

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN XÃ HỘI ĐẾN ĐỔI MỚI VÀ HIỆU QUẢ CHUỖI CUNG ỨNG

THE EFFECT OF SOCIAL CAPITAL ON SUPPLY CHAIN INNOVATION AND SUPPLY CHAIN PERFORMANCE

Vũ Đình Khoa*, Nguyễn Thị Mai Anh

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này là tìm hiểu tác động của các khía cạnh khác nhau của vốn xã hội (vốn cấu trúc, nhận thức và quan hệ) đến khả năng đổi mới và hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng. Nghiên cứu dựa trên dữ liệu khảo sát của 121 công ty tại Hà Nội và Bắc Ninh, giả thuyết nghiên cứu được kiểm định bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra rằng hai khía cạnh của vốn xã hội (vốn cấu trúc và nhận thức) có tác động tích cực đến đổi mới và hiệu quả chuỗi cung ứng. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy khả năng đổi mới chuỗi cung ứng đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và hiệu quả chuỗi cung ứng. Các kết quả của nghiên cứu này có ý nghĩa thiết thực đối với cả lý thuyết và thực tiễn, hỗ trợ các doanh nghiệp trong chuỗi cải thiện hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng bằng cách kết hợp vốn cấu trúc, quan hệ và nhận thức với đổi mới, hiệu quả chuỗi cung ứng.

Từ khóa: Vốn xã hội, đổi mới, sáng tạo, hiệu quả chuỗi cung ứng.

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate the impact of different social capital dimensions (i.e., structural, cognitive and relational capital) on supply chain innovation supply chain performance. This study is based on the data of 121 companies in Hanoi and Bac Ninh, the research hypotheses are tested by structural equation model (SEM). Empirical results show that two dimensions of social capital (structural and cognitive capital) have positive impacts on supply chain innovation and innovation has positive impact on supply chain performance. In addition, the findings reveal that supply chain innovation plays a mediating role in the relationship between social capital dimensions and supply chain performance.

Keywords: Social capital, supply chain performance, innovation, supply chain relationship.

Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

*Email: khoa.hau@gmail.com

Ngày nhận bài: 10/01/2020

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 05/6/2020

Ngày chấp nhận đăng: 24/6/2020

1. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh thị trường cạnh tranh và hội nhập nền kinh tế toàn cầu, hàng ngày chuỗi cung ứng phải đối mặt với những rủi ro phát sinh từ sự thay đổi nhu cầu cao, vòng đời ngắn, sự cố hệ thống thông tin và tranh chấp công nghiệp [7]. Những rủi ro đó có thể ảnh hưởng xấu đến hiệu quả hoạt động chuỗi cung ứng [5]. Nhận thức được những

mối đe dọa này, các doanh nghiệp và nhà nghiên cứu đang ngày càng tập trung vào việc xây dựng, phát triển khả năng đổi mới sáng tạo nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng.

Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng, vốn xã hội được coi là yếu tố tích cực thúc đẩy các công ty hợp tác với nhau trong chuỗi cung ứng tạo ra các giá trị lớn hơn cho khách hàng và tạo ra lợi nhuận cho các doanh nghiệp trong chuỗi [4, 18, 20]. Vốn xã hội được coi là nguồn lực quý giá của các doanh nghiệp, thể hiện "giá trị cốt lõi của các mạng lưới xã hội" [22]. Theo nghiên cứu của Tsai và Ghoshal [31] vốn xã hội bao gồm nhiều khía cạnh như bối cảnh, quan hệ mạng, giá trị và quan hệ tin cậy. Những khía cạnh này phản ánh ba thành phần chính của vốn xã hội: vốn cấu trúc, vốn quan hệ và vốn nhận thức. Trên thực tế, có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng, các công ty có thể sử dụng vốn xã hội nhằm đổi mới và nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng [5]. Mặc dù tầm quan trọng của vốn xã hội đối với khả năng đổi mới và hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng đã được rất nhiều nhà nghiên cứu quan tâm, tuy nhiên hầu hết các nghiên cứu đều tiếp cận vốn xã hội như một khối đồng nhất, rất ít nghiên cứu tìm hiểu tác động của vốn xã hội thông qua các thành phần khác nhau của vốn xã hội [23, 24]. Việc nghiên cứu vốn xã hội như một khối đồng nhất hoặc chỉ dựa vào một trong ba thành phần đã được đề cập ở trên sẽ tạo ra một góc nhìn không hoàn chỉnh về tác động của vốn xã hội đối với hiệu quả của chuỗi cung ứng [13]. Đây cũng là lý do nhóm tác giả nghiên cứu ảnh hưởng của ba khía cạnh của vốn xã hội đối với khả năng đổi mới và hiệu quả của chuỗi cung ứng. Việc nghiên cứu ảnh hưởng của ba khía cạnh của vốn xã hội đến đổi mới và hiệu quả trong chuỗi cung ứng sẽ đem lại một bức tranh tổng thể hơn về tác động của vốn xã hội chứ không chỉ dừng lại ở một lát cắt như vốn xã hội quan hệ như các nghiên cứu trước đây. Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng làm rõ vai trò trung gian của khả năng đổi mới chuỗi cung ứng trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và hiệu quả chuỗi cung ứng, điều mà các nghiên cứu về vốn xã hội trước đây ở Việt Nam chưa làm được.

