

Sự giao thoa giữa vốn xã hội với các giao dịch kinh tế trong gia đình: so sánh gia đình Việt Nam và gia đình Hàn Quốc

NGUYỄN QUÝ THANH

1. Đặt vấn đề

Vốn xã hội là khái niệm được sử dụng khá thường xuyên trong các tài liệu xã hội học, đặc biệt xã hội học kinh tế. Theo nghĩa chung nhất vốn xã hội được xem xét như là các chuẩn mực và các quan hệ xã hội gắn chặt trong cơ cấu xã hội của nhóm, mà nhờ đó các cá nhân phối hợp hành động để đạt được những mục đích. Điều đó có nghĩa là vốn xã hội liên quan đến những thiết chế, các quan hệ và các chuẩn mực mà tạo hình cho chất lượng và số lượng của các tương tác xã hội. Vốn xã hội liên quan đến sự cố kết nội tại về xã hội và văn hóa của xã hội, các chuẩn mực và các giá trị dẫn dắt các tương tác giữa các cá nhân và các thiết chế mà họ bị gắn vào đó. Vốn xã hội không phải là tổng của những thiết chế trụ cột chống đỡ xã hội, mà đó là keo dán chúng lại với nhau. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng vốn xã hội là các kênh tiếp cận đến những nguồn lực mà gắn chặt cố hữu với những quan hệ nào đó. Những quan hệ như vậy mở ra những ý tưởng kinh doanh mới triển vọng được áp ủ, phụ thuộc vào chất lượng của thông tin và những nguồn lực bắt nguồn từ đó.

Một câu hỏi khác được đặt ra là tại sao chủ đề vốn xã hội lại được các nhà xã hội học quan tâm nghiên cứu? Ngày nay, càng ngày càng có nhiều bằng chứng thực nghiệm cho thấy vốn xã hội đóng góp đáng kể cho sự phát triển bền vững. Sự bền vững có nghĩa là chúng ta để lại cho các thế hệ tương lai nhiều cơ hội hoặc nhiều hơn cơ hội so với cái chúng ta có. Đầu tư cho cơ hội đòi hỏi một sự mở rộng các loại nguồn vốn. Nói cách khác quan niệm truyền thống về vốn cần được mở rộng thêm khái niệm về vốn xã hội. Vốn xã hội là chất keo gắn kết xã hội mà nếu không có nó thì không thể nói về bất kì sự tăng trưởng kinh tế và hạnh phúc con người nào. Nói một cách bao quát nhất nếu không có vốn xã hội thì xã hội sẽ bị sụp đổ. Pierre Bourdieu cho rằng các loại vốn có thể chuyển hóa lẫn nhau. Cụ thể là sự đầu tư cho các quan hệ xã hội (một dạng vốn xã hội) có thể giúp cho các chủ thể hành động nhận được những lợi ích về kinh tế hoặc tri thức hoặc uy tín, và ngược lại. Thực tế đã chứng

minh là có nhiều nguồn có thể tạo thành vốn xã hội trong đó các quan hệ gia đình ở những Quốc gia chịu ảnh hưởng nhiều của Khổng giáo là một nguồn quan trọng. Gia đình có thể được nhìn nhận như là một mạng lưới những trách nhiệm. Gia đình cấp vốn cho các thành viên của nó bằng việc hỗ trợ nguồn vốn chung, hoặc bằng một sự ủy thác mà nhờ đó các thành viên của nó tin tưởng lẫn nhau (Bourdieu, 1983). Vì vậy, gia đình bao gồm một mạng lưới xã hội mà có thể được khai thác một cách hiệu quả để đạt được những mục đích chung (Coleman, 1988).

Với cách tiếp cận với gia đình như là một trong các nguồn vốn xã hội, nghiên cứu của chúng tôi đã đạt được mục tiêu tìm hiểu xem các giao dịch kinh tế được bao bọc, gắn kết (embedding) bởi các quan hệ gia đình (tức là một loại vốn xã hội) như thế nào? Những biểu hiện của nó trong việc vay vốn kinh doanh, chia sẻ về lao động hay trong quản lý doanh nghiệp nhỏ, rất nhỏ hay doanh nghiệp gia đình ra sao? Đó là những câu hỏi nghiên cứu chính mà chúng tôi muốn làm rõ trong bài viết này.

2. Các quan hệ gia đình trong việc huy động vốn kinh doanh

Tại Việt Nam, do trình độ phát triển kinh tế xã hội còn thấp, nhiều hộ gia đình làm chỉ đủ tiền để ăn chứ chưa thể nói đến chuyện tích lũy. Những hộ có thể tích lũy đôi chút thì số tiền tích lũy cũng không nhiều. Do vậy, họ không thể có nhiều tiền để cho (hay cho vay) khi những thành viên khác của gia đình bắt đầu kinh doanh. Tình trạng này cộng với sự thiếu thông tin về độ tin cậy của những người vay tiềm năng đã dẫn đến việc họ bị loại ra khỏi thị trường tín dụng chính thức. Những khoản vay từ gia đình và từ bạn bè có lẽ là hình thức tín dụng dòng không chính thức phổ biến nhất. Những khoản vay này đặc trưng bởi việc chúng không cần có thế chấp, không có hoặc lãi suất rất thấp, thời hạn trả không bị khống chế và nó là sự có đi có lại.

Hình thức cho vay lãi có thể được xem như là một biến thể mang tính thương mại hóa các dạng thỏa thuận cho vay giữa các cá nhân. Quan hệ vay mượn là những quan hệ có bản chất dài hạn, và chúng có cơ sở là những mô thức (pattern) của các tương tác cá nhân với người vay và gia đình họ. Chúng trực tiếp dẫn tới một quan hệ ông chủ-khách hàng truyền thống, hoặc dẫn tới một tập hợp các tương tác xã hội theo thứ bậc làm chúng ta nhớ lại *chiều cạnh dọc* (vertical dimension) trong định nghĩa của Coleman's (1988) về vốn xã hội. Những quan hệ này, về bản chất là bất bình đẳng, khi những người cho vay có thể sử dụng nhiều phương tiện khác nhau, kể cả quấy rối và cưỡng bức người vay trả tiền. Lãi suất của những giao dịch này thường rất cao và người vay khó có thể hoàn trả cả vốn và lãi. Nhiều khi mục đích của lãi suất cao là để người cho vay có thể chiếm đoạt một cách hợp pháp tài sản của người vay, hoặc người vay bị phụ thuộc lâu dài vào người cho vay. Vậy, các quan hệ gia đình có ý nghĩa gì trong việc tìm kiếm những nguồn tín dụng cho sản xuất và kinh doanh?

