# Vốn xã hội và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp phi chính thức tại Thành Phố Hồ Chí Minh

# Social capital and business performance of informal enterprises in Ho Chi Minh City

Lê Công Tâm[1], Lê Văn Phong[1*]

[1]Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
[*]Tác giả liên hệ, Email: phong.lv@ou.edu.vn

**THÔNG TIN**

**DOI:**10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.21.4.4640.2026

Ngày nhận: 29/07/2025

Ngày nhận lại: 20/12/2025

Duyệt đăng: 25/12/2025

Mã phân loại JEL:

M12; M13; M14

*Từ khóa:*

doanh nghiệp phi chính thức; hiệu quả kinh doanh; hoạt động kinh doanh; SEM-PLS; vốn xã hội

*Keywords:*

informal enterprises; business performance; business activities; SEM-PLS; social capital

**TÓM TẮT**

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với mô hình cấu trúc tuyến tính SEM-PLS để phân tích dữ liệu từ 600 doanh nghiệp phi chính thức tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhằm đánh giá tác động của vốn xã hội đến hiệu quả hoạt động kinh doanh. Vốn xã hội được chia thành ba thành phần: cấu trúc, quan hệ và nhận thức; hiệu quả hoạt động được đo lường qua chỉ số tài chính và phi tài chính. Kết quả cho thấy cả ba loại vốn xã hội đều ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả kinh doanh, trong đó vốn xã hội nhận thức có tác động mạnh nhất. Nghiên cứu góp phần mở rộng hiểu biết về vai trò của vốn xã hội tác động tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhằm gợi ý các giải pháp quản trị phù hợp. Tuy nhiên, nghiên cứu còn hạn chế về phạm vi địa lý, không gian, mới chỉ nghiên cứu các doanh nghiệp khu vực phi chính thức, và dữ liệu chủ quan, cần bổ sung trong các nghiên cứu tiếp theo.

**ABSTRACT**

The study uses quantitative methods with an SEM-PLS linear structural model to analyze data from 600 informal enterprises in Ho Chi Minh City and assess the impact of social capital on business performance. Social capital is divided into three components: structure, relationships, and perceptions; performance is measured through financial and non-financial indicators. The results show that all three types of social capital positively affect business performance, with cognitive social capital having the strongest effect. The study contributes to expanding the understanding of the role of social capital in affecting enterprise business performance of thereby suggesting appropriate management solutions. However, the study is limited in its geographical and spatial scope, focuses only on informal-sector enterprises, and uses subjective data that need to be supplemented in subsequent studies.

## 1. Giới thiệu

Trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, khu vực phi chính thức tiếp tục giữ vai trò lớn trong tạo việc làm và sinh kế; thống kê gần đây cho thấy lực lượng lao động phi chính thức ngoài nông nghiệp vẫn chiếm tỷ trọng cao, phản ánh tầm quan trọng của khu vực này đối với ổn định xã hội (General Statistics Office of Vietnam [GSO], 2024). Tuy nhiên, các cơ sở/hộ kinh doanh phi chính thức thường gặp rào cản tiếp cận tín dụng, thiếu thông tin thị trường và năng lực đổi mới, những hạn chế khiến khả năng chống chịu trước cú sốc còn mong manh. Trong bối cảnh đó, vốn xã hội (SC) nổi lên như "đòn bẩy mềm" thay thế, giúp doanh nghiệp huy động nguồn lực hữu hình, vô hình, phát hiện cơ hội, và tổ chức phối hợp hiệu quả (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Pham & ctg., 2023; Tran & ctg., 2024).

Vận dụng khung Cấu trúc - Quan hệ - Nhận thức, các bằng chứng gần đây làm rõ ba cơ chế chuyển hóa của SC. Thứ nhất, RSC (niềm tin/chuẩn mực) tạo điều kiện tín dụng thương mại hai chiều, một "bộ đệm" giúp giữ dòng tiền và ổn định chuỗi cung ứng trong gián đoạn (Ersahin & ctg., 2024), đồng thời SC mang màu sắc "họ tộc, đồng hương" giúp doanh nghiệp thiệt hại ít hơn và phục hồi nhanh hơn sau cú sốc (Jarchow & ctg., 2023; Liu & ctg., 2023). Thứ hai, SSC (mạng lưới và cơ chế kết nối chính thức) mở rộng kênh bán thông tin, thúc đẩy đổi mới, marketing và hiệu quả kinh doanh ở Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) (Pham & ctg., 2023; Tran & ctg., 2024), phù hợp quan sát về khả năng chống chịu tổ chức của SME khi tận dụng SC và năng lực động trong đại dịch (Ozanne & ctg., 2022). Thứ ba, CSC (giá trị/mục tiêu/ngôn ngữ chung) nâng chất lượng tri thức và hành vi chia sẻ tri thức, qua đó khuếch đại hiệu quả và đổi mới (Zhou & ctg., 2022); cơ chế trung gian này được kiểm định trực tiếp trong bối cảnh doanh nghiệp nhỏ (Aisjah & ctg., 2024), và còn thúc đẩy kết quả sản phẩm mới thông qua hấp thụ tri thức, năng lực đổi mới (Zirena-Bejarano & ctg., 2024).

Tuy nhiên, phần lớn nghiên cứu SC vẫn gom "hiệu quả" thành thang đo tổng hợp, chưa tách bạch kênh tài chính và phi tài chính để kiểm định, thiếu mô hình tích hợp cho bối cảnh phi chính thức (Aisjah & ctg., 2024; Tran & ctg., 2024; Zhou & ctg., 2022). Bên cạnh đó, ít nghiên cứu phân định ba chiều (SSC, RSC, CSC) của SC và tương tác của chúng với tín dụng phi chính thức, một kênh rất thực tế ở Việt Nam (Ersahin & ctg., 2024).

Ngoài ra, thực tiễn tại TP.HCM, các chính sách hỗ trợ DN phi chính thức theo đúng cơ chế SC: thiếu công cụ nâng khả năng chia sẻ tri thức và kết nối cầu nối với nhà cung cấp, khách hàng, thể chế (Ozanne & ctg., 2022; Pham & ctg., 2023). Hiện chưa có giải pháp nhằm chính danh hóa và chuẩn hóa hoạt động tín dụng phi chính thức tại các chợ/trục phố.

Tóm lại, nghiên cứu này góp phần lấp đầy khoảng trống trên về khu vực phi chính thức tại TP.HCM bằng cách gắn SC với đổi mới, marketing, chia sẻ tri thức và ổn định tài chính qua tín dụng phi chính thức sẽ tăng giá trị học thuật và thực tiễn cho mô hình phát triển bền vững (Pham & ctg., 2023; Tran & ctg., 2024).