Mục đích của nghiên cứu này là nghiên cứu tác động của ba loại vốn xã hội khác đối với khả năng đổi mới của các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng nhằm cải thiện hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng. Nghiên cứu được

tiến hành dựa trên phân tích dữ liệu khảo sát tại 121 công ty tại 2 tỉnh Hà Nội và Bắc Ninh - Việt Nam. Kết quả cho thấy vốn cấu trúc và nhận thức là nguồn cung cấp khả năng đổi mới và khả năng đổi mới chuỗi cung ứng là một trung gian trong mối liên kết giữa các khía cạnh này và hiệu quả chuỗi cung ứng. Những phát hiện này không chỉ giúp giải thích làm thế nào ba khía cạnh của vốn xã hội tăng cường khả năng đổi mới chuỗi cung ứng mà còn tiết lộ cơ chế trong đó vốn xã hội có thể tăng cường hiệu quả chuỗi cung ứng.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Các khái niệm nghiên cứu

Vốn xã hội

Vốn xã hội đóng một vai trò quan trọng trong việc giải thích bản chất của kết nối và hợp tác [4, 11] được sử dụng để quản lý xung đột giữa các đối tác. Nhiều công trình nghiên cứu chỉ ra rằng vốn xã hội giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng có thể hoạt động như một tài sản thúc đẩy tích lũy, đầu tư, đổi mới sáng tạo trong chuỗi cung ứng để chống lại sự gián đoạn bất ngờ [13] và cải thiện hiệu quả chuỗi cung ứng [20]. Tsai và Ghoshal [31] định nghĩa vốn xã hội là tổng cộng các nguồn lực tiềm năng và hiện thực gắn chặt bên trong, sẵn có, có thể sử dụng thông qua và xuất phát từ mạng lưới các mối quan hệ sở hữu bởi cá nhân hay đơn vị xã hội. Nahapiet & Ghoshal [22] cho rằng vốn xã hội là nguồn lực quý giá của các công ty và được tích lũy khi tham gia vào các mạng lưới quan hệ và phân chia vốn xã hội thành ba loại chính: Vốn xã hội cấu trúc (gọi tắt là vốn cấu trúc), vốn xã hội quan hệ (gọi tắt là vốn quan hệ) và vốn xã hội nhận thức (gọi tắt là vốn nhận thức).

Vốn cấu trúc: Theo [22], kích thước cấu trúc của vốn xã hội đề cập đến sự tương tác xã hội giữa các bên. Nó liên quan đến vấn đề bạn làm việc với ai và cách bạn làm việc với họ. Vốn cấu trúc thường phản ánh hai yếu tố là cấu trúc của mạng lưới và mức độ tương tác của mạng lưới [31]. Cấu trúc mạng thường liên quan đến sự tồn tại của các nhân tố trong mạng lưới được tạo ra nhằm một mục đích nào đó [8]. Cấu trúc ảnh hưởng đến tốc độ khuếch tán thông tin [4]. Mức độ tương tác của mạng lưới liên quan đến sức mạnh của sự liên kết và tương tác giữa các công ty [15]. Mức độ tương tác thể hiện mức độ các doanh nghiệp trong mạng lưới có quyền truy cập vào các tài nguyên khác nhau mà các doanh nghiệp có thể khai thác để cải thiện hiệu quả hoạt động của họ. Các doanh nghiệp cũng có thể sử dụng cấu trúc mạng xã hội tương tác chặt chẽ với các đối tác để có được các thông tin đầy đủ [22]. Vốn cấu trúc được coi là nền tảng của mối quan hệ chuỗi cung ứng có thể tạo niềm tin cho các doanh nghiệp trong các hoạt động trao đổi kinh tế [36].

Vốn quan hệ: Trái ngược với vốn cấu trúc, vốn quan hệ đề cập đến giá trị bắt nguồn từ các mối quan hệ [31]. Những giá trị này bao gồm niềm tin, tình bạn, sự tôn trọng và có đi có lại được phát triển thông qua sự tương tác giữa các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng [21]. Trong nghiên cứu quản lý chuỗi cung ứng, niềm tin được xem là một thành phần chính của vốn quan hệ [31]. Nó có thể được hiểu là sức mạnh của các mối quan hệ, góp phần loại bỏ

các hành vi cơ hội và tăng cường giao tiếp giữa các doanh nghiệp, chia sẻ tài nguyên và hỗ trợ lẫn nhau [8]. Vốn quan hệ có thể chuyển đổi mối quan hệ giữa các nhà cung cấp và người mua từ quan hệ đối tác với lợi ích riêng thành quan hệ cộng tác, trở thành các thành viên của một cộng đồng có chung lợi ích [33].

Vốn nhận thức: Vốn nhận thức đề cập đến các hệ thống chia sẻ về ý nghĩa và tầm nhìn [31]. Vốn nhận thức được biểu hiện bằng cách chia sẻ, thấu hiểu lẫn nhau, đại diện cho các câu chuyện được chia sẻ giữa các tác nhân riêng lẻ như giá trị chung, văn hóa, mục tiêu và mục tiêu. Theo [22], vốn nhận thức là một yếu tố thiết yếu để tạo thuận lợi cho việc giao tiếp và hiểu biết lẫn nhau giữa các doanh nghiệp [8, 22]. Trong mối quan hệ chuỗi cung ứng, vốn xã hội nhận thức liên quan đến giá trị chung, văn hóa, mục tiêu và mục tiêu là điều kiện tiên quyết để tập trung nỗ lực chung từ cả hai bên [30].