2.1. Quan hệ gia đình trong việc vay vốn khởi sự doanh nghiệp

Bước quan trọng đầu tiên để khởi sự doanh nghiệp đó là có được vốn lập nghiệp hay vốn khởi nghiệp (start-up capital). Người kinh doanh có thể thử nhiều cách để có

được vốn nếu như tiền tích lũy của họ không đủ cho công việc này. Nguồn vốn thường xuyên hơn cả mà các doanh nhân kinh doanh nhỏ ở Việt Nam và Hàn Quốc nghĩ đến đầu tiên đó là gia đình. Khi không thể có được khoản vốn cần thiết từ các thành viên trong gia đình hạt nhân, các doanh nhân sẽ nghĩ đến các gia đình mở rộng.

Sanders J. M. và Nee V. khi nghiên cứu về những người Hàn Quốc di cư tại Hoa Kỳ đã cho rằng do những lợi ích chung và những quan hệ chặt chẽ (strong ties), gia đình đã tạo điều kiện chia sẻ nguồn lao động và nguồn lực tài chính. Doanh nghiệp của những người nhập cư cần đến những nguồn lực này khi họ thành lập và vận hành doanh nghiệp (Sanders and Nee, 1996). Như vậy, những khoản vay từ gia đình đóng vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện cho khởi sự kinh doanh. Nguồn gốc xã hội của cá nhân ảnh hưởng đến tính có sẵn (availability) của nguồn vốn đầu tư từ những người họ hàng và đến tiêu chuẩn để được vay từ những tổ chức cho vay mang tính sắc tộc ở Hoa Kỳ (Portes and Zhou, 1992). Chúng ta có thể khẳng định điều tương tự khi đề cập về tình hình của Việt Nam và Hàn Quốc.

Thị trường vốn chính thức ở Việt Nam phát triển còn sơ khai. Nhưng, các quan hệ không chính thức có khả năng cải thiện hơn những bất cập của những tổ chức chính thức. Hầu hết nguồn vốn cho khởi sự doanh nghiệp ở Việt Nam là từ nguồn tự tích lũy, từ gia đình, từ bạn bè, từ những người cung ứng và từ khách hàng. Theo nghiên cứu của chúng tôi năm 1995 tại Hà Nội¹, chỉ hơn một nửa số người được hỏi dựa vào sự giúp đỡ của gia đình để mua trang thiết bị cần thiết cho việc khởi sự doanh nghiệp. Một phần mười nhận nguồn vốn từ bạn bè, một phần tám - từ người cung ứng nguyên vật liệu, nguồn hàng và 5% nhận sự trợ giúp về vốn của khách hàng (Appold, Nguyen, Le, Kasarda 1995). Chúng tôi không loại trừ khả năng các chủ kinh doanh nhỏ chiếm dụng vốn của những người cung ứng hoặc/và của khách hàng. Nó được thể hiện dưới hình thức trả chậm (đối với nguồn hàng) và yêu cầu ứng trước (đối với khách hàng). Thực tế này khá phổ biến trong những người kinh doanh nhỏ.

Bảng 1: Nguồn vốn không chính thức để khởi sự kinh doanh (%)

Nguồn	Làm đồ gỗ	Làm đồ nhôm	Làm đồ sắt	Làm may	Tổng
Gia đình	50.0	77.8	70.4	27.9	52.2
Chỉ từ gia đình	19.2	59.3	63.3	18.6	37.4
Bạn bè	7.7	14.8	7.4	9.3	10.6
Người cung ứng	23.1	11.1	7.4	9.3	12.2
Khách hàng	15.4	0.0	3.7	2.3	4.9
Không có nguồn bên ngoài	38.5	18.5	29.6	62.8	40.7

Nguồn: Stephen J. Appold, Nguyen Quy Thanh, Le Ngoc Hung, and John Kasarda. 1995.

Cũng theo nghiên cứu nêu trên, sự giúp đỡ của gia đình là chủ yếu với tư cách như là một nguồn của vốn khởi sự trong kinh doanh: 37% người được hỏi trả lời rằng

¹ Đây là nghiên cứu thí điểm 124 doanh nghiệp cỡ nhỏ, sản xuất về 1) hàng nhôm, 2) hàng sắt, 3) hàng may mặc, và 4) hàng đồ gỗ.

họ nhận được sự trợ giúp về kinh tế từ gia đình họ và ngoài ra không còn nguồn nào khác. Đồng thời, 41 % các chủ kinh doanh nhỏ không nhận được sự trợ giúp nào từ bên ngoài mà dựa hoàn toàn vào nguồn tiền tự tích lũy của họ. Nói cách khác, nguồn vốn đầu tiên của những người kinh doanh nhỏ đó là từ gia đình hoặc từ chính bản thân họ. Thế nhưng, chúng ta không nên vội vàng suy diễn rằng đa số kinh doanh nhỏ chỉ là những chuyện gia đình, bởi vì, không phải là những nguồn vốn mà cá nhân cùng gia đình tập trung được có thể đủ cho việc lập một doanh nghiệp, trừ khi qui mô của nó rất vừa phải. Như trong bảng 1 đã chỉ rõ hình thức chung đối với một sự kinh doanh mới đó là sự cộng tác được chia sẻ giữa những người không có quan hệ họ hàng hay hôn nhân.

Những cuộc thảo luận của chúng tôi với các nhà khoa học Hàn Quốc cho thấy rằng nhiều ông chủ kinh doanh nhỏ ở Hàn Quốc dựa vào nguồn tiền tự tích lũy của họ khi bắt đầu kinh doanh. Con đường chung của nhiều chủ kinh doanh nhỏ ở Hàn Quốc là họ bắt đầu sự nghiệp của mình như là một công chức hoặc với một công việc có thu nhập cao nào đó. Khi họ đạt đến một độ tuổi nhất định, những người Hàn Quốc thường muốn bắt đầu tạo lập sự kinh doanh riêng, lập công ty riêng. Những nghiên cứu từ những năm 80 của thế kỉ XX cho thấy rằng có đến 50% người Hàn Quốc muốn có công ty riêng của mình.

