

VỐN XÃ HỘI – MỘT YẾU TỐ MỚI, QUAN TRỌNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Nguyễn Mạnh Quân*, Doãn Quốc Hoàn**

Vốn xã hội là một lĩnh vực khoa học còn chưa được nghiên cứu nhiều. Tuy nhiên, đây không phải là một lĩnh vực hoàn toàn mới và đã được các nhà kinh tế bắt đầu quan tâm nghiên cứu từ cuối những năm 80 của thế kỷ XX khi đi tìm lời giải cho câu hỏi về vai trò của các yếu tố xã hội và văn hóa bản địa đối với sự phát triển kinh tế của một quốc gia. Ngạc nhiên nhưng không bất ngờ, các nhà nghiên cứu kinh tế phát hiện ra rằng lòng tin, mối quan hệ hay mạng lưới xã hội với các quy tắc và chuẩn mực hành vi nhất định, là những nhân tố đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong các quyết định và hành vi của con người trong các hoạt động kinh tế. Tất cả những yếu tố này đều là thuộc tính của một nhân tố kinh tế quan trọng đó là con người bởi nhận thức và hành vi của họ luôn chịu tác động rất lớn từ những yếu tố trong môi trường văn hóa – xã hội nơi họ sống và lao động. Vốn xã hội và vốn văn hóa, hợp với vốn kinh tế, đã tạo nên ba cột trụ cho sự phát triển của một nền kinh tế. Đối với một quốc gia giàu tài nguyên văn hóa và xã hội như Việt Nam, nghiên cứu về vốn xã hội và vốn văn hóa có ý nghĩa cực kỳ to lớn.

Từ khóa: Vốn xã hội, đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, lòng tin, mạng lưới xã hội, chuẩn mực hành vi, trách nhiệm xã hội, quản trị kinh doanh.

1. Vốn xã hội là gì?

“Vốn xã hội” là một lĩnh vực nghiên cứu mới về xã hội học đang được giới khoa học trên thế giới và trong nước quan tâm nghiên cứu. Đã có nhiều công trình nghiên cứu về vốn xã hội đã được thực hiện. Mặc dù thể hiện những quan điểm và cách tiếp cận khác nhau, các công trình nghiên cứu đều khẳng định vai trò to lớn của nguồn lực này đối với sự phát triển kinh tế- xã hội của một quốc gia, vùng địa lý, khu vực dân cư. Mặc dù chưa hoàn toàn thống nhất, vẫn có thể định nghĩa vốn xã hội bằng những đặc điểm quan trọng như sau:

Vốn xã hội là một nguồn lực của một xã hội, quốc gia, bộ phận dân chúng tiềm ẩn trong con người và hệ thống xã hội, phản ánh những đặc điểm về văn hoá, kinh tế, xã hội, thể hiện thành lòng tin, mạng lưới mối quan hệ xã hội, chuẩn mực hành vi đạo đức và có ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển

kinh tế xã hội.

Vốn xã hội không chỉ là một yếu tố có ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển của một quốc gia mà còn là một nguồn lực quan trọng đối với doanh nghiệp để phát triển sản xuất kinh doanh và đóng góp cho sự phát triển nền kinh tế quốc dân.

Do vai trò quan trọng của doanh nghiệp trong sự phát triển kinh tế- xã hội, nghiên cứu về vốn xã hội cũng được tiến hành đối với doanh nghiệp. Tuy nhiên, những nghiên cứu về vốn xã hội trong doanh nghiệp ở Việt Nam còn rất hạn chế, do còn thiếu một cơ sở lý luận đủ để hình thành nhận thức đúng đắn và để khai thác một cách hiệu quả nguồn lực tiềm tàng và quan trọng này. Vốn xã hội trong doanh nghiệp được thể hiện dưới hình thức như nguồn lực hay yếu tố sử dụng trong quá trình sản xuất kinh doanh hoặc có thể tác động đến quá trình này thông qua các biện pháp quản lý và điều hành doanh nghiệp và nhờ đó có thể tạo ra sự khác biệt về kết

quả hoạt động của doanh nghiệp.

Việt Nam là một quốc gia giàu truyền thống văn hóa, với nhiều giá trị mang đậm bản sắc riêng của dân tộc, giá trị “vốn xã hội” tiềm ẩn trong con người và trong doanh nghiệp Việt Nam là rất lớn. Nguồn “vốn” quý giá tiềm tàng này cần được khai thác vào việc phát triển doanh nghiệp, tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam bằng những giá trị truyền thống mang đậm bản sắc dân tộc, góp phần phát triển kinh tế đất nước và thúc đẩy quá trình hội nhập nền kinh tế khu vực và thế giới.