## 2. Cơ sở lý thuyết

### *2.1. Khái niệm*

Trong nghiên cứu khoa học xã hội, Bourdieu (1986) xem vốn xã hội như nguồn lực gắn với vị thế và mạng lưới cá nhân. Trong khi đó, Coleman (1988) nhấn mạnh các chức năng nảy sinh từ cấu trúc quan hệ; còn Putnam (1993, 2000) thì tiếp cận ở cấp cộng đồng qua mạng lưới: chuẩn mực, niềm tin thúc đẩy hợp tác.

Nahapiet và Ghoshal (1998) thì chọn cách tiếp cận khác thông qua quản trị doanh nghiệp. Họ xem vốn xã hội như là tổng thể nguồn lực bắt nguồn từ các mối quan hệ trong tổ chức, gồm

ba chiều cạnh cấu trúc, quan hệ và nhận thức. Chiều cấu trúc chính là hình thái mạng lưới và các cơ chế hỗ trợ giúp mở luồng thông tin và phối hợp (Zhou & ctg., 2022). Chiều quan hệ nhấn mạnh chất lượng gắn kết (niềm tin, chuẩn mực, nghĩa vụ, cam kết) giúp giảm chi phí giao dịch và tăng chia sẻ tri thức (Aisjah & ctg., 2024; Ozanne & ctg., 2022). Chiều nhận thức phản ánh "ngôn ngữ chung, mục tiêu chung, khung nghĩa chung", giúp phối hợp nhanh và chia sẻ thông tin giúp đổi mới doanh nghiệp (Aisjah & ctg., 2024; Zhou & ctg., 2022).

### *2.2. Vai trò của vốn xã hội trong doanh nghiệp khu vực phi chính thức*

Trong khu vực phi chính thức, vốn xã hội vận hành như một dạng "hạ tầng mềm" định hình hành vi kinh tế và chuyển hóa thành kết quả kinh doanh thông qua ba cơ chế chủ đạo. Cơ chế giảm chi phí giao dịch và rủi ro hợp đồng: tín nhiệm, chuẩn mực đáp trả và mạng quen biết cho phép các thỏa thuận "mua chịu, bán chịu". Bên cạnh đó, mạng lưới xã hội làm tăng xác suất tiếp cận tín dụng phi chính thức, đặc biệt khi doanh nghiệp trong khu vực này đối mặt với các cú sốc bất lợi (Dang & ctg., 2023). Ngoài ra, vốn xã hội còn tạo ra các liên kết "vươn ngang/vươn xa" tạo kênh chia sẻ "mẹo nghề", nguồn hàng, mẫu mã, kênh số và phương thức "gom đơn" (Zhou & ctg., 2022). Tại Việt Nam, vốn xã hội còn giữ vai trò trong việc giúp doanh nghiệp nhỏ hấp thụ và triển khai đổi mới (Tran & ctg., 2024). Một vai trò khác của vốn xã hội đó là giúp các doanh nghiệp nhỏ vượt qua các cú sốc kinh tế. Khi xảy ra đứt gãy chuỗi cung, mạng lưới xã hội vận hành như "bảo hiểm phi chính thức" giúp doanh nghiệp phục hồi hiệu quả hơn (Ozanne & ctg., 2022), đồng thời chống giảm doanh thu và tăng tốc độ phục hồi nhanh hơn sau cú sốc (Liu & ctg., 2023).

### *2.3. Các nghiên cứu thực nghiệm*

Trong khu vực phi chính thức ở Việt Nam, nhiều nghiên cứu gần đây cho thấy vốn xã hội chuyển hóa niềm tin và quan hệ thành nguồn lực cụ thể như tín dụng thương mại, thông tin thị trường và phối hợp vận hành hằng ngày. Khung ba chiều cấu trúc, quan hệ, nhận thức giải thích vì sao các mạng lưới thân thiết giúp giảm bất đối xứng thông tin/chi phí giao dịch, còn "cầu nối" ra ngoài nhóm và liên kết thể chế mở lối tiếp cận tri thức, khách hàng và hỗ trợ công, tư (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Pham & ctg., 2023; Tran & ctg., 2024). Khi đối diện cú sốc, doanh nghiệp có RSC mạnh tận dụng chuẩn mực, niềm tin để chốt điều khoản tốt và duy trì chuỗi cung ứng qua trade credit giúp ổn định dòng tiền (Ersahin & ctg., 2024) và gia tăng khả năng chống chịu (Ozanne & ctg., 2022). Ở bối cảnh gắn kết họ hàng/đồng hương, vốn xã hội dựa trên gia tộc giúp doanh nghiệp bị thiệt hại ít hơn và hồi phục nhanh hơn (Liu & ctg., 2023); bằng chứng về doanh nghiệp gia đình trong khủng hoảng cũng củng cố vai trò "che chở" này (Jarchow & ctg., 2023).

Về cơ chế tri thức, CSC làm tăng đồng thuận/ngôn ngữ chung, nâng chất lượng tri thức và năng lực đổi mới, từ đó cải thiện tiêu thụ và hiệu quả hoạt động; quan hệ trung gian của hành vi chia sẻ tri thức đã được kiểm định (Aisjah & ctg., 2024; Zhou & ctg., 2022).

Ở cấp độ sản phẩm, chuỗi cung ứng nhận thức (cognitive SC) thúc đẩy kết quả phát triển sản phẩm mới thông qua khả năng hấp thụ tri thức và năng lực đổi mới (Zirena-Bejarano & ctg., 2024). Nhờ mạng lưới rộng, đa dạng cùng cơ chế phối hợp minh bạch, các cơ sở phi chính thức có thể kịp thời 'đổi quy trình, đổi mẫu, đổi kênh', từ việc xin bán chịu, gom đơn đến chuyển sang trực tuyến, qua đó phục hồi nhanh chóng sau những cú sốc như Covid-19 (Ozanne & ctg., 2022; Pham & ctg., 2023; Tran & ctg., 2024).

### *2.4. Các giải thuyết và mô hình nghiên cứu*

#### *2.4.1. Các giả thuyết*

Vốn xã hội cấu trúc giúp doanh nghiệp mở rộng kênh tiếp cận thông tin thị trường và cơ hội, từ đó nâng chất lượng quyết định; đồng thời tăng chia sẻ tri thức với đối tác để cải thiện

hiệu quả vận hành (Aisjah & ctg., 2024; Mishchuk & ctg., 2022). Trong bối cảnh rủi ro, các liên kết bên ngoài hỗ trợ ổn định vốn lưu động giúp giảm thiếu hụt thanh khoản và duy trì doanh số; đồng thời tăng khả năng tiếp cận tín dụng cả chính thức lẫn phi chính thức (Dang & ctg., 2023). Tuy nhiên, hiệu quả này phụ thuộc vào cấu trúc mạng lưới, có thể suy giảm khi mạng lưới quá gắn kết, kém linh hoạt (Tran & ctg., 2024). Dựa trên những lập luận trên, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

*H1: Chiều cấu trúc của vốn trí tuệ (structural capital) có tác động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh, được đo lường thông qua các chỉ số tài chính*