Cho dù những người kinh doanh nhỏ thường quần tụ theo “phường hội” về mặt địa lí, nhưng quanh đó lại có ít nguồn mà họ có thể vay vốn. Chỉ có khoảng 10% nguồn vốn là ở những khu vực cận kề với địa điểm kinh doanh; đa số trong số các nguồn đó dường như là từ các thành viên trong gia đình. Các nguồn vốn khởi nghiệp của những người kinh doanh nhỏ và cực nhỏ khác nhau theo ngành nghề. Những người sản xuất nhôm và sắt dường như là nhóm nhận nhiều hơn vốn từ gia đình họ so với tình trạng chung. Những người sản xuất gỗ dường như lại nhận được vốn từ những người cung ứng và từ khách hàng nhiều hơn so với các loại hình kinh doanh khác. Tuy nhiên, chúng tôi không thấy sự khác biệt giữa các ngành nghề kinh doanh trong việc nhận nguồn vốn khởi sự kinh doanh từ bạn bè. Những người không nhận được chút vốn nào từ bên ngoài gia đình dường như trẻ hơn ($r=0.18$, $p=0.05$) và họ kinh doanh trong lĩnh vực may mặc. Trong khi có khoảng 40% chủ kinh doanh nhỏ không nhận được sự trợ giúp bên ngoài gia đình, thì 61% số này kinh doanh hàng may mặc và không nhận được sự giúp đỡ. Những người làm mặt hàng nhôm (18%) và mặt hàng sắt (30%) là những người ít có khả năng nhận vốn từ bên ngoài nhất.

Theo nghiên cứu của chúng tôi năm 1995, yếu tố giới tính không tạo ra sự khác biệt nào trong việc tìm kiếm vốn khởi sự kinh doanh từ bạn bè, người cung ứng hoặc khách hàng. Tuy nhiên, chỉ một bộ phận nhỏ các doanh nghiệp có được chút vốn khởi sự nào đó trong khu vực địa lý cận kề, phụ nữ dường như làm điều đó thường xuyên hơn nam giới (chi-square = 6.88, d.f. = 1, $p < .01$). Tuổi của những người kinh doanh có thể giải thích phần nào về tỷ lệ thành công lớn hơn của nam giới trong việc giành được sự giúp đỡ của gia đình. Tuổi của những người kinh doanh là nam giới cao hơn đáng kể so với các nữ doanh nhân và yếu tố tuổi liên kết

chặt chẽ với khả năng tìm kiếm vốn khởi sự doanh nghiệp. Tuổi tương quan ($r = .18$, $p = .05$) với khả năng tìm kiếm vốn khởi sự doanh nghiệp từ những người cung ứng, nhưng mạnh hơn một chút với khả năng tạo vốn khởi sự nói chung ($r = .22$, $p = .01$). Gần 70% các nhà kinh doanh từ các gia đình chuyên nghiệp nhận được sự trợ giúp của gia đình về vốn khởi sự kinh doanh, trong khi chỉ có 40% của những người có số vốn là thợ thủ công đã nhận được sự giúp đỡ như vậy (chi-square = 8.71, d.f. = 4, $p = .04$). Tương tự, những người mà công việc trước kia cũng trong cùng nghề nghiệp thì dường như nhận được nhiều sự giúp đỡ từ gia đình hơn: 65%. Trong khi đó những người mà trước đó (thời điểm nghiên cứu) làm nghề thủ công: 43%, dường như có xu hướng nhận sự giúp đỡ như vậy ít hơn (chi-square = 8.46, d.f. = 4, $p = .08$). Điều đó có nghĩa là, 43% những người có kinh nghiệm trước đây về lĩnh vực kinh doanh họ đang làm nhận được vốn khởi sự kinh doanh từ gia đình họ, trong khi 58% những người chưa từng trải qua công việc cùng ngành nghề trong quá khứ nhận được sự giúp đỡ.

Mô thức này không hàm ý cho rằng những người nhận được sự giúp đỡ của gia đình ít hơn thì kinh doanh ít triển vọng hơn. Những người kinh doanh nhận được sự giúp đỡ của gia đình có diện tích sản xuất lớn hơn ($r = .22$, $p = .01$), đồng thời cũng có đông lao động hơn ($r = .021$, $p = .02$). Và, tuy rằng công cụ đo của chúng tôi cũng còn mang tính chủ quan nhưng chúng tôi có những bằng chứng tạm thời là những doanh nghiệp nhận được sự giúp đỡ (về vốn) của gia đình là những doanh nghiệp thành công hơn so với các doanh nghiệp không nhận được ($p < .10$). Số liệu cuộc điều tra của chúng tôi năm 2002² về các doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ chỉ ra rằng 41,4% những cơ sở được khảo sát có vay vốn từ những nguồn khác nhau khi họ bắt đầu kinh doanh. 55,4% trong số những doanh nghiệp có vay vốn cho biết rằng họ vay từ nguồn cá nhân chứ không phải từ ngân hàng, và 3,76% đã vay từ các tổ chức tín dụng không chính thức như “Hụi - Hụi” hay từ các chương trình tín dụng vi mô. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng 51,4% người cho vay là thành viên gia đình và 26,1% là những người họ hàng. Điều đó có nghĩa là gần ba phần tư những người cho vay có quan hệ gia đình hay thân tộc với người vay.

Hàn Quốc đã ban hành điều khoản luật trợ giúp cho kinh doanh nhỏ nhờ đó họ có thể vay tiền ngân hàng dễ dàng, đặc biệt trong bối cảnh cuộc khủng hoảng kinh tế năm 1997. Ngược lại, ở Việt Nam thị trường tài chính chưa phát triển, cho nên việc các doanh nghiệp gia đình tiếp cận được với các nguồn tín dụng từ phía ngân hàng là rất khó khăn cho dù gần đây nhiều qui định mang tính chất rào cản đã được dỡ bỏ. Chính vì vậy, thị trường tài chính không chính thức là nguồn thay thế quan trọng để đáp ứng nhu cầu vốn của các hộ sản xuất, kinh doanh. Vì vậy, các hộ kinh doanh nhỏ thường vay từ các thành viên trong gia đình, họ hàng, bạn bè hay từ người cho vay lãi với lãi suất cao.

² Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ dự án “*Quan hệ xã hội và các trao đổi kinh tế ở Việt Nam hiện nay*” (Social Relations and Economic Exchange in Contemporary Vietnam) được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Singapore. Chúng tôi đã khảo sát 447 doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ tại Hà Nội, Hà Tây, thành phố Hồ Chí Minh và Cần Thơ.

2.2. Quan hệ gia đình trong việc vay vốn luân chuyển

Các doanh nghiệp cần vốn lưu động cũng như vốn khởi doanh. Bởi vì, vốn khởi sự kinh doanh thường không đủ cho việc tiến hành kinh doanh. Những người chủ kinh doanh cần vốn cho vận hành, để trả tiền cho nguyên vật liệu và trả lương cho người lao động. Mức vốn lưu động phụ thuộc vào mức độ của các hoạt động kinh doanh. Nghiên cứu của chúng tôi năm 1995 đã chỉ ra rằng chỉ có tất cả khoảng 4% các doanh nghiệp được khảo sát dựa vào nguồn bên ngoài để có được một số vốn lưu động nào đó. Các thành viên gia đình là những nguồn cung cấp chính của vốn lưu động khi mà họ đã cung cấp vốn cho 55% các doanh nghiệp được khảo sát.