2. Nội dung của vốn xã hội

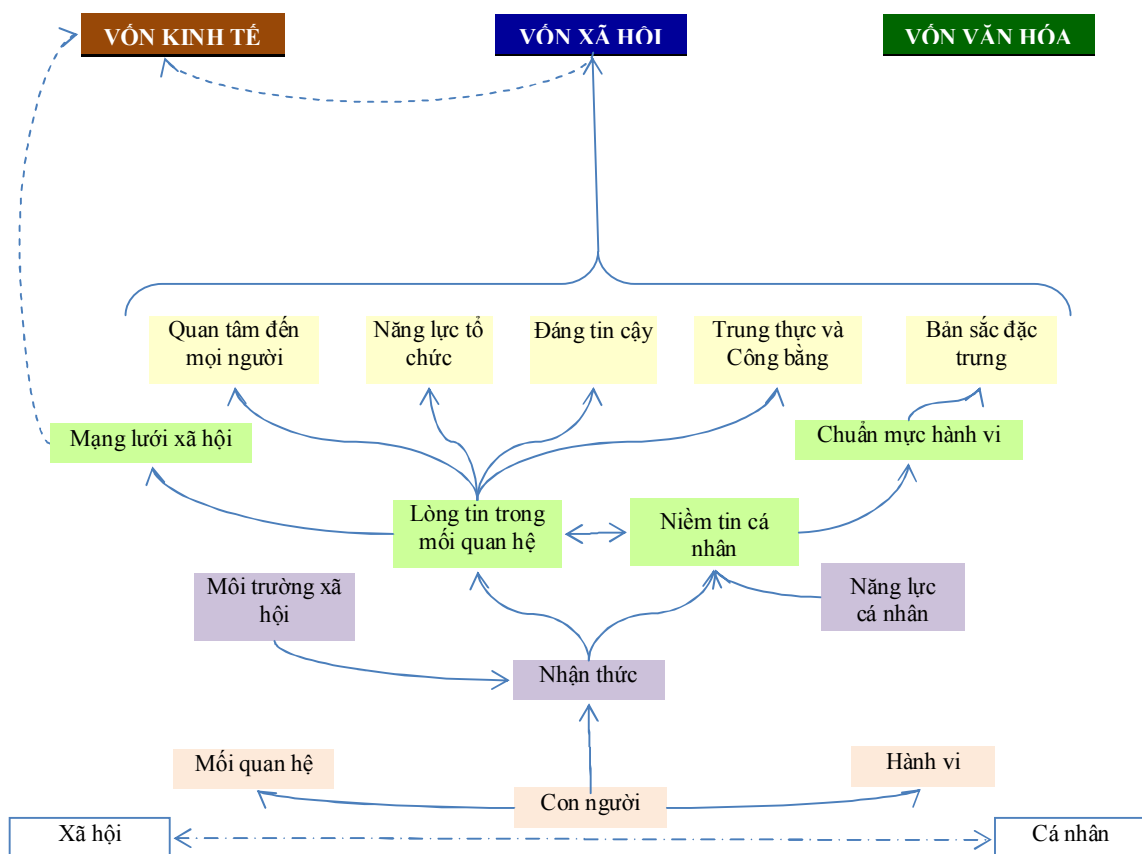
Vốn xã hội nghiên cứu về *con người*. Tuy nhiên, khác với những lý thuyết khác nghiên cứu về con người, vốn xã hội tập trung nghiên cứu *mối quan hệ con người* trong đời sống kinh tế- xã hội nói chung và trong hoạt động kinh tế, nói riêng với mục đích nhằm đánh giá *tác động của mối quan hệ* tương hỗ giữa các nhân tố liên quan đến con người như *năng lực nhận thức, năng lực hành động* và nhân tố ngoại cảnh như *môi trường xã hội, môi trường tổ chức*, đến *trạng thái tâm lý, tình cảm, hành vi* và cách ứng xử của con người trong các mối quan hệ kinh tế-xã

hội. Việc nghiên cứu cũng nhằm giải thích tầm quan trọng của *lòng tin* như một nhân tố quyết định phạm vi *mạng lưới xã hội*, chất lượng mối quan hệ giữa các cá nhân, cũng như *niềm tin* là nhân tố tạo ra nguồn sức mạnh thôi thúc mỗi người hành động theo một nguyên tắc nhất quán và tuân thủ một cách tự nguyện những *chuẩn mực hành vi* nhất định.

Nội dung của vốn xã hội có thể được mô tả bằng một hệ thống các khái niệm như trên sơ đồ Hình 1.