Đổi mới chuỗi cung ứng

Đổi mới chuỗi cung ứng được định nghĩa là những cải tiến trong cách thức hoạt động của chuỗi cung ứng, cụ thể hơn là cách thức vận hành chuỗi liên quan đến sản phẩm, thông tin, công việc và dòng tiền (và được lưu trữ tạm thời) trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Hiệu quả hoạt động chuỗi cung ứng (Hiệu quả chuỗi cung ứng)

Hiệu quả chuỗi cung ứng là một động lực quan trọng của hiệu quả tổ chức và thị trường liên quan đến việc giảm chi phí, tăng cường trong thời gian chu kỳ [29]. Hiệu quả chuỗi cung ứng được định nghĩa là những lợi ích có được từ các hoạt động hợp tác chuỗi cung ứng. Một chuỗi cung ứng hoạt động hiệu quả sẽ giúp thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ, phục vụ khách hàng tốt hơn và đem lại lợi ích vượt trội cho các bên liên quan (Singhry và Abd Rahman, 2019). Trong quản lý chuỗi cung ứng, hiệu quả chuỗi cung ứng được đánh giá thông qua giảm chi phí giao dịch, sự hài lòng của khách hàng, tính kịp thời của việc giao hàng và hiệu quả kinh doanh [34].

2.2. Xây dựng giả thuyết nghiên cứu

Các nghiên cứu trong lĩnh vực quản lý chuỗi cung ứng chỉ ra rằng vốn xã hội là yếu tố quan trọng giúp tăng cường mối quan hệ giữa các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng [4]. Trong đó, vốn cấu trúc được coi là mô hình kết nối giữa các doanh nghiệp [22], tạo ra cơ hội hợp tác và học hỏi lẫn nhau cho các doanh nghiệp trong chuỗi [18]. Ponomarev và Holcomb [26] cho rằng mối quan hệ mạng lưới và cấu trúc mạng của chuỗi cung ứng có mối quan hệ tích cực đến việc tăng cường năng lực đổi mới trong chuỗi cung ứng. Sự tồn tại của các mạng lưới và tương tác xã hội giúp doanh nghiệp tăng cường khả năng học hỏi lẫn nhau. Một doanh nghiệp có thể chia sẻ thông tin và học hỏi từ những kinh nghiệm quá khứ của đối tác trong mạng lưới [25]. Việc tương tác thường xuyên giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng có thể tạo ra một nhóm năng động, chủ động đối phó với sự biến đổi từ môi trường kinh doanh từ đó tạo thuận lợi cho việc tìm kiếm các ý tưởng sáng tạo mới [3]. Bên cạnh đó, sự tương tác thường xuyên giữa các thành viên trong

mạng lưới có cấu trúc chặt chẽ tạo ra cơ hội để trao đổi nguồn lực giữa các doanh nghiệp, tạo tiền đề cho đổi mới sản phẩm, dịch vụ nhằm đáp ứng tốt hơn yêu cầu của khách hàng và thị trường [14]. Dựa trên những lập luận trên, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu sau:

H1A. Vốn cấu trúc có ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới chuỗi cung ứng.

Vốn xã hội được chấp nhận rộng rãi như một nguồn lực bên ngoài giúp doanh nghiệp đạt được lợi thế cạnh tranh [31]. Các doanh nghiệp khai thác các nguồn lực khác nhau thông qua thiết lập quan hệ và học hỏi lẫn nhau. Các nghiên cứu trước đây cho rằng doanh nghiệp sẽ sẵn sàng hợp tác với nhau nếu mối quan hệ được xây dựng dựa trên nền tảng niềm tin và sự chia sẻ [18]. Trong một chuỗi cung ứng, các doanh nghiệp sẽ sẵn sàng hợp tác, chia sẻ nguồn lực để sáng tạo ra các giá trị gia tăng và phục vụ khách hàng tốt hơn khi họ tin tưởng rằng tất cả các thành viên trong chuỗi đều hành động vì mục tiêu chung [28]. Nói cách khác, vốn quan hệ có thể tạo ra một môi trường đáng tin cậy giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng, thúc đẩy sự chia sẻ thông tin, nguồn lực. Chính sự chia sẻ này sẽ tạo ra đòn bẩy nguồn lực, giúp các doanh nghiệp trong chuỗi nâng cao khả năng sáng tạo và đổi mới [10]. Dựa trên những lập luận này, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu sau:

H1B. Vốn quan hệ có ảnh hưởng tích cực đến đổi mới chuỗi cung ứng.

Khả năng đổi mới chuỗi cung ứng là một yếu tố không thể thiếu trong chiến lược. Khả năng đổi mới chuỗi cung ứng cho phép các đối tác trong chuỗi cung ứng sẵn sàng đổi mới, và làm gia tăng năng lực cạnh tranh [12]. Các tài liệu chỉ ra rằng giá trị chung, mục tiêu và văn hóa tạo điều kiện cho giao tiếp, hiểu biết lẫn nhau và hỗ trợ các nỗ lực hợp tác để đổi mới và thực hiện các nhiệm vụ chuỗi cung ứng [9, 15]. Tuy nhiên, khi các mục tiêu không thống nhất và các khuyến khích không liên kết, các công ty có thể hiểu nhầm lẫn nhau và xung đột có thể nảy sinh [3, 24]. Vốn nhận thức dưới dạng chia sẻ các mục tiêu chung tạo điều kiện cho sự hợp tác và cải thiện khả năng đổi mới chuỗi cung ứng và do đó có thể khuyến khích đổi mới. Hơn nữa, vốn nhận thức là một yếu tố quan trọng trong việc giải thích tính linh hoạt của chuỗi cung ứng vì nó tạo điều kiện chia sẻ thông tin và kiến thức. Các đối tác chuỗi cung ứng có thể chia sẻ sự hiểu biết của họ về sản phẩm, thị trường và khách hàng, từ đó hỗ trợ tích cực cho quá trình đổi mới [23, 24]. Dựa trên những lập luận này, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết:

H1C. Vốn nhận thức có ảnh hưởng tích cực đến đổi mới chuỗi cung ứng.

Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng sự thay đổi môi trường có thể dẫn đến đầu tư không hiệu quả, chi phí cao hơn và có thể mất lợi thế cạnh tranh. Do đó đổi mới liên tục chính là yếu tố giúp doanh nghiệp đương đầu với sự thay đổi của môi trường kinh doanh. Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng khả năng đổi mới đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện hiệu quả chuỗi cung ứng bởi vì đổi mới sẽ tạo ra các giá trị gia tăng tích cực [2]. Ví như: đổi mới sản phẩm dịch vụ sẽ tạo ra những sản phẩm dịch vụ đáp ứng tốt hơn

nhu cầu ngày càng khắt khe của khách hàng [5], đổi mới quy trình sẽ rút ngắn thời gian lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ, góp phần phục vụ khách hàng nhanh chóng hơn [27]. Bên cạnh đó, đổi mới quá trình sản xuất kinh doanh cũng tạo ra điều kiện để cắt giảm chi phí và tạo ra các lợi ích tài chính [1]. Đặc biệt đổi mới trong sản phẩm dịch vụ hỗ trợ chuỗi cung ứng hoạt động hiệu quả hơn bằng cách nâng cao lợi thế cạnh tranh không chỉ của cả chuỗi mà còn của các doanh nghiệp trong chuỗi [17]. Do đó, dựa trên những lập luận trên, chúng tôi đề xuất giả thuyết:

H2: Đổi mới chuỗi cung ứng có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả chuỗi cung ứng.

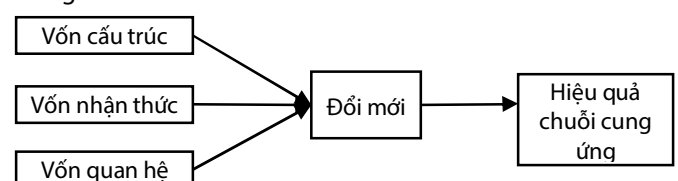
Vốn xã hội ảnh hưởng đến trao đổi tài nguyên trong mối quan hệ chuỗi cung ứng. Hiệu quả và hiệu quả chuỗi cung ứng phụ thuộc vào nguồn vốn xã hội. Quan điểm quan hệ xã hội đề xuất rằng các đối tác càng đầu tư vào mối quan hệ giữa các công ty và chia sẻ kiến thức càng lớn thì tiềm năng sẽ càng lớn đối với quan hệ. Sử dụng quan điểm này, Wieland và Marcus Wallenburg [34] chỉ ra rằng hiệu quả của chuỗi cung ứng và khả năng đổi mới chuỗi cung ứng có thể được cải thiện thông qua quan hệ vì chia sẻ kiến thức về những thay đổi tiềm năng có thể xảy ra trong tương lai và những thay đổi thực tế hiện đang xảy ra là yếu tố chính giúp chuỗi cung ứng đạt được sự sẵn sàng và đối mặt với sự thay đổi. Hơn nữa, tương tác xã hội (chiều cấu trúc), niềm tin (chiều quan hệ) và mục tiêu và giá trị chung (chiều nhận thức) là yếu tố thúc đẩy chia sẻ kiến thức và thông tin [23, 35]. Thật vậy, mỗi phần của vốn xã hội đóng một phần quan trọng trong quá trình chia sẻ kiến thức và thông tin. Vốn cấu trúc tạo ra các mạng cung cấp truy cập thông tin và quyết định tốc độ chia sẻ thông tin [18]. Vốn quan hệ ảnh hưởng đến chất lượng và vốn nhận thức đảm bảo tính minh bạch của việc chia sẻ thông tin [15, 24]. Các nghiên cứu trước đây cũng cho thấy các thành phần của vốn xã hội có hỗ trợ tích cực đến hoạt động đổi mới thông qua cơ chế khuyến khích chia sẻ thông tin và nguồn lực [34], từ đó giúp cải thiện hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng [5]. Do đó, có thể lập luận rằng cả ba thành phần của vốn xã hội có thể tăng cường hiệu quả chuỗi cung ứng thông qua việc thúc đẩy đổi mới. Do đó, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H3A. Đổi mới đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tích cực giữa vốn cấu trúc và hiệu quả chuỗi cung ứng.

H3B. Đổi mới đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tích cực giữa vốn nhận thức và hiệu quả chuỗi cung ứng

H3C. Đổi mới đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tích cực giữa vốn quan hệ và hiệu quả chuỗi cung ứng

Mối quan hệ giữa các biến nghiên cứu được phác họa trong hình 1.