Những người sản xuất hàng may mặc thường là những người ít nhận nguồn vốn lưu động từ các thành viên trong gia đình trong khi những người sản xuất đồ gỗ có xu hướng nhận từ gia đình nhiều hơn cả. Điều này có thể được giải thích rằng những ngành nghề khác nhau đòi hỏi khác nhau về mức vốn lưu động. Doanh nghiệp đồ gỗ cần nhiều vốn lưu động hơn bởi vì chi phí cho nguyên liệu gỗ đắt hơn chi phí cho vải vóc may quần áo rất nhiều. Hơn thế, các sản phẩm đồ gỗ thường có giá cao, trong khi một bộ quần áo giá không cao lắm. Do vậy, khách hàng may quần áo không cảm thấy ngần ngại khi đặt tiền trước. Đó là lí do khiến những người kinh doanh hàng may mặc dựa vào vốn của bản thân họ hay tiền trả trước của khách hàng. Trong khi đó, những người xuất hàng nhôm và sắt ít dựa vào khách hàng để có được vốn lưu động. Những người sản xuất quần áo cũng là những người dường như ít nhận được vốn từ gia đình để làm vốn lưu động. Cũng có thể gia đình họ không đủ giàu có để giúp họ về mặt kinh tế.

Những nguồn vốn dường như độc lập với nhau. Thí dụ, chúng tôi thấy rằng có mối liên hệ vừa phải giữa gia đình và bạn bè với tư cách là những nguồn vốn của khởi sự doanh nghiệp (chi-square = 3.38, d.f. = 1, p = .066) và chúng tôi không tìm thấy mối liên hệ với vốn lưu thông. Điều đó có nghĩa là, có một xu hướng (mờ nhạt) dựa vào các quan hệ xã hội hơn là các quan hệ kinh doanh trong việc tìm kiếm vốn. Tuy nhiên, cũng có một xu hướng nhận cả vốn khởi nghiệp và vốn kinh doanh từ gia đình, nếu như người kinh doanh có nhận được sự giúp đỡ (chi-square = 10.26, d.f. = 1, p = .001). Một quan hệ tương tự cũng được tìm thấy trong trường hợp bạn bè (chi-square = 4.88, d.f. 1, p = .03).

Bảng 2: Những nguồn vốn lưu động không chính thức ở Việt Nam (%)

Nguồn	Làm đồ gỗ	Làm đồ nhôm	Làm đồ sắt	Làm may	Tổng
Gia đình	78.6	70.0	60.0	20.0	55.4
Chỉ có từ Gia đình	0.0	15.0	15.0	0.0	8.1
Bạn bè	7.1	10.0	5.0	0.0	5.4
Người cung ứng	78.6	80.0	85.5	85.0	82.4
Khách hàng	64.3	10.0	25.0	90.0	45.9
Không nguồn bên ngoài	7.1	5.0	0.0	5.0	4.1

Nguồn: Stephen J. Appold, Nguyễn Quý Thanh, Lê Ngọc Hưng, and John Kasarda. 1995.

Nghiên cứu của chúng tôi năm 1995 đã chỉ ra mối liên hệ yếu giữa yếu tố giới và khả năng tìm kiếm vốn từ một nguồn nhất định nào đó. Nam giới dường như có khả năng hơn trong việc tìm kiếm vốn khởi sự kinh doanh (chi-square = 3.32, d.f. = 1, p = .07) và vốn lưu động (chi-square = 4.88, d.f. = 1, p = .04). Như đã nói ở phần trên giới tính không tạo ra sự khác biệt nào trong việc tìm kiếm vốn khởi sự kinh doanh từ bạn bè, người cung ứng hay khách hàng, nhưng phụ nữ dường như có khả năng hơn trong việc tìm kiếm vốn lưu động từ người cung ứng (chi-square = 2.75, d.f. = 1, p = .09) và khách hàng (chi-square = 3.73, d.f. = 1, p = .05) hơn nam giới. Yếu tố tuổi cũng không liên hệ chặt với khả năng tìm kiếm vốn khởi sự kinh doanh cũng như với vốn lưu động từ nguồn gia đình ($r = .26$, $p = 0.3$). Nói cách khác, không phải tuổi của người kinh doanh càng cao thì họ càng có nhiều cơ hội để có được vốn từ các thành viên trong gia đình hơn.

Trong nghiên cứu năm 2002 về kinh doanh nhỏ chúng tôi thấy mức độ vay vốn lưu động thấp hơn nhiều so với vay vốn khởi sự doanh nghiệp (16,6% so với 41,4%). Thoạt nhìn điều này có thể gây ngạc nhiên. Tuy nhiên, khi hiểu rằng qui mô của kinh doanh nhỏ ở Việt Nam là thực sự nhỏ về vốn chúng ta có thể nhận thấy điều đó là bình thường. Vì qui mô của kinh doanh là nhỏ, cho nên họ cũng chỉ cần một lượng vốn vừa phải. Khi họ đã vay được vốn khởi nghiệp rồi sau đó một phần khoản vốn vay sẽ được dùng làm vốn lưu động để vận hành doanh nghiệp. Về những người cho vay, thì điều này cũng giống như trường hợp vốn khởi nghiệp khi đa số họ là các thành viên trong gia đình (20,5%), họ hàng (15,9%). Đáng tiếc là chúng tôi không có những số liệu tương ứng của Hàn Quốc so sánh. Mặc dù vậy, qua một số phỏng vấn và những quan sát chúng tôi có thể cho rằng là giá trị tuyệt đối của tài sản tiết kiệm của người Hàn Quốc cao hơn, cho nên những ông chủ kinh doanh nhỏ ở Hàn Quốc có xu hướng dựa nhiều vào nguồn riêng của bản thân hơn là đi vay mượn.

Tóm lại, doanh nghiệp nhỏ ở cả Việt Nam và Hàn Quốc đều có nhu cầu về vốn. Mức độ nhu cầu không được đáp ứng cao hơn ở Việt Nam do kinh tế chưa phát triển và thị trường tài chính chưa hoàn thiện. Các ông chủ kinh doanh nhỏ, cho dù hiện nay đã dễ hơn trong việc vay tín dụng từ ngân hàng, nhưng họ vẫn hướng đến thị trường tài chính không chính thức như là một nguồn quan trọng. Trong số những người cho vay cá nhân các thành viên gia đình, họ hàng, bạn bè là những nguồn phổ biến nhất. Bên cạnh đó, nguồn tự tích lũy là nguồn quan trọng nhất cả ở Việt Nam và Hàn Quốc.