Trong *vốn xã hội*, nhân tố cốt lõi là *lòng tin* trong mối quan hệ và *niềm tin* trong hành động. Phát triển *vốn xã hội* đồng nghĩa với việc xây dựng *lòng tin* trong một mạng lưới xã hội rộng khắp và chuyển hóa *niềm tin* thành động lực để hành động một cách nhất quán, kiên trì theo những nguyên tắc, *chuẩn mực* đã lựa chọn. Lòng tin có thể được hình thành thông qua hành vi nhất quán, kiên trì với những giá trị, triết lý, phương châm, nguyên tắc, cách thức hành động được cân nhắc và lựa chọn kỹ lưỡng, phản ánh *sự quan tâm đối với những người khác, năng lực hành động* thống nhất và hiệu quả, *có trách nhiệm trong lời nói và việc làm* (đáng tin cậy), cách ứng xử *trung thực và công bằng*. Niềm tin mỗi

Hình 1: Hệ thống các khái niệm trong vốn xã hội



cá nhân tự xây dựng cho mình về những giá trị, triết lý, phương châm, nguyên tắc, cách thức hành động này sẽ tạo nên nguồn động lực mạnh mẽ cho con người để giúp họ kiên trì và bền gan trong quá trình thực hiện. Nhờ đó, hình ảnh, ấn tượng về một phong cách với *bản sắc đặc trưng* được hình thành và trở thành một “địa chỉ tin cậy”, một “thương hiệu”. Có niềm tin và động lực mạnh mẽ, con người sẽ hành động một cách năng suất, hiệu quả và chất lượng. Hệ quả là lòng tin càng được nâng cao trong mối quan hệ xã hội. Trong các mối quan hệ kinh tế, những giá trị này của vốn xã hội sẽ chuyển hóa thành giá trị kinh tế, hay vốn xã hội đã chuyển hóa thành vốn kinh tế.

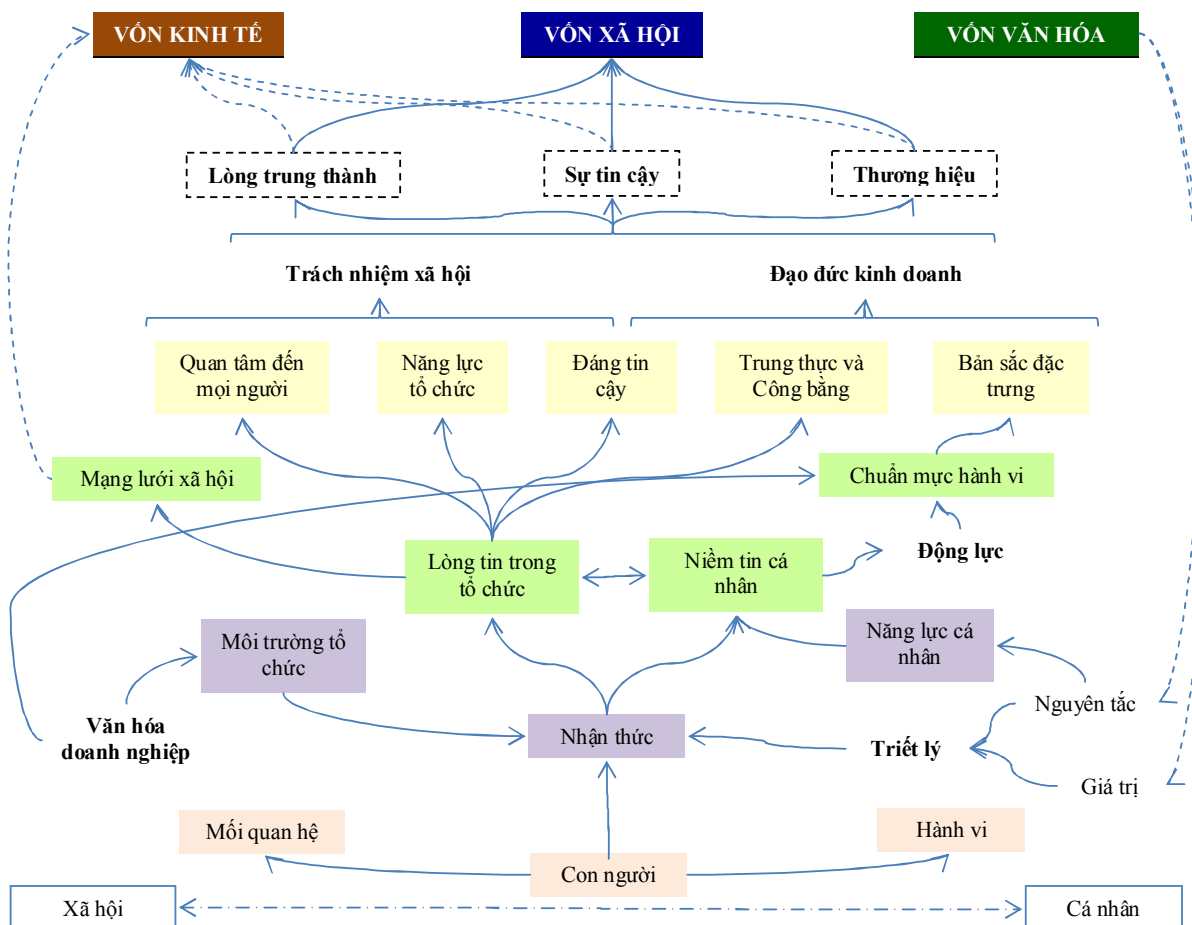
3. Vốn xã hội trong doanh nghiệp

Ngoài yếu tố vật chất và tài chính (vốn vật chất), con người luôn được thừa nhận là một nguồn lực quan trọng mang tính quyết định đối với sự sống còn của doanh nghiệp. Lý thuyết truyền thống tiếp cận với nguồn lực này với tư cách các “cá thể độc