Hình 1. Mô hình lý thuyết

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Tổng hợp thang đo

Thang đo của các biến được tác giả tổng hợp từ những nghiên cứu trước đây thông qua kết quả tổng quan tài liệu. Cụ thể, vốn cấu trúc được đo lường bằng bốn thang đo (ký hiệu SC1, SC2, SC3 và SC4) điều chỉnh từ [4, 15, 16, 33, 35], phản ánh sự tương tác giữa các công ty trong một chuỗi cung ứng [18]. Vốn xã hội nhận thức được đo lường bằng bốn thang đo từ Griffith và cộng sự, 2006 (ký hiệu ký hiệu CC1, CC2, CC3 và CC4). Vốn quan hệ được đo lường bằng 4 thang đo phát triển bởi Liu và cộng sự, 2012 (ký hiệu RC1, RC2, RC3 và RC4). Khả năng đổi mới của chuỗi cung ứng, được đo lường bởi năm thang đo phát triển bởi Gölgeci và Kuivalainen [10] (ký hiệu IN1, IN2, IN3, IN4 và IN5). Hiệu quả hoạt động chuỗi cung ứng được đo lường bằng tám thang đo từ (Singhry và Abd Rahman, 2019; Ye và Wang, 2013; Cirtita và cộng sự., 2012; Rajaguru và Matanda, 2013; Stank và cộng sự., 1999) (ký hiệu SCP1, SCP2, SCP, SCP4, SCP5, SCP6, SCP7 và SCP8).

Các thang đo được đánh giá theo Likert 5 điểm, từ 1 (rất không đồng ý) đến 5 (rất đồng ý). Điểm cao hơn cho thấy mức độ tương tự cao hơn.

Để kiểm soát các tác động tiềm tàng của biến phụ thuộc và biến độc lập, nghiên cứu này bao gồm quy mô doanh nghiệp làm biến kiểm soát.

Để kiểm tra sự phù hợp của thang đo và hiệu chỉnh thang đo nhóm tác giả đã tiến hành xin ý kiến từ phía 5 chuyên gia từ các trường đại học sau đó tiến hành điều tra thử nghiệm đối với 30 doanh nghiệp ngẫu nhiên. Mục đích của việc điều tra này là để xác định mức độ rõ ràng và bao phủ của bảng hỏi. Dựa vào góp ý từ phía chuyên gia và kết quả điều tra thử nghiệm, nhóm tác giả đã tiến hành hiệu chỉnh lại thang đo và sửa chữa nhỏ để hoàn thiện phiếu khảo sát của mình trước khi khảo sát chính thức.

3.2. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu dựa trên dữ liệu thu thập thông qua khảo sát các doanh nghiệp trên địa bàn Hà Nội và Bắc Ninh - Việt Nam. Quá trình khảo sát, hoàn thiện phiếu khảo sát được tiến hành như sau: Đầu tiên, để đảm bảo tính chính xác, sự thông suốt và độ tin cậy của thang đo, nhóm tác giả mời 5 chuyên gia, học giả chuyên về lĩnh vực nghiên cứu xem xét bàn luận và cho ý kiến để hoàn thiện cấu trúc bảng hỏi cũng như hiệu chỉnh các thang đo trong phiếu khảo sát. Tiếp theo, nhóm tác giả tiến hành khảo sát thử nghiệm trước đối với 15 nhà quản lý trong lĩnh vực inbound và outbound của chuỗi cung ứng. Mục tiêu của việc khảo sát thử nghiệm này là để cải thiện chất lượng phiếu, tránh những sai sót hoặc hiểu nhầm. Kết quả khảo sát thử nghiệm cho thấy người được khảo sát hiểu đúng và đầy đủ các nội dung trong phiếu khảo sát.

Với sự hỗ trợ từ các chi cục thuế và văn phòng thương mại công nghiệp Việt Nam, nhóm nghiên cứu đã tiến hành phát phiếu khảo sát đến 300 doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau và thu về được 156 phiếu trả lời. Sau hai lần rà soát để loại bỏ các phiếu không hợp lệ,

121 phiếu khảo sát được đưa vào phân tích với tỷ lệ phản hồi xấp xỉ 52%, cỡ mẫu cuối cùng là 121. Các đặc điểm của mẫu được tóm tắt trong bảng 1.

Bảng 1. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Loại	Số lượng	Tỷ lệ
Thời gian hoạt động của tổ chức (tính bằng năm)	<10	71	58,7%
	10-19	43	35,5%
	>=50	7	5,8%
Lĩnh vực	Sản xuất công nghiệp	52	43,0%
	Nhà cung cấp	31	25,6%
	Dịch vụ	15	12,4%
	Nhà bán lẻ và nhà phân phối	19	15,7%
	Khác	4	3,3%
Quy mô lao động (người)	<10	19	15,7%
	10-100	43	35,5%
	100-300	17	14,0%
	300-500	5	4,1%
	>=500	37	30,6%

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kiểm định thang đo

Dữ liệu của bài báo này được phân tích bằng phần mềm SPSS 20 và AMOS 20.