3. Quan hệ gia đình trong vận hành kinh doanh hàng ngày

Có nghiên cứu đã chỉ ra rằng nhiều ông chủ kinh doanh nhỏ được lợi từ những trợ giúp về vật chất và tinh thần từ các thành viên trong gia đình khi thực hiện việc kinh doanh. Như vậy, việc thiếu hụt sự trợ giúp của gia đình có thể khiến cho các doanh nghiệp nhỏ rơi vào thế bất lợi. Ngược lại, trách nhiệm gia đình nặng nề có thể làm giảm đi khả năng của các ông chủ kinh doanh trong việc công hiến thời gian cho doanh nghiệp, và do đó sẽ giảm đi khả năng thành công trong kinh doanh. (Loscocco, Robinson, Hall, Allen 1991).

3.1. Giải quyết những vấn đề nội bộ

Trên thực tế việc phân quản lí chia thành: quản lí nội bộ và quản lí bên ngoài chỉ mang tính chất tương đối. Tuy vậy, sự phân chia này lại giúp chúng ta nhìn rõ hơn nhiệm vụ của các thành viên gia đình trong sự vận hành của doanh nghiệp. Chúng tôi xếp tất cả những vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh hàng ngày là “những vấn đề nội bộ”. Hơn thế, nhiều doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ kinh doanh ngay tại nhà. Điều đó có nghĩa là nơi ở và nơi làm việc của họ chung nhau. Trong trường hợp đó, công việc gia đình đã được thực hiện một cách pha trộn với việc kinh doanh. Chăm sóc con cái cho chủ doanh nghiệp, giúp họ nấu ăn, giặt giũ có thể coi đó là một phần khác của quản lí nội bộ trong nhiều doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ.

Khi suy nghĩ về kinh doanh nhỏ, nhiều người Việt Nam không phân biệt rõ giữa “chủ nhân” và “người quản lí”. Ở Hàn Quốc điều này cũng tương tự. Hiện tượng một cá nhân là chủ doanh nghiệp đồng thời làm luôn nhà quản lí của doanh nghiệp là rất thường xuyên. Nói cách khác, nhiều người trong số họ không phải là những nhà quản lí chuyên nghiệp, không được đào tạo bài bản. Qui mô nhỏ về vốn và lao động không đòi hỏi một trình độ cao về quản lí. Chính vì vậy, nhiều cựu công nhân nhà nước đã bắt đầu việc kinh doanh của họ sau khi họ được về “một cục theo 176”, về hưu non, hay bị thôi việc vì nhà máy hết việc làm, v.v... Qui mô kinh doanh càng nhỏ, chúng ta càng có thể quan sát thấy hiện tượng này dễ dàng hơn.

Một vài tác giả cho rằng lao động gia đình có thể được tin cậy để thực hiện những giao dịch nhạy cảm mà trong đó nguy cơ của sự vi phạm pháp luật là cao. Cũng như vậy, các thành viên gia đình có thể được tin tưởng giao thực hiện những giao dịch ngầm (under-the-counter) nhằm mục đích trốn thuế hoặc tránh những qui định khác của nhà nước (Sanders and Nee 1996). Khi Milton L Barnett khắc họa mô thức hành vi của những doanh nhân người Quảng Đông tại Hoa Kỳ như là những người theo quan hệ gia đình, ông đã nói về thói gia đình trị, tức là sự thu nhận hoặc cất nhắc những người họ hàng. Ông viết “sự ưu tiên được dành cho những người họ hàng và những người bạn cùng làng quê khi người chủ sở hữu thuê lao động” (Barnett, 1960). Thế nhưng, trong ý nghĩa hữu dụng thứ hai bản chất của trách nhiệm thân tộc mở đường cho một hình ảnh lí tưởng về cách thức mà những nhà quản lí và những người cấp dưới sẽ tương tác trong một công ty. Nguyên tắc tổ chức của gia đình đã được áp dụng trong đơn vị kinh doanh gia đình (Sui-lun Wong, 1985).

Tuy nhiên, nhiều nhà nghiên cứu đồng tình rằng quan hệ họ hàng dường như ít có xu hướng cung cấp nguồn công cụ và thông tin đặc thù hơn so với quan hệ không phải họ hàng. Thí dụ, các thành viên gia đình có xu hướng chia sẻ thông tin với nhau mạnh hơn so các thành viên không cùng trong họ. Do vậy, nếu như các cá nhân có một tỷ lệ đáng kể những người họ hàng trong mạng lưới của họ, họ lại có thể bị bất lợi trong cộng đồng kinh doanh bởi vì những quan hệ của họ là những quan hệ hướng nội. Một tỷ trọng cao của mạng quan hệ họ hàng có thể là chỉ báo về mức độ dư thừa cao về nguồn thông tin, nhưng lại không có nhiều thông tin đặc thù.

Theo dữ liệu của chúng tôi năm 2002, đa số các doanh nghiệp nhỏ được khảo sát (65,5%) không nhận được sự giúp đỡ nào từ các thành viên trong gia đình mở rộng, trong khi chỉ có 34,5% nhận được vài sự giúp đỡ. Họ nhận được sự giúp đỡ của những người họ hàng thân thiết nếu như những người đó sống gần (trong khoảng 500 m). 43,3% những người có người nhà sống gần cho biết rằng họ nhận được một số sự giúp đỡ, trong khi chỉ có 1,4% những chủ kinh doanh nhỏ có người nhà sống gần đó nhận được sự giúp đỡ nào đó của gia đình. Thực tế này cũng giống với việc kinh doanh nhỏ tại những khu vực thu nhập thấp ở Hàn Quốc.