lập” với những lý thuyết về tạo động lực (motivation), lãnh đạo (leadership) nằm ở trung tâm các lý thuyết, tư tưởng, biện pháp quản lý liên quan đến con người. “Tinh thần tập thể” đã từng bị xem là một là đại diện cho một tư tưởng quản lý “lỗi thời”. Thế nhưng những khái niệm như “tinh thần đồng đội” hay “tinh thần nhóm” (team spirit), xuất hiện trong những năm 80 của thế kỷ XX từ một quốc gia mang đậm chất văn hóa phương Đông (Nhật Bản), cho thấy không chỉ “tổ chất đặc biệt” ở con người mà các biện pháp quản lý liên quan đến con người có thể tạo nên những thay đổi kỳ diệu trong mỗi tổ chức.

Môi trường trong một tổ chức/doanh nghiệp quy định những quy tắc, chuẩn mực hành vi đặc trưng, và qua đó định hình những hành vi của các thành viên của nó. Những quy tắc này được xác định trên cơ sở những *nguyên tắc, giá trị truyền thống* trong *văn hóa* của dân tộc phù hợp với các nhóm đối tượng hữu quan (stake-holder). Chúng được khuôn

Hình 2: Vốn xã hội trong doanh nghiệp



lại, định hình và chuyển hóa vào trong các biện pháp quản lý thông qua các chương trình *văn hóa doanh nghiệp* thành triết lý quản lý, nguyên tắc điều hành nhằm giúp người lao động chuyển hóa các giá trị, nguyên tắc này thành *động lực* trong quá trình hành động theo những *chuẩn mực hành vi* đã được định hình. Trong quá trình thực thi các nghĩa vụ trong *trách nhiệm xã hội* của doanh nghiệp, hành vi của từng cá nhân trong tổ chức/doanh nghiệp sẽ phản ánh các giá trị *đạo đức kinh doanh* đã xác định theo *phong cách riêng* (bản sắc văn hóa doanh nghiệp của tổ chức). Bằng cách đó, doanh nghiệp và các cá nhân trong tổ chức/doanh nghiệp, có thể tạo dựng được *uy tín, sự tin cậy* và *lòng trung thành* của khách hàng và xã hội (những người hữu quan). *Thương hiệu* và giá trị thương hiệu được hình thành. *Vốn văn hóa, vốn xã hội* đã chuyển hóa thành giá trị kinh tế, vốn kinh tế (Hình 2).

4. Nghiên cứu về vốn xã hội

Việc nghiên cứu về “vốn xã hội” được bắt đầu nghiên cứu từ khoảng hai thập kỷ gần đây bởi những nhà nghiên cứu kinh tế với cách tiếp cận xã hội học dựa trên phát hiện rằng con người quá “yếu” vào nguồn lực kinh tế nên “quên” không nhìn thấy những “bắt buộc” của nó và xem nhẹ thậm chí “bỏ sót” hai yếu tố quan trọng khác – nhân tố *xã hội*, nhân tố *văn hóa* và những đóng góp của chúng – đối với sự phát triển kinh tế- xã hội ở mọi cấp độ, từ từng nhóm dân chúng, dân tộc đến phạm vi quốc gia, khu vực. Cùng với nguồn lực quan trọng là “vốn kinh tế” (economic capital), vốn xã hội và “vốn văn hoá” (cultural capital) tạo nên “3 cột trụ” (chân kiềng) cho sự phát triển của một quốc gia và của doanh nghiệp. Những nghiên cứu về “vốn xã hội” đã chỉ ra vai trò của *mối quan hệ xã hội* của con người- trong đó *lòng tin/niềm tin* (trust), hệ thống hay *mạng lưới xã hội/mối quan hệ con người* (social network), các *chuẩn mực/hành vi ứng xử* (norms) và quy tắc vận dụng trong quan hệ xã hội là những nhân tố cốt yếu- có thể giúp giải thích ở phạm vi rộng những vấn đề liên quan đến tình trạng khác biệt và sự ổn định trong phát triển kinh tế ở nhiều quốc gia. Bảng 1 tổng hợp nội dung chính của một số công trình nghiên cứu quan trọng trong và ngoài nước về vốn xã hội.

