pdf (truy cập ngày 10/04/2009)
 24. Ou, W.-M., Abratt, R., & Dion, P.(2006), *The Influence of Retailer Reputation on Store Patronage*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(3), 221-230.
 25. Prahalad, C.K. and Hamel G. (1990), "The core competence of the corporation", *Harvard Business Review*, May-Jun. Pp.79-91.
 26. Prahalad, C.K. and Hamel G. (1992), *Harvard Business Review*, May-June. Pp. 164-165.
 27. Porter, M. E. (1985), *Competitive Advantage*, Free Press. New York.
 28. Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press. New York.
 29. Putnam, Robert D. (1993), "The Prosperous Community. Social Capital and Public Life", *The American Prospect* Vol. 13, pp. 35-42.
 30. Putnam, Robert D., 2000, *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York, NY: Simon & Schuster.
 31. Ray, G., Barney, J. B., & Muhanna, W. A.(2004), "Capabilities, business processes, and competitive advantage: Choosing the dependent variable in empirical tests of the resource-based view", *Strategic Management Journal*, 25(1),
 32. Roberts, P. W., & Dowling, G. R.(2002), "Corporate reputation and sustained superior financial performance", *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093.
 33. Robyn Davis (2006), " Social capital among small urban enterprise in Asuncion" <http://wc3.ns.utoronto.ca/plac/pdf/CIS-CADEP/Documento%20No.%2010%20%20R.%20Davis%20-%20Social%20Capital.pdf> (truy cập ngày 12/12/2009)
 34. Sullivan, H. P. (2000), *Value-Driven Intellectual Capital*, John Wiley & Sons Inc. New York. Pp. 3-18.
 35. Terrence Casey (2002) "Social Capital and Economic Performance in the American States", [http://www.rosehulman.edu/~casey1/US%20Social%20Capital%20\(Casey-Christ\).pdf](http://www.rosehulman.edu/~casey1/US%20Social%20Capital%20(Casey-Christ).pdf) (truy cập ngày 27/02/2009)