3.2. Thực hiện những giao dịch đối ngoại

Các doanh nghiệp không thể tồn tại nếu không có thị trường. Họ cũng cần phải đàm phán, thỏa thuận với người cung ứng để có thể có nguyên vật liệu đúng thời điểm. Hoặc, đôi khi họ cần đàm phán để được trả chậm một khoản nào đó. Chủ kinh doanh cũng cần làm việc với nhân viên thuế quan, hải quan, cơ quan chính quyền hoặc các loại hình thanh tra. Đây là những công việc này mà các chủ kinh doanh cần lưu tâm đến. Tuy nhiên, họ thường bận rộn và thiếu thời gian. Trong những doanh nghiệp lớn các nhiệm vụ này được phân cho các phòng ban chức năng. Nhưng đối với doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ, họ thường không có đủ nguồn lực để chia nhỏ cơ cấu của doanh nghiệp và lập ra những phòng ban chuyên môn. Cho nên, toàn bộ gánh nặng kinh doanh đều đặt lên vai của ông chủ - nhà quản lí. Gia đình trong nhiều trường hợp đóng vai đối với các ông chủ kinh doanh như là nguồn vốn xã hội mà họ có thể sử dụng trong những trường hợp cần thiết. Quan hệ của các thành viên trong gia đình với những người bạn có vị thế xã hội cao đã được minh chứng là rất hữu dụng trong những tình huống khó khăn. Ở Việt Nam cũng như ở Hàn Quốc nhiều doanh nghiệp đã nhận được đơn đặt hàng hoặc hợp đồng là nhờ những quan hệ của các thành viên gia đình họ. Nhiều chủ kinh doanh đã nói rằng “nếu anh không có quan hệ, anh tốt nhất đừng tham gia kinh doanh”. Thuật ngữ "quan hệ" chỉ một mạng lưới rộng lớn những tương tác xã hội bền vững mà những người muốn làm ông chủ trong kinh doanh cần phải có. Nó bao gồm những quan hệ với cơ quan chính quyền các cấp, quan hệ với khách hàng.

Tương tự với tình hình trong việc xử lí những vấn đề nội bộ, những ông chủ kinh doanh nhỏ có thể nhận được một vài sự giúp đỡ của gia đình họ nếu như họ sống gần. Tuy nhiên, cha mẹ, anh em ruột và anh chị em rêu rở của các ông chủ giúp đỡ họ được rất ít trong việc giải quyết những vấn đề đối ngoại. Chỉ có 22,3% những người có gia đình sống gần nhận được một vài sự giúp đỡ từ những người thân trong gia đình về những vấn đề đối ngoại, trong khi không có ai trong số các chủ kinh doanh nhỏ có gia đình sống xa nói rằng họ nhận được giúp đỡ của gia đình để giải quyết những vấn đề này. Có thể là, những vấn đề đối ngoại phức tạp hơn, cho nên những bậc cha mẹ lớn tuổi hoặc những người thân trong gia đình, họ hàng không có nghiệp vụ tay nghề tỏ ra không hữu dụng.

Khả năng lợi nhuận được giữ lại và tái đầu tư trong gia đình châu Á là khá cao. Thông thường, họ sử dụng tất cả lợi nhuận của họ để mở rộng tài chính. Bên

ạnh việc tái đầu tư, ông chủ thế hệ cha có khả năng sẽ chuyển vốn từ lớp này qua lớp khác để mở rộng kinh doanh và hỗ trợ, nuôi dưỡng lẫn nhau. Vốn chảy lưu động trong nhóm các doanh nghiệp gia đình bởi vì nó thuộc vào ngân sách của một gia đình thống nhất.

Tuy nhiên, sự dày đặc của các mạng gia đình có thể giới hạn sự tăng trưởng kinh tế bằng việc đặt ra những rào cản đối với sự liên kết bên trong các mạng lưới. Mức độ tin tưởng cao giữa các thành viên gia đình lại có thể tạo ra sự không tin tưởng với người ngoài và các tổ chức, và từ đó, ngăn cản sự phát triển những quan hệ xây dựng tiềm năng. Hệ thống gia đình mạng thường được tìm thấy ở những nơi mà luật pháp yếu kém. Mạng quan hệ thân tộc có thể đặt những trách nhiệm nặng nề đối với người kinh doanh mà có thể khiến anh ta làm trệch hướng các nguồn lực khỏi những đầu tư hiện tại và tiềm năng (thí dụ, hệ thống "bảo vệ riêng" mà một số cộng đồng dân di cư sử dụng).

Nói tóm lại, qui mô gia đình nhỏ, sự thiếu hụt lao động không cho phép người Hàn Quốc giúp đỡ (về công sức) thường xuyên các thành viên gia đình họ trong việc thực hiện kinh doanh như người Việt Nam vẫn làm. Sự tham gia của các thành viên gia đình có thể làm giảm chi phí chung, từ đó làm tăng lợi nhuận và đảm bảo về lao động. Nó cũng có vai trò quan trọng trong việc duy trì quan hệ thân thiết giữa những người họ hàng. Tuy nhiên, ngược lại điều này có thể gây ra ảnh hưởng tiêu cực trong kinh doanh, ví dụ như giới hạn thông tin với người ngoài, không minh bạch trong các hoạt động kinh doanh. Các nhà hoạch định chính sách cần phải tính đến điều này khi đề ra các chính sách mới.

4. Các quan hệ gia đình trong việc đảm bảo lao động

Gia đình có thể cung cấp một nguồn quan trọng cho những ai muốn theo đuổi việc tự tạo việc làm. Khả năng dựa vào lao động gia đình, như trên đã nói sẽ làm giảm chi phí thực hiện kinh doanh. Bởi vì, họ có quan tâm nhiều hơn trong sự thành công của kinh doanh. Lao động gia đình có năng suất cao hơn lao động bên ngoài trong khi chi phí lại thấp hơn. Hơn thế, như đã nói trên đây, lao động gia đình có thể được tin tưởng để thực hiện những giao dịch nhạy cảm mà trong đó nguy cơ vi phạm pháp luật là cao. Cũng như vậy, các thành viên gia đình có thể được tin cậy để thực hiện những giao dịch như trốn thuế hoặc những hành vi vi phạm các qui định pháp luật khác. Điều đó có nghĩa là việc dựa vào các thành viên gia đình phản ánh một sự đánh giá thực dụng về xung đột tiềm năng và việc tăng chi phí giao dịch khi những người không phải gia đình tham gia.

Vợ hoặc chồng, trẻ em ngoài giờ đi học, các thành viên khác trong gia đình luôn sẵn sàng để các chủ kinh doanh của gia đình sử dụng khi cần thiết trong khoảng thời gian ngắn. Thí dụ, khi các ông chủ cần bóc dỡ hàng ngoài giờ khi những người lao động đã kết thúc giờ làm việc, các thành viên gia đình là lực lượng lao động rẻ nhất, và họ không kêu ca nhiều về công việc nặng nhọc. Vốn xã hội từ nguồn gia đình dưới dạng trách nhiệm và lòng tin đối với nhau khuyến khích những cố gắng hợp tác và tận tụy trong việc theo đuổi những mục tiêu chung. Nguồn vốn vô hình

này chuyển biến thành đóng góp hữu hình hơn của các thành viên gia đình dưới dạng lao động và tài chính.