Độ tin cậy được đánh giá theo tiêu chí của Cronbach α lớn hơn 0,7. Từ kết quả Cronbach α , hai thang đo hiệu quả của chuỗi cung ứng (SCP7 và SCP8) được loại bỏ để cải thiện độ tin cậy của thang đo. Thang đo của các biến còn lại đều cho giá trị lớn hơn 0,7. Tính hợp lệ của mô hình đo lường tổng thể, tính hội tụ và phân biệt của các cấu trúc được kiểm định thông qua phân tích EFA và CFA. Cụ thể, kết quả phân tích CFA (bảng 2) cho thấy tất cả các hệ số tải (Factor loadings) và độ tin cậy tổng hợp (C.R) đều nằm trong phạm vi chấp nhận được và có ý nghĩa thống kê $p < 0,001$. Trong đó, hệ số tải nhân tố (Factor loadings) đều nằm trong khoảng từ 0,57 đến 0,90; độ tin cậy tổng hợp (C.R) nằm trong khoảng từ 0,79 đến 0,92; trung bình phương sai trích (AVE) nằm trong khoảng từ 0,4 đến 0,69, do đó mô hình của chúng tôi đáp ứng được các tiêu chí về tính hội tụ. Bảng 1 cho thấy các giá trị trung bình (means), độ lệch chuẩn (SD), hệ số tải nhân tố (Factor loadings), AVE, CR và Ca của các cấu trúc.

Bảng 2. Độ hội tụ

	FL	Cronbach's Alpha	AVE	CR	MSV	ASV
Vốn quan hệ		0,913	0,693	0,918	0,260	0,150
RC2	0,896					
RC1	0,880					
RC4	0,816					
RC3	0,813					
RC5	0,748					

Vốn cấu trúc		0,913	0,662	0,887	0,348	0,229
SC2	0,874					
SC4	0,844					
SC3	0,750					
SC1	0,781					
Vốn nhận thức		0,879	0,624	0,868	0,410	0,209
CC1	0,705					
CC2	0,704					
CC3	0,889					
CC4	0,844					
Hiệu quả		0,859	0,561	0,863	0,410	0,305
SCP3	0,755					
SCP4	0,864					
SCP1	0,63					
SCP5	0,756					
SCP2	0,721					
Đổi mới		0,790	0,413	0,776	0,314	0,161
IN1	0,638					
IN4	0,732					
IN3	0,708					
IN2	0,533					
IN5	0,58					
Model fit	CMIN/df	GFI	TLI	CFI	RMSEA	AGFI
Model	1,734	0,793	0,887	0,903	0,078	0,737

Mức độ phù hợp của mô hình được xem xét bởi nhiều chỉ số: GFI vượt quá 0,8, TLI, CFI vượt quá 0,9, RMSEA phải nằm trong khoảng 0,05 đến 0,07. Các kết quả được trình bày trong bảng 3 cho thấy sự phù hợp với mô hình của chúng tôi là thỏa đáng.

Bảng 3. Sự phù hợp của mô hình

Hệ số đánh giá sự phù hợp	Giá trị	Giá trị tham chiếu
Absolute fit measures		
CMIN/df	1,734	$\leq 2^a$; $\leq 5^b$
Root mean square residuals		$\leq 0,5$
GFI	0,793	$\geq 0,90^a$; $\geq 0,80^b$
RMSEA	0,078	$\leq 0,80^a$; $\leq 0,10^b$
Incremental fit measures		
NFI	0,801	$\geq 0,90^a$; $\geq 0,80^b$
AGFI	0,737	$\geq 0,90^a$; $\geq 0,80^b$
CFI	0,903	$\geq 0,90^a$

Lưu ý: a chấp nhận: chấp nhận được; b chấp nhận: cận biên

4.2. Kiểm định giả thuyết

Bảng 4. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Hệ số hồi quy (t-value)
H1A. Vốn cấu trúc → Đổi mới	0,434***
H1B. Vốn quan hệ → Đổi mới	- 0,002
H1C. Vốn nhận thức → Đổi mới	0,230*
H2. Đổi mới → Hiệu quả chuỗi cung ứng	0,771***

Ghi chú: *= $P < 0,05$; ***= $P < 0,001$, ns= không ý nghĩa

* Mối quan hệ trực tiếp

Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) đã được phát triển để kiểm tra các giả thuyết. Các kết quả được trình bày trong bảng 4. Theo kết quả, hai thành phần của vốn xã hội là vốn cấu trúc và vốn nhận thức liên quan tích cực đến khả năng phục hồi chuỗi cung ứng. Do đó giả thuyết H1A và H1C được chấp nhận với hệ số tương quan tương ứng là 0,434 ($P < 0,001$), và 0,230 ($P < 0,005$). Tuy nhiên kết quả kiểm định mối quan hệ giữa vốn quan hệ và đổi mới không có ý nghĩa thống kê. Do đó giả thuyết H1B không được chấp nhận.

Tương tự, mối quan hệ giữa đổi mới và hiệu quả chuỗi cung ứng có ý nghĩa thống kê = 0,343 ($P < 0,001$). Do đó, H2 được chấp nhận. Kết quả này cho thấy hiệu quả chuỗi cung ứng được cải thiện thông qua đổi mới.

* Mối quan hệ gián tiếp

Kết quả kiểm định biến trung gian được trình bày trong bảng 5.