Vốn xã hội quan hệ tạo cơ chế chuyển hóa trực tiếp thành kết quả tài chính tốt hơn thông qua niềm tin và ràng buộc xã hội qua đó nâng hiệu quả kinh doanh (Aisjah & ctg., 2024; Mishchuk & ctg., 2022). Đồng thời, mạng lưới quan hệ giúp nới lỏng ràng buộc vốn nhờ tín dụng phi chính thức khi gặp cú sốc và mở rộng tín dụng thương mại để ổn định biên lợi nhuận (Dang & ctg., 2023). Ngoài ra, doanh nghiệp còn cải tiến sản phẩm, mở rộng kênh bán và tìm khách hàng mới, từ đó tăng doanh thu (Mishchuk & ctg., 2022; Tran & ctg., 2024), góp phần nâng thành quả kinh tế của khu vực phi chính thức (Sultana & ctg., 2022). Tuy nhiên, quan hệ quá dày có thể tạo hệ quả ngược như suy giảm danh tiếng và kìm hãm cải tiến (Ko & ctg., 2025).

*H2: Vốn xã hội quan hệ có tác động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh, được phản ánh qua các chỉ số tài chính*

Vốn xã hội nhận thức giúp giảm chi phí phối hợp và làm tri thức luân chuyển hiệu quả; thông qua chia sẻ tri thức, hiệu quả doanh nghiệp được cải thiện và tạo nền cho kết quả tài chính tốt hơn (Aisjah & ctg., 2024; Mishchuk & ctg., 2022). Sự đồng thuận với khách hàng/nhà cung ứng còn gia tăng tin cậy, hỗ trợ mở rộng tín dụng thương mại và điều phối chuỗi cung ứng, qua đó ổn định vốn lưu động và biên lợi nhuận; đồng thời, chuẩn mực cộng đồng giúp doanh nghiệp tiếp cận tín dụng phi chính thức khi gặp cú sốc để bảo toàn dòng tiền và doanh thu (Boudreaux & ctg., 2022). Bên cạnh đó, nền tảng nhận thức chung thúc đẩy năng lực động và đổi mới, qua đó cải thiện doanh thu và lợi nhuận (Tran & ctg., 2024). Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

*H3: Vốn xã hội nhận thức có tác động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh, được phản ánh qua các chỉ số tài chính*

Mạng lưới liên kết rộng giúp doanh nghiệp tiếp cận tri thức chất lượng và lan tỏa ý tưởng mới, từ đó nâng hiệu quả đổi mới sản phẩm và các kết quả phi tài chính (Zhou & ctg., 2022). Đồng thời, mạng lưới này hỗ trợ chuyển hóa vốn xã hội thành năng lực phục hồi cũng như kích hoạt tín dụng thương mại và cơ chế hỗ trợ lẫn nhau để ổn định giao hàng và chất lượng dịch vụ (Ersahin & ctg., 2024; Ozanne & ctg., 2022; Tran & ctg., 2024). Vốn xã hội cấu trúc còn cải thiện hiệu quả phi tài chính (Aisjah & ctg., 2024). Tuy nhiên, nếu mạng lưới quá dày và khép kín, chi phí phối hợp tăng và tính linh hoạt giảm, có thể làm suy giảm kết quả phi tài chính (Zhou & ctg., 2022). Dựa trên những lập luận trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

*H4: Vốn xã hội cấu trúc có tác động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh, được phản ánh qua các chỉ số phi tài chính*

Các mối quan hệ trong mạng lưới có thể nâng chất lượng tri thức và qua đó cải thiện kết quả phi tài chính (Zhou & ctg., 2022). Thông qua năng lực động, chúng còn giúp doanh nghiệp duy trì dịch vụ, vượt qua cú sốc kinh tế và bảo toàn trải nghiệm khách hàng (Aisjah & ctg., 2024; Liu & ctg., 2023; Ozanne & ctg., 2022). Tuy nhiên, khi mật độ quan hệ quá cao, hiệu quả phi tài chính có thể suy giảm do chi phí phối hợp và ràng buộc gia tăng (Zhou & ctg., 2022). Từ các lập luận trái chiều và bối cảnh Việt Nam, nghiên cứu đề xuất giả thuyết H5 như sau:

*H5: Vốn xã hội quan hệ có tác động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh, được phản ánh qua các chỉ số phi tài chính*

Đối với doanh nghiệp nhỏ, tầm nhìn chung và ngôn ngữ chung trong mạng lưới giúp tăng mức độ hiểu nhau, chuẩn hóa kỳ vọng và nâng chất lượng tri thức, qua đó cải thiện các kết quả phi tài chính như chất lượng sản phẩm/dịch vụ, danh tiếng và sự hài lòng của khách hàng (Sánchez-García & ctg., 2023). Tác động tích cực của vốn xã hội nhận thức có thể suy giảm nếu thiếu gắn kết hành vi để chuyển "ý nghĩa chung" thành hợp tác thực chất (Zirena-Bejarano & ctg., 2024). Từ đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết H6 như sau:

*H6: Vốn xã hội nhận thức có tác động tích cực đến kết quả hoạt động kinh doanh, được phản ánh qua các chỉ số phi tài chính*

Doanh nghiệp hoạt động lâu năm thường tích lũy kinh nghiệm quản trị, mở rộng mạng lưới quan hệ, nâng cao khả năng thích ứng thị trường và đổi mới, nhờ đó cải thiện doanh thu và các kết quả phi tài chính (Jarchow & ctg., 2023). Đồng thời, loại hình doanh nghiệp (hộ cá thể, tư nhân, TNHH, cổ phần, …) phản ánh khác biệt về khả năng tiếp cận vốn, cấu trúc tổ chức và năng lực quản trị, qua đó ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả tài chính và phi tài chính (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2022; Tổng cục Thống kê, 2021). Dựa trên những lập luận trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

*H7a: Số năm tồn tại, ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh tài chính của doanh nghiệp mặt tài chính và phi chính thức*