Đa số người dân Việt Nam sống ở nông thôn. Họ làm nông nghiệp và phải đối mặt với tình trạng thất nghiệp theo mùa. Số liệu thống kê cho thấy tỷ lệ sử dụng thời gian thấp ở khu vực nông thôn - chỉ khoảng 75 % thời gian trong năm. Nói cách khác họ hầu như chẳng có việc gì làm trong khoảng 3 tháng. Vào những thời gian nông nhàn như vậy, họ có thể đến làm việc cho những người họ hàng của họ đang kinh doanh tại các đô thị.

Tình trạng chia sẻ lao động không phải là phổ biến ở Hàn Quốc. Trẻ em được ưu tiên dành toàn bộ thời gian cho việc học hành. Người vợ thường thực hiện tất cả những công việc gia đình. Công việc kinh doanh thường chỉ do mình người chủ doanh nghiệp đảm nhận. Các thành viên khác của đại gia đình cũng không có nhiều thời gian để giúp đỡ họ. Người Hàn Quốc không chia sẻ lao động bởi họ phải thực hiện công việc kinh doanh của riêng họ, hay đơn giản là vì họ không có thời gian. Làm việc cho các cơ quan chính phủ hay những tập đoàn lớn được người Hàn Quốc xem đó là sự vinh dự. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam phàn nàn về tình trạng thiếu vốn kinh niên khiến cho họ phải chi tiêu chặt chẽ. Trong trường hợp này lao động gia đình sẽ là quan trọng để các doanh nghiệp, đặc biệt doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ có thể phục hưng. Lao động gia đình cũng quan trọng cả trong doanh nghiệp có tuyển dụng người ngoài, bởi vì, lao động gia đình thường không được trả tiền và nhờ đó chi phí chung giảm đi.

Nghiên cứu năm 2002 của chúng tôi đã phát hiện ra rằng đa số lao động của các doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ được khảo sát là lao động gia đình. Hơn 88% số lao động gia đình này không được trả bằng tiền mặt. Điều này không phải là bất bình thường ở Việt Nam, và thậm chí cũng không bình thường với doanh nghiệp nhỏ ở Hàn Quốc. Lập luận ở đây là lao động gia đình là gồm những người trong gia đình hay họ hàng gần gũi, cho nên, không cần thiết phải trả tiền mặt cho họ, những người lao động là họ hàng sống, ăn cùng trong nhà của chủ doanh nghiệp và có thể được nhận những hàng hóa, vật dụng khác thay cho tiền mặt. Nhờ đó mà lao động gia đình giúp cho chi phí vận hành doanh nghiệp giảm đi. 29,5% chủ doanh nghiệp nhỏ được khảo sát cho rằng có một hoặc hơn người họ hàng làm việc trong doanh nghiệp của họ. Mặt khác, chúng tôi cũng thấy rằng doanh nghiệp nhỏ có thể dựa vào quan hệ gia đình để gắn công nhân với doanh nghiệp khi không có việc ổn định, nhờ đó mà họ có thể tăng được độ linh hoạt trong khi không cần phải hi sinh hiệu quả. Như đã lưu ý trước đây, khi nhận được vốn khởi sự doanh nghiệp dường như tạo ra kết quả là số lao động trong doanh nghiệp lại được tuyển dụng đông hơn.

Nghiên cứu về các doanh nghiệp Hàn Quốc sau khủng hoảng châu Á năm 1997 các tác giả Choi Nak-Gyoon and Kang Du-Yong đã chỉ ra những số liệu thú vị về việc làm. Theo họ vào thời gian khủng hoảng tỷ lệ các doanh nghiệp nhỏ giảm bớt lượng công nhân là 62 % trong khi có đến 79,8 % các doanh nghiệp lớn phải giảm bớt

lao động. Chúng tôi cho rằng các doanh nghiệp nhỏ cũng rất khó khăn trong thời kì khủng hoảng nhưng họ đã e ngại hơn trong việc giảm bớt lao động.

Việc dựa vào lao động gia đình cũng có thể có tác động tiêu cực đến gia đình. Burt (1992) đã cho rằng việc duy trì và đầu tư cho những quan hệ đòi hỏi cố gắng nhất định và nó có những chi phí cơ hội cho các lựa chọn của tương lai. Hơn thế, sự tin tưởng lại có thể đặt các hành thế vào tình trạng nguy hiểm. Việc kiểm soát về chủ nghĩa cơ hội cũng đòi hỏi nhưng giá phải trả. Cho nên, một số cá nhân có thể lựa chọn kinh doanh ở môi trường có mức độ tin tưởng thấp, họ đòi trả tiền thường xuyên hơn, tránh mở rộng và vay vốn. Thêm nữa, những suy tính mang tính lịch sử về gia đình cho rằng việc dựa vào lao động gia đình trong doanh nghiệp có thể làm hi sinh những lợi ích tương lai của gia đình như trẻ em có thể phải bỏ học. Do vậy, một giải pháp đặc thù cho một vấn đề thị trường, ví như việc sử dụng những đứa trẻ được tin cậy có thể phải trả những giá không lường trước được như là làm giảm triển vọng của thế hệ tương lai.

Cho dù các quan hệ xã hội mà bao quanh những trao đổi kinh tế, vẫn thường được coi như là ngoại sinh đối với quan hệ kinh tế, nhưng Nee and Ingram (1995) lại cho rằng không phải như vậy, các cá nhân sẽ thường cày xới các quan hệ xã hội trong sự suy tính trước về các nhu cầu kinh tế. Thậm chí, cả những quan hệ trong phạm vi gia đình thân thiết cũng có thể biến đổi giữa các cá nhân và theo thời gian tùy theo mức độ thân mật và tin tưởng. Hơn thế, những quan hệ thân tộc thực tế không chỉ biến đổi về cường độ, những hình thức mới của các quan hệ thân tộc hư cấu (fictive) có thể nảy sinh, đặc biệt trong xã hội nơi những cư dân đô thị có trình độ giáo dục cao lại có mức sinh thấp. Các thiết chế vi mô mới có thể duy trì một xu hướng lịch sử trong các nền kinh tế công nghiệp hóa để tách kinh tế gia đình ra khỏi kinh tế công cộng và chuyển hướng địa điểm của đời sống xã hội từ nơi làm việc bên ngoài về nhà.

Tóm lại, bất chấp sự thực là tỷ lệ thất nghiệp ở Hàn Quốc là khá thấp khoảng 3%, việc làm tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ không được nhiều thanh niên coi là có triển vọng. Vì vậy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Hàn Quốc hiện nay phải đối mặt với tình trạng thiếu lao động. Ở Việt Nam các doanh nghiệp nhỏ được coi là kênh di động lao động và tự tạo việc làm. Doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam có lợi thế về lao động rẻ và nguồn dồi dào. Các thành viên của gia đình luôn sẵn sàng một khi chủ doanh nghiệp nhỏ của gia đình cần đến họ.