Bảng 5. Kết quả kiểm định biến trung gian

Giả thuyết	Mối quan hệ	Tác động trực tiếp	Tác động gián tiếp	Kết luận về giả thuyết
H3A	SC-> SR->SCP	0,061(ns)	0,035*	Chấp nhận
H3B	RC-> SR->SCP	0,032(ns)	0,075	Không chấp nhận
H3C	CC->SR->SCP	0,087(ns)	0,047*	Chấp nhận

Note: *= $P < 0,05$; ***= $P < 0,001$, ns= không có ý nghĩa thống kê

Kết quả kiểm định biến trung gian cho thấy đổi mới có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa hai thành phần của vốn xã hội (vốn cấu trúc và vốn nhận thức) và hiệu quả chuỗi cung ứng. (Giả thuyết H3A và H3C được chấp nhận). Kết quả này không chỉ giúp giải thích làm thế nào hai khía cạnh của vốn xã hội hỗ trợ đổi mới cho chuỗi cung ứng mà còn cung cấp bằng chứng về mối quan hệ giữa vốn xã hội và hiệu quả chuỗi cung ứng trong đó vốn xã hội có thể tăng cường hiệu quả chuỗi cung ứng thông qua thúc đẩy đổi mới. Kết quả nghiên cứu không có giá trị thống kê trong trường hợp vốn quan hệ. Do đó không có cơ sở khẳng định vốn quan hệ tác động đến hiệu quả chuỗi cung ứng thông qua đổi mới.

5. KẾT LUẬN VÀ Ý NGHĨA

Nghiên cứu này nghiên cứu ảnh hưởng của vốn xã hội đến đổi mới và hiệu quả chuỗi cung ứng. Không giống như các nghiên cứu trước đây tiếp cận vốn xã hội như một khối đồng nhất hoặc thông qua một hoặc hai thành phần được chỉ ra bởi Nahapiet và Ghoshal [22], nghiên cứu này tập trung vào tác động của ba thành phần khác nhau của vốn xã hội (cấu trúc, nhận thức và vốn xã hội quan hệ) trong việc thúc đẩy đổi mới và khám phá cơ chế trong đó vốn xã hội ảnh hưởng đến hiệu quả chuỗi cung ứng. Nghiên cứu của chúng tôi có những đóng góp nhất định về mặt lý luận và thực tế.

Đóng góp về mặt lý luận: Nghiên cứu này đóng góp vào lĩnh vực quản lý chuỗi cung ứng theo những cách sau. Thứ nhất, nghiên cứu của chúng tôi cung cấp một cái nhìn đầy đủ về mối quan hệ giữa vốn xã hội và đổi mới. Những phát

hiện của nghiên cứu này cung cấp một cái nhìn đầy đủ về cách thức tác động của vốn cấu trúc, vốn nhận thức và vốn xã hội đến đổi mới trong khi các nghiên cứu trước đây luôn coi vốn xã hội là một khái niệm tổng thể hoặc tiếp cận vốn xã hội thông qua một hoặc hai chiều [13]. Thứ hai, nghiên cứu này đã xác nhận vai trò quan trọng đổi mới trong việc cải thiện hiệu quả hoạt động chuỗi cung ứng. Thứ ba, bằng cách khám phá vai trò trung gian của đổi mới trong mối liên kết giữa ba thành phần của vốn xã hội và hiệu quả chuỗi cung ứng, nghiên cứu này cũng cung cấp hiểu biết đầy đủ về vai trò của vốn xã hội và cơ chế trong đó các thành phần của vốn xã hội có thể tăng cường và cải thiện hiệu quả hoạt động của chuỗi.