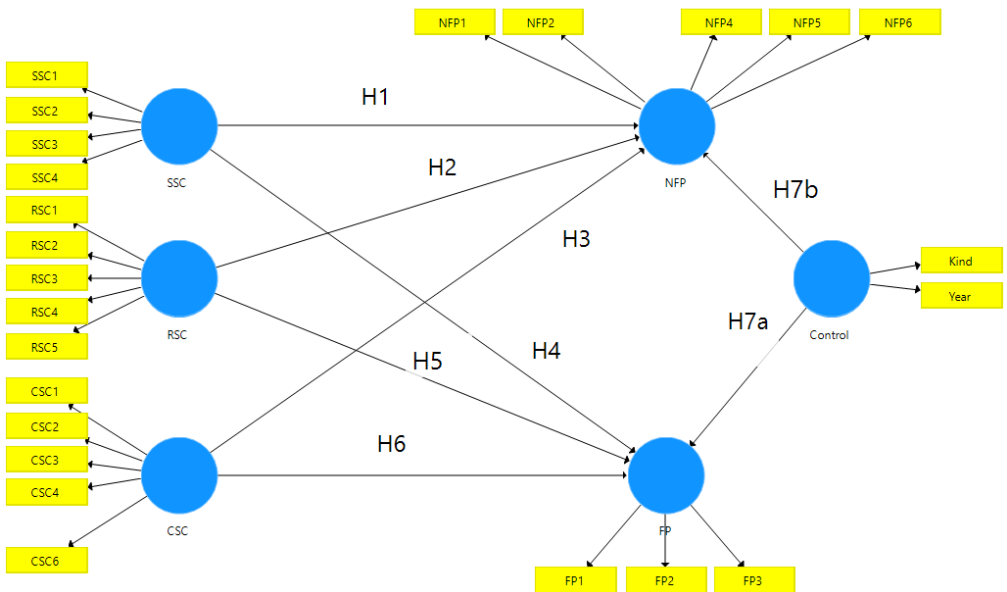
*H7b: Loại hình doanh nghiệp ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh phi tài chính của doanh nghiệp mặt tài chính và phi chính thức*

*2.4.2. Mô hình nghiên cứu*

Dựa trên nghiên cứu gần đây của Dai và cộng sự (2015); Agyapong và cộng sự (2017) và Akintimehin và cộng sự (2019), tác giả thiết lập mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa vốn xã hội và kết quả kin h doanh trong khu vực phi chính thức (Hình 1).

**Hình 1**

*Mô Hình Nghiên Cứu*




*Ghi chú.* Nhóm tác giả đề xuất (2025)

**Bảng 1**

*Mô Tả các Biến trong Mô Hình*

| Số TT | Tên biến | Mô tả | Ghi chú |
|---|---|---|---|
| 1 | Year | Số năm tồn tại của doanh nghiệp, tính từ năm làm việc đến năm 2024 | |
| 2 | Kind | Các loại hình doanh nghiệp phi chính thức (GSO, 2016) | |
| 3 | FP | Sử dụng thang đo likert (hoàn toàn không đồng ý = 1; hoàn toàn đồng ý = 5) | |
| 4 | NFP | Sử dụng thang đo likert (hoàn toàn không đồng ý = 1; hoàn toàn đồng ý = 5) | |
| 5 | Vốn xã hội cấu trúc | Mạng lưới quan hệ, tần suất tương tác, quy mô và chất lượng kết nối | |
| 6 | Vốn xã hội quan hệ | Mức độ tin cậy, hỗ trợ, hợp tác, sự trao đổi tài nguyên giữa các bên | |
| 7 | Vốn xã hội nhận thức | Chia sẻ giá trị, niềm tin chung, mục tiêu chung trong cộng đồng/doanh nghiệp | |

*Ghi chú.* Tác giả tổng hợp (2025)

### *2.5. Đo lường các biến*

Phần này bao gồm thảo luận về đo lưởng các biến độc lập, biến phụ thuộc và biến kiểm soát được áp dụng trong nghiên cứu này.

*Biến độc lập:*

Vốn xã hội được đo bằng ba thành phần: cấu trúc (SSC), quan hệ (RSC) và nhận thức (CSC). Trên thang Likert 5 điểm (1 = hoàn toàn không đồng ý … 5 = hoàn toàn đồng ý). SSC phản ánh quy mô/đa dạng mạng lưới, tần suất/kênh tương tác và mức độ kết nối giúp tiếp cận thông tin, tài nguyên, cơ hội (Pham & ctg., 2023), mở rộng và cụ thể hóa nền tảng lý thuyết của Nahapiet và Ghoshal (1998). RSC nhấn mạnh niềm tin, hỗ trợ, hợp tác và cam kết (Ersahin & ctg., 2024; Liu & ctg., 2023). CSC phản ánh đồng thuận về giá trị/niềm tin/mục tiêu và ngôn ngữ chung, qua đó nâng chất lượng tri thức và năng lực đổi mới (Aisjah & ctg., 2024) và tác động của vốn nhận thức lên đổi mới/sản phẩm mới (Zhou & ctg., 2022).

*Biến phụ thuộc:*

Kết quả tài chính (FP) gồm doanh thu, tăng trưởng, lợi tức/hiệu suất và mức độ sinh lời; kết quả phi tài chính (NFP) gồm chất lượng sản phẩm/dịch vụ, hài long, trung thành khách hàng, đổi mới và vị thế cạnh tranh. Các thang đo chủ quan theo so sánh "năm nay so với năm trước" trên thang 5 điểm được áp dụng (Ozanne & ctg., 2022; Pham & ctg., 2023).

*Biến kiểm soát:*

Tuổi đời và loại hình kinh doanh được đưa vào để gia tăng độ chính xác mô hình: doanh nghiệp lớn tuổi thường có kinh nghiệm/quy trình tốt hơn, đặc biệt trong khủng hoảng (Jarchow & ctg., 2023); đồng thời, sự gắn kết cộng đồng/doanh nghiệp gia đình hay nhóm "clan" có thể làm thay đổi cách SC chuyển hóa thành kết quả (Liu & ctg., 2023). Việc kiểm tra các giả định kinh tế lượng tuân theo hướng dẫn kinh điển (Gujarati & Porter, 2009).

## 3. Phương pháp nghiên cứu

### *3.1. Phương pháp nghiên cứu*

Mục tiêu của nghiên cứu là kiểm định tác động của ba chiều vốn xã hội: cấu trúc, quan hệ và nhận thức, đến kết quả hoạt động kinh doanh của các đơn vị trong khu vực phi chính thức, bao gồm kết quả tài chính và phi tài chính. Để phù hợp với mục tiêu đo lường và kiểm định mối quan hệ tại một thời điểm mà không can thiệp vào đối tượng, nghiên cứu áp dụng thiết kế khảo sát dữa liệu chéo; ưu điểm là thu thập dữ liệu nhanh và khả thi trong bối cảnh thực địa, nhưng hạn chế là khó quan sát xu hướng theo thời gian và không mạnh về suy luận nhân - quả (Sedgwick, 2014).

Về phân tích, nghiên cứu lựa chọn PLS-SEM vì phù hợp trong mô hình có các yếu tố (i) mô hình có nhiều cấu trúc tiềm ẩn và đường tác động đồng thời, (ii) mục tiêu thiên về giải thích và dự báo, và (iii) dữ liệu thực địa có thể không đáp ứng nghiêm ngặt các giả định phân phối/điều kiện mẫu như SEM hiệp phương sai; đồng thời PLS-SEM cung cấp hệ chỉ tiêu báo cáo rõ ràng cho mô hình đo lường và mô hình cấu trúc (Hair & ctg., 2022).