Những nghiên cứu về vốn xã hội chỉ ra rằng con người với những bối cảnh khác nhau chịu ảnh hưởng rất khác nhau dưới tác động của môi trường kinh tế, văn hóa, xã hội, nơi họ đang sống. Sự tác động lâu dài của các nhân tố này dẫn đến việc định

hình về niềm tin, giúp hình thành mối quan hệ xã hội bền chặt, và hình thành những chuẩn mực/quy tắc phổ biến. Đó chính là những yếu tố quan trọng định hình “tổ chất đặc trưng” của mỗi dân tộc/nhóm người. Chúng có chi phối cách nhận thức và hành vi của mỗi cá nhân trong cuộc sống hằng ngày, chúng cũng được mang vào trong hoạt động chuyên môn trong doanh nghiệp và tạo nên “chất lượng khác nhau của nguồn nhân lực”. Lý thuyết quản lý hiện đại đã khai thác yếu tố này và hình thành nên những tư tưởng và biện pháp quản lý mới: *đạo đức kinh doanh* và *văn hóa doanh nghiệp*. Thông qua, kết hợp với các biện pháp quản lý truyền thống, các biện pháp quản lý mới này tìm cách tạo thuận lợi, phát huy, khai thác những giá trị tiềm ẩn trong “tổ chất đặc biệt” của con người, để tạo nên giá trị cho xã hội thông qua “sản phẩm” vật chất của quá trình hoạt động và, quan trọng hơn, qua cách ứng xử đối với xã hội thông qua việc thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Nghiên cứu về vốn xã hội trong doanh nghiệp được tiến hành thông qua việc nghiên cứu đánh giá về lòng tin trong doanh nghiệp. *Chỉ số Lòng tin trong Doanh nghiệp* (Organisational Trust Index – OTI) được nhiều tổ chức sử dụng như một tiêu chí phản ánh sức mạnh của một tổ chức/doanh nghiệp thông qua các chỉ số phản ánh mối quan hệ giữa các cá nhân trong tổ chức và với tổ chức. Bảng 2 trình bày kết quả một cuộc khảo sát trên gần 4000 người lao động thuộc 53 tổ chức/doanh nghiệp tại 8 quốc gia gồm Mỹ (25 bang), Ý (11 thành phố), Úc (Sydney), Nhật Bản (Tokyo), Ấn Độ (Bombay), Singapo, Hongkong và Đài Loan về chỉ số lòng tin trong doanh nghiệp do tổ chức *IABC Research Foundation* công bố năm 2000 để minh họa.

5. Ý nghĩa của việc nghiên cứu vốn xã hội đối với doanh nghiệp Việt Nam

Như cho thấy ở các công trình nghiên cứu lý thuyết (Bảng 1), việc nghiên cứu về vốn xã hội nói chung và vốn xã hội trong doanh nghiệp nói riêng đã được các nhà nghiên cứu lý luận và thực tiễn ở nước ta quan tâm. Tuy nhiên, phần lớn các công trình nghiên cứu mới dừng lại ở bước tìm hiểu ban đầu, thông qua việc nghiên cứu và tổng hợp về mặt lý luận. Một số công trình nghiên cứu thực nghiệm đã được triển khai, nhưng dường như trong đó vẫn bộc lộ những hạn chế về mặt nhận thức. Những nghiên cứu thực tiễn về vốn xã hội trong doanh nghiệp hầu như chưa được tiến hành.

Những kết quả nghiên cứu thực tiễn trên thế giới

Bảng 1: Tổng hợp một số công trình nghiên cứu điển hình liên quan đến vốn xã hội và phát triển vốn xã hội trong doanh nghiệp