5. Kết luận

Gia đình tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh doanh nhỏ ở Việt Nam và cả ở Hàn Quốc. Hơn thế, tại Hàn Quốc những quan hệ gia đình là rất quan trọng đối với các tập đoàn lớn như *cheobol*. Một doanh nhân Hàn Quốc có thể kì vọng nhiều hơn so với các đồng nghiệp Việt Nam trong việc tìm kiếm vốn khởi nghiệp và vốn lưu động từ các thành viên trong gia đình họ, trong khi doanh nhân Việt Nam có thể dựa vào gia đình như là nguồn lao động. Theo quan điểm của chúng tôi, các quan hệ gia đình có thể có cả ý nghĩa tích cực và tiêu cực đối với sự phát triển của kinh doanh. Tác động của gia đình đến doanh nghiệp lớn có thể dẫn đến hậu quả là

sự không minh bạch trong các hoạt động kinh tế, đặc biệt trong các giao dịch tài chính. Tuy nhiên, ở cấp độ kinh doanh nhỏ, mặt tiêu cực của sự tham gia của gia đình không thật rõ, trong khi các nhà nghiên cứu đều nhận thấy mặt tích cực của nó.

Chúng tôi đã phát hiện ra rằng bạn bè và gia đình là những nguồn quan trọng để những người kinh doanh nhỏ có thể vay vốn khởi nghiệp. Sự giúp đỡ của gia đình dường như giúp cải thiện tình trạng thiếu vốn từ thị trường vốn chính thức. Mặt khác, tính sẵn sàng của sự giúp đỡ này cũng bị giới hạn. Những người được nhận vốn khởi nghiệp từ gia đình thường là những người lớn tuổi hơn và là đàn ông. Hơn thế, nền tảng gia đình quyết định việc họ có nhận được vốn từ gia đình hay không.

Sự giúp đỡ của gia đình trong các vấn đề đối nội và đối ngoại có thể có nhờ vào việc gia đình họ có sống gần họ hay không. Nếu như bố mẹ, anh em họ hàng sống xa họ thì các chủ doanh nghiệp nhỏ nhận được rất ít sự giúp đỡ từ những người này. Dạng giúp đỡ này dường như phổ biến hơn tại Việt Nam nếu so với Hàn Quốc, nơi mà qui mô gia đình nhỏ hơn và trẻ em được nhiều ưu tiên hơn trong việc đầu tư học hành. Hơn thế, do sự thiếu hụt lao động, việc chia sẻ lao động giữa các thành viên trong gia đình không phổ biến lắm tại Hàn Quốc giống như tình trạng này ở Việt Nam.

Hàn Quốc đã được hưởng lợi từ sự phát triển doanh nghiệp nhỏ. Việt Nam cũng cần thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp gia đình với nhịp độ mới. Sự tích tụ các doanh nghiệp nhỏ ở những nước phát triển được xem như là con đường triển vọng để phục hưng công nghiệp, và để công nghiệp hóa tại các nước đang phát triển như Việt Nam. Các quan hệ xã hội, đặc biệt quan hệ gia đình được cho là đóng vai trò đáng kể trong giao dịch kinh tế của quá trình tích tụ này. Sự hình thành các tập đoàn kinh doanh gia đình lớn như Samsung, LG, Hyundai, SK, v.v... của Hàn Quốc có thể là bằng chứng rõ ràng cho xu hướng này.

Tài liệu tham khảo

1. Phạm Thị Thu Hằng: *Tạo việc làm tốt bằng chính sách phát triển doanh nghiệp nhỏ*. Nxb Chính trị Quốc gia. Hà Nội - 2002.
2. Tổng cục Thống kê: *Niên giám thống kê 2000*. Nxb Thống kê. Hà Nội - 2001.
3. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam: *Báo cáo nghiên cứu về doanh nghiệp vừa và nhỏ*. Hà Nội - 2001.
4. Appold, Stephen J.; Nguyen Quy Thanh, Le Ngoc Hung, and John Kasarda. 1995. *Family and Friends in Small-Scale Business, an Exploratory Study of Industrial District in Hanoi*. This research paper had been presented at the 1995 Southern Sociological Society Meetings, Atlanta, Georgia April 6-8.
5. Bourdieu, Pierre. 1983. "Forms of Capital". pp. 241-58 in *Handbook of theory and Research for the Sociology of Education*, edited by J. Richardson. New York: Greenwood Press.
6. Coleman, J. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*, 94: S95-S120.

7. Feldman, Tine Rossing and Assaf, Sussan. 1999. *Social Capital Conceptual Framework and Empirical Evidence*. Social Capital Initiative Working Paper No. 5.
8. Fulo, Liz and Richards D. 2002. 'Connections, Culture and Context: Business Relationship and Networks in the Asia-Pacific Region'. In Harvie, Charles and Lee, Boo-Chye (eds). 2002a. *Globalization and SMEs in East Asia*. Edward Elgar Publishing Inc. Volume I. pp. 274-297.
9. Hien, Nguyen Thi. 2001. *Vietnam's SMES in the Globalized Market: Potentials and Constrains*. Research Report. Central Institute of Economic Management.
10. Kim, Kwang Chung and Woo Moon Hurh. 1985. 'Ethnic Resource Utilization of Korean Immigrant Entrepreneurs in the Chicago Minority Area'. *International Migration Review* 19:82-111.
11. Portes and Min Zhou. 1993. 'Embeddedness and Immigration: Note on Social Determinants of Economic Action'. *American Journal of Sociology* 98:1230-50.
12. Richards, David; Harvie, Charles; Ha Nguyen, Nguyen Van Lan. 2002. 'Limping Tiger: Problem in Transition for Small and Medium Sized Enterprises in Vietnam'. In Harvie, Charles and Lee, Boo-Chye (eds). 2002a. *The Role of SMEs in National Economy in East Asia*. Edward Elgar Publishing Inc. Volume II. pp. 89-135.
13. Sanders J. M. and Nee V. 1996. 'Immigrant self-employment: the Family as Social Capital and the Value of Human Capital'. *American Sociological Review*, Volume 61, Issue 2 (April 1996): 231-249.
14. Thanh, Nguyen Quy and Appold Stephen. 2003. *The Prevalence of Social Capital Among Small Businesses in Vietnam*. Bo co nghin cu.
15. Woolcock, M. 1998. "Social Capital and Economic Development: Towards a Theoretical Synthesis and Policy Framework." *Theory and Society*, 27: 151-208, p. 192.
16. Woolcok, M. and Narayan, D. 2000. 'Social capital: Implication for the Development Theory, Research and Policy'. *The World Bank Research Observer*, Vol. 15 No 2, August.