### *3.2. Xác định kích thước mẫu*

Để phản ánh rõ bối cảnh thực tế, nghiên cứu này lựa chọn các quận nội thành và cận trung tâm gồm Quận 1, 3, 5, 10, Phú Nhuận, Bình Thạnh và Tân Bình làm địa bàn khảo sát. Vì mật độ hoạt động sinh kế/kinh doanh phi chính thức dày đặc, tập trung đa dạng loại hình ngành nghề và hình thức mưu sinh; đồng thời là nơi các mạng lưới giao dịch diễn ra liên tục, dòng người - hàng hóa lớn khiến thông tin lan truyền nhanh và các quan hệ tương tác lặp lại với tần suất cao. Bên cạnh đó, sự hiện diện của chợ truyền thống, tuyến phố thương mại và các "điểm nóng" kinh doanh vỉa hè tạo điều kiện thuận lợi cho tiếp cận thực địa, quan sát tương tác tự nhiên và thu thập dữ liệu tại chỗ (Huynh & Le, 2025).

Cỡ mẫu được xác định theo công thức Cochran (1977) cho quần thể lớn với sai số e = 5%, mức tin cậy 95% và p = 0.5. $n_0 = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$; do quy mô tổng thể rất lớn nên hiệu chỉnh hữu hạn không làm thay đổi đáng kể, và $n_0 = \frac{1{,}96^2 x 0.25}{0.05^2} \approx 400$ chỉ báo.

Quá trình khảo sát chính diễn ra từ ngày 21/10 đến 02/12/2024. Tổng cộng thu được 632 bảng câu hỏi, sau khi loại bỏ 32 bảng không hợp lệ, mẫu hợp lệ còn lại là 600. Dữ liệu được phân tích bằng SPSS 21 nhằm đảm bảo xử lý dữ liệu và kiểm định độ tin cậy nội tại bằng Cronbach's Alpha, và phương pháp mô hình phương trình cấu trúc PLS-SEM (phiên bản 3) cho độ tin cậy/giá trị đo lường (CR, AVE, HTMT) và ước lượng ổn định (Pratono, 2018).

## 4. Kết quả nghiên cứu

### *4.1. Thống kê mô tả*

Dữ liệu thống kê cho thấy trong tổng số 600 người được khảo sát, phần lớn thuộc nhóm có thời gian làm việc từ 03 đến 04 năm, chiếm tỷ lệ cao nhất với 41%. Tiếp theo là nhóm từ 01 đến 02 năm với 31.9%, cho thấy lực lượng lao động có xu hướng trẻ hoặc mới vào nghề. Trong khi đó, nhóm có thâm niên từ 05 đến 06 năm chỉ chiếm 13%, và nhóm trên 06 năm là 14.1%. Như vậy, có đến 72.9% người tham gia khảo sát có thời gian làm việc dưới 05 năm, phản ánh thực trạng nhân sự chủ yếu là mới hoặc có kinh nghiệm trung bình. Tỷ lệ người làm việc lâu năm (trên 05 năm) chỉ chiếm khoảng 27.1%, điều này có thể cho thấy thách thức trong việc giữ chân nhân sự lâu dài hoặc đặc điểm đặc thù của ngành nghề đang được khảo sát.

**Bảng 2**

*Thời Gian Tồn Tại của Doanh Nghiệp*

| Thời gian tồn tại | Tần suất | Phần trăm | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|
| Từ 01 - 02 năm | 191 | 31.9 | 31.9 |
| Từ 03 - 04 năm | 246 | 41 | 72.9 |
| Từ 05 - 06 năm | 78 | 13 | 85.9 |
| Trên 06 năm | 85 | 14.1 | 100 |
| Total | 600 | | 100 |

*Ghi chú.* Nhóm tác giả tính toán trên số liệu thu thập

Dữ liệu thống kê cho thấy trong số 600 doanh nghiệp phi chính thức được khảo sát, loại hình phổ biến nhất là hợp tác sản xuất thủ công nhỏ lẻ, chiếm tỷ lệ cao nhất với 30.7%, tương đương 184 doanh nghiệp. Tiếp theo là kinh doanh vỉa hè, chiếm 28.5%, và hộ kinh doanh cá thể với 14.3%. Những loại hình này đều có đặc điểm chung là dễ gia nhập, chi phí thấp và thường hoạt động ngoài phạm vi quản lý chính thức của nhà nước. Bên cạnh đó, dịch vụ cá nhân như cắt tóc, sửa xe, làm móng, … cũng chiếm tỷ lệ tương đối (14.2%). Trong khi đó, các hình thức như kinh doanh online, doanh nghiệp gia đình, tổ đội lao động thời vụ, và dịch vụ vận tải cá nhân có tỷ lệ thấp hơn, dao động từ 1.7% đến 5.7%, cho thấy mức độ phổ biến hạn chế hoặc khó nhận diện rõ ràng trong khảo sát. Nhìn chung, cơ cấu loại hình doanh nghiệp phi chính thức vẫn nghiêng về các hoạt động mang tính truyền thống, lao động thủ công, quy mô nhỏ và linh hoạt, phản ánh đặc điểm của khu vực kinh tế phi chính thức tại Việt Nam.

**Bảng 3**

*Thống Kê Loại Hình Doanh Nghiệp Tham Gia Khảo Sát*

| Mã loại hình | Loại hình doanh nghiệp | Tần suất (Frequency) | Tỷ lệ (%) | Tỷ lệ tích lũy (%) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Hộ kinh doanh cá thể | 86 | 14.30% | 14.30% |
| 2 | Kinh doanh vỉa hè | 171 | 28.50% | 42.80% |
| 3 | Hợp tác sản xuất thủ công nhỏ lẻ | 184 | 30.70% | 73.50% |
| 4 | Dịch vụ cá nhân | 85 | 14.20% | 87.70% |
| 5 | Kinh doanh online | 34 | 5.70% | 93.30% |
| 6 | Doanh nghiệp gia đình | 17 | 2.80% | 96.20% |
| 7 | Tổ đội lao động thời vụ | 10 | 1.70% | 97.80% |
| 8 | Dịch vụ vận tải cá nhân | 13 | 2.20% | 100.00% |
| **Tổng** | | **600** | **100.00%** | **100** |

*Ghi chú.* Nhóm tác giả tính toán trên số liệu thu thập

### *4.2. Đánh giá sự nhất quán và độ tin cậy*

Cronbach's Alpha dao động từ 0.797 - 0.830 (≥ 0.70), rho A 0.806 - 0.866, và Composite Reliability 0.867 - 0.885 (nằm trong ngưỡng khuyến nghị 0.70 - 0.95), phản ánh tính nhất quán nội tại tốt. Về hội tụ, AVE đạt 0.596 - 0.720 (tất cả > 0.50), trong đó FB = 0.720 rất tốt; CSC = 0.631 và SSC = 0.620 đều vượt ngưỡng; RSC = 0.596 sát ngưỡng nhưng vẫn chấp nhận. Như vậy, bốn cấu trúc FB, CSC, SSC, RSC đủ tin cậy để đưa vào ước lượng mô hình cấu trúc.