	Tác giả	Mục đích nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
1	<i>Bourdieu (1986)</i>	Khả năng hoán chuyển giữa các nguồn lực xã hội, văn hoá thành kinh tế	Hệ thống giáo dục	Xã hội học	Vốn xã hội là nguồn lực quan trọng của sự phát triển
2	<i>Coleman (1988)</i>	Lý giải nguồn vốn xã hội được sử dụng như thế nào trong việc tạo ra nguồn nhân lực	Vai trò gia đình và cộng đồng trong việc phát triển giáo dục tuổi trẻ Hệ thống giáo dục phổ thông	Phân tích (hành vi) kinh tế vận dụng nghiên cứu xã hội học	Vốn xã hội ảnh hưởng: (1) cấu trúc xã hội, (2) hành vi cá nhân Ba loại vốn: Vốn vật thể, vốn con người, vốn xã hội
3	<i>De Soto (1989)</i>	Tầm quan trọng của mối quan hệ xã hội	Cộng đồng dân nhập cư Kinh tế phi chính thức	Xã hội học	Mối liên kết xã hội truyền thống mạnh hơn pháp luật
4	<i>Putnam (1993)</i>	Vai trò của cá nhân, tập thể trong việc giải quyết những vấn đề chung của cộng đồng	Phương tiện truyền thông hiện đại (TV, internet, IT)	Xã hội học	Vốn xã hội bao gồm: (1) Lòng tin, (2) Mạng lưới xã hội, (3) Chuẩn mực
5	<i>Fukuyama (1995)</i>	Vốn xã hội như một tiêu chí cơ bản để so sánh cơ cấu kinh tế và xã hội các nước	Bản chất và nguồn gốc vốn xã hội	Xã hội học	<i>Niềm tin</i> là một nhân tố cốt lõi của “vốn xã hội” được tích chứa trong <i>chuẩn mực</i> , trong các <i>mối quan hệ tương tác</i> và sự <i>phối hợp hành động</i> giữa các cá nhân trong các <i>mạng xã hội</i> . Vốn xã hội hình thành dựa trên những đặc trưng văn hóa như <i>truyền thống, đạo đức, các giá trị văn hóa, nhân cách...</i>
6	<i>Grootaert (1997)</i>	Mối quan hệ giữa vốn xã hội và phát triển bền vững	Khuôn mẫu về đóng góp của vốn xã hội vào sự tăng trưởng qua sự phối hợp giữa vốn tự nhiên, vật chất và con người. Mối quan hệ tương tác giữa các chủ thể kinh tế xã hội	Kinh tế học Xã hội học	Vai trò của việc xây dựng <i>lòng tin</i> trong việc xây dựng mối quan hệ bền vững Vốn xã hội chỉ có thể phát huy khi kết hợp với những nguồn lực (vốn) khác.
7	<i>Woolcock (2000)</i>	Tổng hợp những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến vốn xã hội	Mối quan hệ giữa vốn xã hội và sự phát triển	Phân tích tổng hợp	Ba vấn đề lớn về “vốn xã hội” cần được nghiên cứu: (1) cách thức vốn xã hội, vốn con người và năng lực xã hội gắn kết với nhau; (2) cách thức xác minh vốn xã hội; và (3) làm thế nào để vốn xã hội được quan tâm nhiều hơn trong các mô hình kinh tế
8	<i>Gabbay</i>	Đưa ra được một khuôn khổ lý luận và thực hành cho việc nghiên cứu về vốn xã hội trong doanh nghiệp	Vốn xã hội nói chung và về vốn xã hội trong phạm vi một tổ chức	Xã hội học Quản trị doanh nghiệp	Vốn xã hội và mạng lưới xã hội trong doanh nghiệp được xác định là cơ sở cho việc phân tích tác động của chúng ở các cấp độ tổ chức khác nhau.

9	<i>Leenders e.a.</i>	Vai trò của vốn xã hội đối với kết quả hoạt động của doanh nghiệp	Mối quan hệ giữa quản lý chiến lược, vốn xã hội và kết quả hoạt động kinh doanh	Lý thuyết về quản lý chiến lược và lý thuyết về vốn xã hội	Nhân tố ảnh hưởng đến kết quả hoạt động bao gồm: (1) môi trường hoạt động, (2) định hướng phát triển và (3) mạng lưới các mối liên hệ bên trong doanh nghiệp.
10	<i>Westlund (2003)</i>	Phát triển vốn xã hội trong doanh nghiệp	Vốn xã hội trong doanh nghiệp và việc đầu tư vào vốn xã hội trong doanh nghiệp	Quản trị doanh nghiệp	Nhân mạnh tâm quan trọng của hai yếu tố vốn xã hội trong doanh nghiệp: mạng lưới quan hệ và chuẩn mực Đầu tư vào “vốn xã hội” Những khó khăn, trở ngại do những quy tắc trong phương pháp truyền thống khi phân tích và đánh giá kết quả đầu tư vào vốn xã hội trong doanh nghiệp Cần có cách tiếp cận mới
11	<i>Rotheroe (2005)</i>	Mối liên hệ giữa vốn xã hội và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	Vốn xã hội trong doanh nghiệp (Elextrolux)	Phân tích những người hữu quan	“Vốn xã hội” có tầm quan trọng rất lớn trong việc phát triển vốn kinh tế (economics capital) và rất cần được nghiên cứu Xây dựng vốn xã hội là một vấn đề cần được ưu tiên để xây dựng mối quan hệ giữa các công ty lớn và các doanh nghiệp nhỏ và vừa
12	<i>Nguyễn Ngọc Bích (2006)</i>	Phát triển quan điểm của Fukuyama vận dụng vào Việt Nam	Cơ cấu tổ chức xã hội và việc xây dựng con người ở nước ta	Phân tích tổng hợp Phân tích so sánh	Sự cần thiết của việc tích tụ lòng tin thông qua các sinh hoạt tự nguyện để hình thành vốn xã hội như một tài sản chung
14	<i>Huỳnh Thanh Điền (2007)</i>	Khai thác và phát huy vốn xã hội thông qua văn hoá doanh nghiệp	Sự gắn kết giữa vốn xã hội và văn hoá doanh nghiệp	Phân tích tổng hợp	Giữa vốn xã hội và văn hoá doanh nghiệp có mối liên hệ mật thiết
15	<i>Krebs (2008)</i>	Thách thức đối với doanh nghiệp trong thế kỷ 21	Mối quan hệ tương hỗ giữa các thành viên tổ chức	Quản trị nhân lực	Sự thay đổi quan trọng: “quản lý định hướng con người” Không dựa nhiều vào cá nhân, mà chủ yếu vào khả năng kết nối để hình thành chuỗi giá trị Vai trò ngày càng lớn của hệ thống các mối quan hệ bên trong doanh nghiệp (HRIS) và hệ thống quản lý nhân lực (HRMS) Nhu cầu về những mô hình và cấu trúc mới trong quản lý doanh nghiệp
16	<i>Lê Ngọc Hùng (2008)</i>	Mô hình tổng hợp về vốn xã hội, vốn con người và mạng lưới xã hội để khẳng định rằng, vốn con người là tập hợp các năng lực tồn tại trong mỗi cá nhân, nhóm, tổ chức	Vốn xã hội, vốn con người và mạng lưới xã hội ở Việt Nam	Xã hội học	Mạng lưới xã hội điển hình của người lao động ở Hà Nội là mạng lưới của người bán hàng rong và người lao động tự do, mạng thông tin của doanh nghiệp, mạng di cư, mạng lưới tìm kiếm việc làm của sinh viên Vai trò quan trọng của vốn xã hội trong việc xoá đói, giảm nghèo