Đóng góp cho quản lý: Thông qua nghiên cứu này, các nhà quản lý có được cái nhìn tổng thể về tầm quan trọng của vốn xã hội. Nhà quản lý có thể nâng cao mức độ tương tác với tối tác, củng cố niềm tin, chia sẻ nhận thức và văn hóa hợp tác với các đối tác trong chuỗi cung ứng để trao đổi thông tin và nguồn lực phục vụ cho đổi mới. Từ kết quả thực nghiệm của bài viết này, các nhà quản lý doanh nghiệp có thể thấy rằng vốn xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy đổi mới và cải thiện hiệu quả chuỗi cung ứng. Do đó, vốn xã hội sẽ trở thành một trong những chiến lược quan trọng đối với các công ty. Kết quả của nghiên cứu này cũng khuyến nghị các nhà hoạch định chính sách nên sử dụng vốn xã hội để xây dựng chiến lược quản lý rủi ro và chiến lược hoạt động.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ali I., Gölgeci I., 2019. *Where is supply chain resilience research heading? A systematic and co-occurrence analysis*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 49 No. 8, pp. 793-815.
- [2]. Ambulkar S., Blackhurst J., Grawe S., 2015. *Firm's resilience to supply chain disruptions: Scale development and empirical examination*. Journal of Operations Management, Vol. 33, pp. 111-122.
- [3]. Cao M., Zhang Q., 2011. *Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance*. Journal of Operations Management, Vol. 29 No. 3, pp. 163-180.
- [4]. Carey S., Lawson B., Krause D. R., 2011. *Social capital configuration, legal bonds and performance in buyer-supplier relationships*. Journal of Operations Management, Vol. 29 No. 4, pp. 277-288.
- [5]. Chowdhury M. M. H., Quaddus M., Agarwal R., 2019. *Supply chain resilience for performance: role of relational practices and network complexities*. Supply Chain Management: An International Journal, Vol. 24 No. 5, pp. 659-676.
- [6]. Christopher M., 2005. *Logistics and supply chain management: creating value-adding networks*. Pearson education, London, UK.
- [7]. Christopher M., Holweg M., 2011. *"Supply Chain 2.0": Managing supply chains in the era of turbulence*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 41 No. 1, pp. 63-82.
- [8]. Coleman J. S., 1988. *Social capital in the creation of human capital*. American Journal of Sociology, Vol. 94, pp. S95-S120.
- [9]. De Carolis D. M., Saporito P., 2006. *Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework*. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 30 No. 1, pp. 41-56.
- [10]. Gölgeci I., Kuivalainen O., 2019. *Does social capital matter for supply chain resilience? The role of absorptive capacity and marketing-supply chain management alignment*. Industrial Marketing Management.
- [11]. Handoko I., Bresnen M., Nugroho Y., 2018. *Knowledge exchange and social capital in supply chains*. International Journal of Operations & Production Management, Vol. 38 No. 1, pp. 90-108.
- [12]. Inkpen A. C., Tsang E. W., 2005. *Social capital, networks, and knowledge transfer*. Academy of Management Review, Vol. 30 No. 1, pp. 146-165.
- [13]. Johnson N., Elliott D., Drake P., 2013. *Exploring the role of social capital in facilitating supply chain resilience*. Supply Chain Management: An International Journal, Vol. 18 No. 3, pp. 324-336.
- [14]. Johnson N., Elliott D., 2011. *Using social capital to organise for success? A case study of public-private interface in the UK Highways Agency*. Policy and Society, Vol. 30 No. 2, pp. 101-113.
- [15]. Krause D. R., Handfield R. B., Tyler B. B., 2007. *The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement*. Journal of Operations Management, Vol. 25 No. 2, pp. 528-545.
- [16]. Lawson B., Tyler B. B., Cousins P. D., 2008. *Antecedents and consequences of social capital on buyer performance improvement*. Journal of Operations Management, Vol. 26 No. 3, pp. 446-460.
- [17]. Lee C. H., Ha B. C., 2018. *The impact of buyer-supplier relationships social capital on bi-directional information sharing in the supply chain*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 33 No. 3, pp. 25-336.
- [18]. Li Y., Ye F., Sheu C., 2014. *Social capital, information sharing and performance: Evidence from China*. International Journal of Operations & Production Management, Vol. 34 No. 11, pp. 1440-1462.
- [19]. Li Y., Zhang Y., Zheng S., 2016. *Social capital, portfolio management capability and exploratory innovation: evidence from China*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 31 No. 6, pp. 794-807.
- [20]. Liu C. H., 2017. *The relationships among intellectual capital, social capital, and performance-The moderating role of business ties and environmental uncertainty*. Tourism Management, Vol. 61, pp. 553-561.
- [21]. Morgan R. M., Hunt S. D., 1994. *The commitment-trust theory of relationship marketing*. Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- [22]. Nahapiet J., Ghoshal S., 1998. *Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage*. Academy of Management Review, Vol. 23 No. 2, pp. 242-266.
- [23]. Nguyen M. A. T., Lei H., Vu K. D., Le P. B., 2019. *The role of cognitive proximity on supply chain collaboration for radical and incremental innovation: a study of a transition economy*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 34 No. 3, pp. 591-604.
- [24]. Nguyen M. A. T., Lei H., Vu K. D., Sultan M., 2019. *Relational capital and supply chain collaboration for radical and incremental innovation*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 31, pp. 1076-1094.
- [25]. Pettit T. J., Croxton K. L., Fiksel J., 2013. *Ensuring supply chain resilience: development and implementation of an assessment tool*. Journal of Business Logistics, Vol. 34 No. 1, pp. 46-76.
- [26]. Ponomarev S. Y., Holcomb M. C., 2009. *Understanding the concept of supply chain resilience*. The International Journal of Logistics Management, Vol. 20 No. 1, pp. 124-143.

- [27]. Ruiz-Benitez R., López C., Real J. C., 2019. *Achieving sustainability through the lean and resilient management of the supply chain*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 49 No. 2, pp. 122-155.
- [28]. Scholten K., Schilder S., 2015. *The role of collaboration in supply chain resilience*. Supply Chain Management: An International Journal, Vol. 20 No. 4, pp. 471-484.
- [29]. Stewart M., Reid G., Mangham C., 1997. *Fostering children's resilience*. Journal of Pediatric Nursing, Vol. 12 No. 1, pp. 21-31.
- [30]. Sukoco B. M., Hardi H., Qomariyah A., 2018. *Social capital, relational learning, and performance of suppliers*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 30 No. 2, pp. 417-437.
- [31]. Tsai W., Ghoshal S., 1998. *Social capital and value creation: The role of intrafirm networks*. Academy of Management Journal, Vol. 41 No. 4, pp. 464-476.
- [32]. Van Hoof B., Thiel M., 2014. *Collaboration capacity for sustainable supply chain management: small and medium-sized enterprises in Mexico*. Journal of Cleaner Production, Vol. 67, pp. 239-248.
- [33]. Villena V. H., Revilla E., Choi T. Y., 2011. *The dark side of buyer-supplier relationships: A social capital perspective*. Journal of Operations Management, Vol. 29 No. 6, pp. 561-576.
- [34]. Wieland A., Marcus Wallenburg C., 2013. *The influence of relational competencies on supply chain resilience: a relational view*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 43 No. 4, pp. 300-320.
- [35]. Yim B., Leem B., 2013. *The effect of the supply chain social capital*. Industrial Management & Data Systems, Vol. 113 No. 3, pp. 324-349.
- [36]. Yli-Renko H., Autio E., Sapienza H. J., 2001. *Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms*. Strategic management journal, Vol. 22 No. 6-7, pp. 587-613.

AUTHORS INFORMATION

Vu Dinh Khoa, Nguyen Thi Mai Anh

Faculty of Business Administration, Hanoi University of Industry