**Bảng 4**

*Kết Quả Phân Tích Độ Tin Cậy và Hội Tụ*

| | Cronbach's Alpha | Rho_A | Composite Relliability | Average Varince Extract |
|---|---|---|---|---|
| FB | 0.807 | 0.866 | 0.885 | 0.720 |
| CSC | 0.805 | 0.807 | 0.872 | 0.631 |
| SSC | 0.797 | 0.806 | 0.867 | 0.620 |
| RSC | 0.830 | 0.833 | 0.880 | 0.596 |

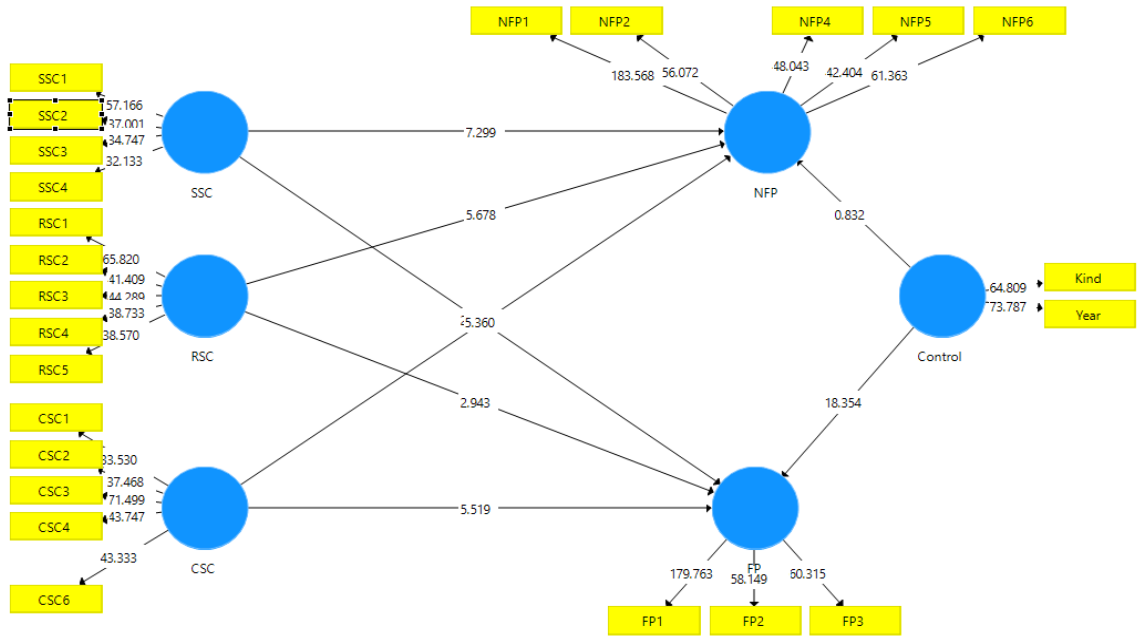
*Ghi chú.* Nhóm tác giả tính từ PLS-SEM (2025)

Chỉ số VIF (Variance Inflation Factor) giúp đánh giá mức độ đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình hồi quy. Theo Gujarati và Porter (2009), VIF < 5 cho thấy đa cộng tuyến không đáng kể. Dữ liệu cho thấy tất cả biến đều có VIF < 5, trong đó NFP1 có giá trị cao nhất (4.042) nhưng vẫn trong ngưỡng chấp nhận được. Các biến khác như CSC4, FP1, Kind đều có VIF thấp (dưới 3), cho thấy mô hình ổn định. Như vậy, hiện tượng đa cộng tuyến không gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến kết quả phân tích hồi quy.

### *4.3. Phân tích kết quả hồi quy*

**Hình 2**

*Tác Động giữa Vốn Xã Hội và Kết Quả Kinh Doanh (Mặt Tài Chính và Phi Tài Chính) Có Biến Kiểm Soát*




*Ghi chú.* PLS-SEM (2025)

Kết quả PLS (Hình 2; Bảng 5) cho thấy vốn xã hội là nguồn lực then chốt của khu vực phi chính thức, không chỉ cải thiện kết quả tài chính mà còn tác động mạnh hơn lên kết quả phi tài chính.

Về mặt lý thuyết, ba chiều vốn xã hội có vai trò bổ sung lẫn nhau. Vốn xã hội nhận thức (CSC) tạo sự đồng thuận và thúc đẩy chia sẻ tri thức, từ đó nâng cao chất lượng quyết định và vận hành (Aisjah & ctg., 2024; Zhou & ctg., 2022). Vốn xã hội quan hệ (RSC) dựa trên niềm tin và chuẩn mực xã hội, giúp giảm chi phí giao dịch, cải thiện khả năng điều phối, tối ưu hóa tín dụng thương mại và tăng cường khả năng chống chịu của chuỗi cung ứng (Ersahin & ctg., 2024). Trong khi đó, vốn xã hội cấu trúc (SSC) mở rộng các liên kết và kênh thông tin, rút ngắn thời gian phản hồi thị trường, đồng thời hỗ trợ đổi mới, marketing và phát triển năng lực động cũng như đổi mới mở (Pham & ctg., 2023; Tran & ctg., 2024).

Về thực tiễn, doanh nghiệp nên ưu tiên nâng kết quả phi tài chính bằng cách xây chuẩn mực chia sẻ tri thức, củng cố niềm tin với đối tác và mở rộng mạng lưới đa dạng. Trong bối cảnh Việt Nam, mạng lưới niềm tin còn giúp duy trì dòng tiền qua bán chịu/mua chịu và tín dụng phi chính thức khi có cú sốc (Dang & ctg., 2023; Liu & ctg., 2023).