17	<i>Trần Hữu Quang (2009)</i>	Vai trò của mạng lưới xã hội, chuẩn mực, lòng tin xã hội	Lòng tin trong vốn xã hội	Xã hội học Phân tích tổng hợp	Khẳng định vai trò quan trọng của vốn xã hội đối với Việt Nam
18	<i>Trương Thị Thu Trang (2009)</i>	Đề xuất biện pháp phát triển vốn xã hội thông qua phát triển vốn con người	Mối quan hệ giữa vốn xã hội và vốn con người	Phân tích tổng hợp	Mối quan hệ này có thể chứa đựng nhiều vấn đề về chính sách có thể vận dụng cho cả cấp vĩ mô và trong doanh nghiệp trong việc phát triển nguồn nhân lực
19	<i>Nguyễn Trọng Hoài (2010)</i>	Tổng hợp lý luận, đề xuất hướng nghiên cứu	Vốn xã hội trong doanh nghiệp ở Việt Nam	Phân tích tổng hợp	Phương pháp luận về khung phân tích vốn xã hội trong doanh nghiệp Những khó khăn, bất lợi của DNNVV và sự cần thiết nghiên cứu thực tiễn để phát hiện và phát huy vốn xã hội tiềm ẩn trong hệ thống và con người Việt Nam
20	<i>Rodrigues e.a (2012)</i>	Vai trò của vốn xã hội trong việc phát triển quốc tế	Mối quan hệ giữa các đối tác trong nước và quốc tế trong việc xuất khẩu và đầu tư nước ngoài của DNNVV của Anh và Brazil	Kinh tế đối ngoại	Mối quan hệ hay liên hệ (mạng lưới) trong trong nước và quốc tế có thể có vai trò rất quan trọng đối với các DNNVV trong việc tìm kiếm hướng xuất khẩu hay đầu tư ra nước ngoài Tầm quan trọng sống còn của yếu tố <i>lòng tin cá nhân</i> trong việc duy trì vốn xã hội giữa các doanh nghiệp

Bảng 2: Kết quả khảo sát về Chỉ số Lòng tin trong Doanh nghiệp (Organizational Trust Index – OTI) tại một số quốc gia

TT	Chỉ số lòng tin trong doanh nghiệp	Điểm
1	Quan tâm đến người khác	3.01
2	Năng lực của tổ chức	3.01
3	Đáng tin cậy	3.43
4	Trung thực và công bằng	2.54
5	Bản sắc riêng	3.36

Nguồn: OTI survey report, IABC Research Foundation, 2000

Ghi chú: Kết quả được tính theo thang điểm cao nhất là 5 điểm (thang LIKERT).

(Bảng 2) không chỉ cung cấp một thước đo định tính có thể sử dụng để so sánh khi tiến hành nghiên cứu ở các doanh nghiệp Việt Nam, mà hơn thế nữa còn cung cấp một cái nhìn rõ ràng hơn về mặt lý luận và tính thực hành của khái niệm vốn xã hội thông qua chỉ số OTI.