**Bảng 5**

*Mối Tương Quan của SC với FP và NFP*

| | **Original Sample (O)** | **Sample Mean (M)** | **Standard Deviation (STDEV)** | **T Statistics** | **P Values** | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| CSC → FP | 0.188 | 0.188 | 0.034 | 5.519 | 0 | Chấp nhập H1 |
| CSC → NFP | 0.211 | 0.212 | 0.039 | 5.36 | 0 | Chấp nhập H4 |
| Control → FP | 0.548 | 0.547 | 0.03 | 18.354 | 0 | Chấp nhập H7a |
| Control → NFP | 0.034 | 0.034 | 0.041 | 0.832 | 0.405 | Bác bỏ H7b |
| RSC → FP | 0.098 | 0.098 | 0.033 | 2.943 | 0.003 | Chấp nhập H2 |
| RSC → NFP | 0.207 | 0.208 | 0.036 | 5.678 | 0 | Chấp nhập H5 |
| SSC → FP | 0.083 | 0.084 | 0.036 | 2.328 | 0.02 | Chấp nhập H3 |
| SSC → NFP | 0.285 | 0.285 | 0.039 | 7.299 | 0 | Chấp nhập H6 |

*Ghi chú.* Kết quả phân tích mô hình PLS (2025)

## 5. Kết luận kết quả, đóng góp và hàm ý quản trị

### *5.1. Kết luận*

Kết quả nghiên cứu ở Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy doanh thu về mặt tài chính cả ba chiều vốn xã hội-RSC, SSC, CSC đều cải thiện doanh thu, lợi nhuận và ROA. Trước hết, RSC tạo điều kiện cho tín dụng thương mại hai chiều và tiếp cận tín dụng phi chính thức, giúp doanh nghiệp phi chính thức duy trì dòng tiền, giảm chi phí thiếu hụt thanh khoản và cải thiện biên lợi nhuận/ROA trong bối cảnh biến động (Dang & ctg., 2023). Mạng lưới và cơ chế kết nối chính thức mở rộng kênh bán và tín hiệu thị trường, đẩy nhanh vòng quay tài sản tạo nên doanh thu cho doanh nghiệp (Pham & ctg., 2023). Ngôn ngữ, mục tiêu chung tăng chất lượng phối hợp và tối ưu "mix" sản phẩm, từ đó củng cố lợi nhuận một cách bền vững; cơ chế này được hỗ trợ bởi vai trò trung gian của chia sẻ tri thức (Aisjah & ctg., 2024).

Về mặt phi tài chính, trước hết, mạng lưới rút ngắn thời gian phản hồi thị trường, chuẩn hóa luồng thông tin và quy trình, qua đó nâng thị phần cảm nhận, chất lượng vận hành và tốc độ ra mắt sản phẩm (Pham & ctg., 2023). Ngôn ngữ tạo "đồng thuận hành động", giúp chia sẻ hiểu biết ngầm từ đó cải thiện đổi mới, chất lượng dịch vụ và hài lòng khách hàng (Zhou & ctg., 2022). Niềm tin, chuẩn mực củng cố hợp tác nội bộ và giữa các đối tác, làm trơn tru phối hợp, nâng độ tin cậy và trung thành của khách, đồng thời gia tăng khả năng chống chịu tổ chức trong bối cảnh biến động (Ozanne & ctg., 2022).

### *5.2. Đóng góp của nghiên cứu*

Nghiên cứu này địa phương hóa lý thuyết vốn xã hội ba chiều (SSC - RSC - CSC) trong bối cảnh doanh nghiệp phi chính thức tại TP.HCM, qua đó làm rõ cơ chế vận hành của vốn xã hội như một 'thể chế mềm' giúp giảm rủi ro giao dịch, thúc đẩy chia sẻ tri thức và mở rộng kết nối. Bằng cách tách biệt hiệu quả tài chính (FP) và phi tài chính (NFP), nghiên cứu khắc phục hạn chế của nhiều công trình trước đây vốn gộp hiệu quả thành thang đo tổng hợp.

Kết quả thực nghiệm cho thấy cả ba chiều SSC, RSC, CSC đều có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động, trong đó CSC nổi trội, qua đó khẳng định vai trò bổ trợ của từng chiều vốn xã hội.

Về mặt thực tiễn, nghiên cứu gắn vốn xã hội với các kênh đổi mới, marketing, chia sẻ tri thức và ổn định tài chính thông qua tín dụng thương mại/tín dụng phi chính thức, cung cấp bằng chứng và gợi ý cho doanh nghiệp cũng như nhà hoạch định chính sách trong việc khai thác vốn xã hội như một công cụ hỗ trợ phát triển bền vững.

### *5.3. Hàm ý quản trị*

Kết quả nghiên cứu khẳng định vốn xã hội là nền tảng thúc đẩy hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp phi chính thức; bằng chứng gần đây cho thấy SC nâng hiệu quả qua kênh đổi mới, marketing và khả năng thích ứng của SME tại TP.HCM (Pham & ctg., 2023), cũng như qua hành vi chia sẻ tri thức đóng vai trò trung gian (Aisjah & ctg., 2024).

Đầu tiên. để phát triển vốn xã hội nhận thức, doanh nghiệp nên xây dựng quy tắc ứng xử và chia sẻ giá trị/mục tiêu định kỳ nhằm tạo đồng thuận nội bộ, cơ chế đã được chứng thực khi CSC làm tăng chất lượng tri thức và hiệu quả đổi mới (Zhou & ctg., 2022).

Tiếp theo, cần củng cố cơ chế phản hồi hai chiều, làm việc nhóm và cố vấn nội bộ để tăng tin cậy/hợp tác; ở bối cảnh Việt Nam, mạng lưới và niềm tin còn mở lối tới tín dụng phi chính thức, giúp duy trì dòng tiền khi biến động (Dang & ctg., 2023), trong khi tín dụng thương mại là bộ đệm thanh khoản, hỗ trợ lợi nhuận/ROA và ổn định chuỗi cung ứng.

Đối với vốn xã hội cấu trúc, nên chuẩn hóa quy trình, phân công rõ ràng và dùng kênh số nội bộ (nhóm chat dùng chung) để tăng minh bạch, rút ngắn phối hợp, phù hợp bằng chứng SC kết hợp năng lực động giúp doanh nghiệp chống chịu tốt hơn và cải thiện kết quả kinh doanh (Liu & ctg., 2023; Ozanne & ctg., 2022; Tran & ctg., 2024).

### *5.4. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo*

Nghiên cứu cung cấp bằng chứng giá trị về vai trò của vốn xã hội, nhưng còn 02 hạn chế.

(1) Phạm vi chỉ ở doanh nghiệp phi chính thức tại TP.HCM nên tính khái quát hạn chế; nghiên cứu sau cần mở rộng hoặc so sánh liên vùng.

(2) Mô hình chưa xét các cơ chế trung gian/điều tiết như năng lực đổi mới, cường độ cạnh tranh hay khả năng số hóa; nghiên cứu tiếp theo nên tích hợp các biến này để làm rõ đường dẫn từ vốn xã hội đến hiệu quả tài chính và phi tài chính.

## ĐÓNG GÓP KHOA HỌC

Bài báo xác định rõ khoảng trống nghiên cứu; bài báo mở rộng hoặc bổ sung lý thuyết hiện có; bài báo đề xuất mô hình lý thuyết hoặc mô hình phân tích mới; bài báo cung cấp bộ dữ liệu mới hoặc bằng chứng thực nghiệm mới; bài báo có ý nghĩa thống kê và thực tiễn rõ ràng; bài báo đưa ra hàm ý chính sách, quản trị hoặc công nghệ; bài báo gợi mở các hướng nghiên cứu tiếp theo.

## ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

CRediT: **Lê Công Tâm**: Phần mềm, Thẩm định, Tài nguyên, Hiệu đính, Trực quan hóa, Giám sát, Quản lý dự án; **Lê Văn Phong**: Xây dựng ý tưởng, Phương pháp, Phần mềm, Phân tích, Điều tra/Thí nghiệm, Quản lý dữ liệu, Viết bản thảo ban đầu.

## TÀI TRỢ

Nghiên cứu này không nhận được bất kỳ nguồn tài trợ bên ngoài nào.

## TUYÊN BỐ KHÔNG CÓ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Các tác giả cam kết, tuyên bố không có bất kỳ xung đột lợi ích nào liên quan đến việc công bố bài báo này.

### Tài liệu tham khảo

Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management, 4*(1), Article 1309784.

Aisjah, S., Prabandari, S. P., & Wati, C. R. (2024). Social capital on firm performance: The role of knowledge sharing behavior as mediation. *Journal of Law and Sustainable Development, 12*(1), e01100.

Akintimehin, O. O., Eniola, A. A., Alabi, J., Eluyela, D. F., Okere, W., & Ozordi, E. (2019). Social capital and its effect on business performance in the Nigerian informal sector. *Heliyon, 5*(7), e02024.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư. (2022). *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2022* [Vietnam business white paper 2022]. https://www.nso.gov.vn/default/2024/01/sach-trang-doanh-nghiep-viet-nam-2022-2/

Boudreaux, C., Clarke, G., & Jha, A. (2022). Social capital and small informal business productivity: The mediating roles of financing and customer relationships. *Small Business Economics, 59*(3), 955-976.

Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology, 94*, S95-S120.

Dai, W., Mao, Z., Zhao, X., & Mattila, A. S. (2015). How does social capital influence the hospitality firm's financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities. *International Journal of Hospitality Management, 51*, 42-55. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.011

Dang, L. P. X., Hoang, V. N., Nghiem, S. H., & Wilson, C. (2023). Social capital and informal credit access: Empirical evidence from a Vietnamese household panel survey. *Empirical Economics, 65*(1), 311-340.

Ersahin, N., Giannetti, M., & Huang, R. (2024). Trade credit and the stability of supply chains. *Journal of Financial Economics, 155*, Article 103830.

General Statistics Office of Vietnam. (2016). *Report on the results of the survey on non-farm individual business establishments in Vietnam 2015*. Statistical Publishing House. https://www.nso.gov.vn/en/data-and-statistics/2019/03/results-of-a-survey-on-non-farm-individual-business-establishments-2015/

General Statistics Office of Vietnam. (2022). *Statistical yearbook of Vietnam 2021*. Statistical Publishing House. https://www.nso.gov.vn/en/data-and-statistics/2022/08/statistical-yearbook-of-2021/

General Statistics Office of Vietnam. (2024). *Report on labour force survey 2023*. Statistical Publishing House. https://www.nso.gov.vn/wp-content/uploads/2025/03/B1.-Sach-Bao-cao-LD-viec-lam-TA-Can3bo-Mar.pdf

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.) SAGE.

Huynh, N. T., & Le, T. M. H. (2025). *Informal economy in Ho Chi Minh City, Vietnam: Urban livelihoods and policy issues*. *International Development Planning Review*. https://www.researchgate.net/publication/398700652_Informal_economy_in_Ho_Chi_Minh_City_Vietnam_urban_livelihoods_and_policy_issues

International Labour Organization. (2018). *The 2016 report on informal employment in Viet Nam.* https://www.ilo.org/publications/2016-report-informal-employment-viet-nam

Jarchow, S., Kaserer, C., & Keppler, H. (2023). Family firm performance in times of crisis-New evidence from Germany. *Eurasian Business Review, 13*(3), 543-580.

Ko, Y., Chung, M.-H., & Choi, D. (2025). Too close to speak up? How group network density and status conflict affect group voice. *Behavioral Sciences, 15*(7), 926. https://doi.org/10.3390/bs15070926

Liu, L., Yang, L., & Yan, K. (2023). The power of clans: How social capital sheltered firms during the Covid-19 pandemic. *Economics Letters, 229*, Article 111224.

Mishchuk, H., Štofková, J., Krol, V., Joshi, O., & Vasa, L. (2022). Social capital factors fostering the sustainable competitiveness of enterprises. *Sustainability, 14*(19), Article 11905.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review, 23*(2), 242-266.

Ozanne, L. K., Chowdhury, M., Prayag, G., & Mollenkopf, D. A. (2022). SMEs navigating Covid-19: The influence of social capital and dynamic capabilities on organizational resilience. *Industrial Marketing Management, 104*, 116-135.

Pham, M. V., Tu, V. B., & Nguyen, D. K. L. (2023). How social capital affects innovation, marketing and entrepreneurial orientation: The case of SMEs in Ho Chi Minh (Vietnam). *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *12*(1), Article 81.

Pratono, A. H. (2018). Does firm performance increase with risk-taking behavior under information technological turbulence? *The Journal of Risk Finance*, *19*(4), 361-378.

Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. https://www.researchgate.net/publication/270883448_SmartPLS_3

Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., Martínez-Falcó, J., & Poveda-Pareja, E. (2023). Cognitive social capital for knowledge absorption in specialized environments: The path to innovation. *Heliyon*, *9*, e14223.

Sedgwick, P. (2014). Cross-sectional studies: Advantages and disadvantages. *The British Medical Journal (BMJ)*, *348*, Article g2276.

Sultana, N., Rahman, M. M., & Khanam, R. (2022). Informal sector employment and economic growth: Evidence from developing countries in SDG perspective. *Sustainability, 14***(**19), Article 11989.

Tổng cục Thống kê. (2016). *Báo cáo lao động phi chính thức năm 2016 (Báo cáo thống kê)* [2016 Informal labor report (Statistical report)]. https://www.nso.gov.vn/wp-content/uploads/2019/03/Bao-cao-phi-chinh-thuc-2016_Viet_in.pdf

Tổng cục Thống kê. (2021). *Tổng điều tra kinh tế năm 2021* [2021 economic census]. https://tongdieutrakinhte2021.gso.gov.vn/

Tran, V. D., Nguyen, V. P., & Dinh, T. T. N. (2024). Exploring the impact of social capital on business performance: The role of dynamic capabilities, open innovation and government support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *10*(4), Article 100416.

Zhou, X., Min, M., & Zhang, Z. (2022). Research on the social capital, knowledge quality and product innovation performance of knowledge-intensive firms in China. *Frontiers in Psychology*, *13*, Article 946062.

Zirena-Bejarano, P. P., Zirena, E. M. C., & Malaga, A. K. C. (2024). Cognitive social capital and new product performance: Indirect effect of potential absorptive and innovation capacity: A tourism-based study. *European Journal of Management and Business Economics*, *35*(3), 300-318.

© 2026 The Author(s). Published by Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và Quản trị Kinh doanh. This article is licensed under CC BY-NC 4.0.