Đối với nước ta, việc nghiên cứu về vốn xã hội, vốn văn hóa, càng đặc biệt có ý nghĩa, bởi những lý do sau. *Thứ nhất*, Việt Nam làm quốc gia có bề dày lịch sử, giàu truyền thống và văn hóa đặc trưng. Đặc biệt, nước ta là một quốc gia gồm nhiều dân tộc anh em, mà giá trị truyền thống của họ được khẳng định, nhưng chưa được nghiên cứu, khai thác, phát huy trong cuộc sống và trong hoạt động kinh tế trong bối cảnh hiện nay. *Thứ hai*, đối lại, Việt Nam là một

quốc gia thiếu/yếu về nguồn lực kinh tế. Điều này càng làm cho việc nghiên cứu, tìm kiếm, sử dụng các nguồn lực mới càng trở nên quan trọng. *Thứ ba*, việc sớm nghiên cứu về những nhân tố và phương pháp quản lý mới có thể giúp các nhà nghiên cứu và quản lý ở nước ta nhanh chóng bắt nhịp với xu thế phát triển trên thế giới, tránh nguy cơ tụt hậu của kẻ “chậm chân”, “nhai lại” kiến thức “lồi mòn” của thế giới, tạo nên sự tự tin, tìm cách tư duy mới, sáng tạo trong việc khai thác thế mạnh quốc gia, xây dựng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam và cho quốc gia bằng các giá trị và bản sắc dân tộc độc đáo. Vì những lý do đó, nghiên cứu vốn xã hội, là việc làm cần thiết và cấp thiết. □

Tài liệu tham khảo:

- Bourdieu, P. 1986. "The Forms of Capital", in J. Richardson, ed. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Coleman, J. 1988. "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology* 94. (Supplement) S95-S120.
- Fukuyama, F. 1995. *Trust: The Social Values and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
- Gabbay M. S., *Social Capital of Organizations: From Social Structure to the Management of Corporate Social Capital*, <http://som.rug.nl>
- Grootaert, C. 1997. "Social Capital: The Missing Link?" in *Expanding the Measure of Wealth: Indicators of Environmentally Sustainable Development*. Environmentally Sustainable Development Studies and Monographs Series No. 7. Washington, DC: The World Bank.
- Krebs V. 2008., Social Capital: the Key to Success for the 21st Century Organization, *IHRIM Journal*, Volume XII, Number 5, orgnet.com
- Leenders Th.A.J. R., *Corporate Social Capital and the Strategic Management Paradigm: A Contingency View on Organizational Performance*, <http://som.rug.nl>
- Rotheroe N. 2005, *Exploring the Relationship between Corporate Social Responsibility (CSR), Social Capital and Economic Capital through a Corporate Case Study*, Business Strategy and the Environment Conference, UNIVERSITY OF LEEDS.
- Nguyễn Quang A. (2006). *Vốn và vốn xã hội*, Tia sáng, <http://www.tiasang.com.vn>.
- Nguyễn Tuấn Anh. (2010). *Kinship as Social Capital: Economic, Social and Cultural Dimensions of Changing Kinship Relations in a Northern Vietnamese Village*, Doctoral dissertation. Vrije Universiteit Amsterdam, The Netherlands. ISBN/EAN: 978-90-5335-271-7. 278 pages, 2010.
- Trần Hữu Dũng. (2003). *Vốn Xã hội và Kinh tế*, Thời Đại (8), 82-102.
- Huỳnh Thanh Điền, *Văn hóa doanh nghiệp và vốn xã hội trong doanh nghiệp*, (Saga.vn, ngày 4/11/2007),
- Nguyễn Trọng Hoài, *Xây dựng khung phân tích vốn xã hội trong doanh nghiệp cho điều kiện Việt Nam: Tổng quan nghiên cứu lý thuyết và các thực nghiệm*", Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 6, 8/2010
- Nguyễn Mạnh Quân (CN), *Giải pháp phát triển năng lực vốn xã hội trong các doanh nghiệp Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp bộ, năm 2013-2014.

Social capital-a new and important factor to Vietnam enterprises

Abstract:

Social capital is a subject which has not been studied much. However, it is not a new field, and the economists have started their researches on the subject since late 80s when they were seeking the answers to the question of the role of the social and local cultural factors in the economic development of a nation. Surprisingly, the economists found that the trust, the social relationship or social network, where the norm of behavior is the key, play a very important role to the decision and the behavior of the people in the economic activities. All these factor are inherent to the human, an important economic factor, whose perception and behavior, in turn, is affected by his/her social and cultural environment. Social capital and cultural capital, together with economic capital, build up the three fundamental pillars to the development of any economy. For a nation that has rich culture like Vietnam, research on the soial capital and the cultural capital is extremely meaningful.

Thông tin tác giả:

* **Nguyễn Mạnh Quân**, Phó giáo sư, tiến sĩ.

- Nơi công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Kinh tế Quốc dân

- Hướng nghiên cứu chính: DNNN trong nền kinh tế thị trường, tái cấu trúc DNNN; Phân tích chính sách; Quản trị công ty, Quản trị kinh doanh; Phát triển Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa; Đạo đức kinh doanh, Văn hóa doanh nghiệp.

Email: quannm@neu.edu.vn

** **Doãn Quốc Hoàn**, học viên cao học chương trình EMBA Khóa 2, trường Đại học Kinh tế Quốc dân.