

TIÊU CHÍ XÁC ĐỊNH DOANH NGHIỆP GIA ĐÌNH

● VÕ TẤN PHONG

TÓM TẮT:

Đến nay, có nhiều tiếp cận và tiêu chí để định nghĩa doanh nghiệp gia đình. Điều này cho thấy các nghiên cứu về doanh nghiệp gia đình chưa được xây dựng trên một cơ sở thống nhất về đối tượng nghiên cứu và như vậy những tiến triển của lĩnh vực khoa học có thể bị ảnh hưởng. Các nhà nghiên cứu ở các quốc gia đã có nhiều nỗ lực để giải quyết vấn đề này. Việt Nam hiện vẫn chưa có các tiêu chí thống nhất một định nghĩa về doanh nghiệp gia đình. Điều này dẫn đến sự thiếu tin cậy về số liệu thống kê, cản trở việc nghiên cứu về doanh nghiệp gia đình và tạo khó khăn trong việc thiết lập chính sách phát triển. Nghiên cứu này đưa ra những khuyến nghị về tiếp cận và xác định những tiêu chí để định nghĩa doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam.

Từ khóa: Công việc kinh doanh gia đình, cơ nghiệp gia đình, doanh nghiệp gia đình, công ty gia đình, công ty sở hữu gia đình, công ty do gia đình kiểm soát.

1. Đặt vấn đề

Doanh nghiệp gia đình là một mô hình lâu đời nhất và phổ biến nhất của các tổ chức kinh tế trên thế giới. William T. O'Hara - người sáng lập và là Giám đốc điều hành Viện Doanh nghiệp gia đình của Trường Đại học Bryant, tại Smithfield (Bryant College's Institute for Family Enterprise) đã nhấn mạnh vai trò của doanh nghiệp gia đình trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của loài người: "Trước tập đoàn đa quốc gia, đã có doanh nghiệp gia đình. Trước cách mạng công nghiệp, đã có doanh nghiệp gia đình. Trước thời kỳ khai sáng của Hy Lạp và đế chế La Mã, đã có doanh nghiệp gia đình". Doanh nghiệp gia đình tồn tại và hoạt động ở khắp nơi. Các doanh nghiệp sở hữu gia đình và do gia đình kiểm soát chiếm khoảng gần 90% của tất cả các doanh nghiệp đăng ký ở Mỹ. Một phần ba số công ty

"Fortune 500" là các công ty do gia đình kiểm soát. Ở Đức, doanh nghiệp gia đình chiếm khoảng 80% tất cả các doanh nghiệp. Ở Tây Ban Nha và Pháp doanh nghiệp gia đình chiếm khoảng 80%. Ở Ý, Ấn Độ và ở các nước thuộc châu Mỹ Latin, doanh nghiệp gia đình chiếm từ 90% đến 98%. Kết quả nghiên cứu của Ronald và David (2003) cho thấy, 35% của các doanh nghiệp S&P 500 được kiểm soát bởi gia đình.

Các doanh nghiệp gia đình đã tạo ra giá trị thị trường tăng thêm là 10% trong giai đoạn 1992-1999 so với các doanh nghiệp không phải gia đình kiểm soát. Ở châu Âu, các doanh nghiệp do gia đình kiểm soát (với tỷ lệ chiếm hữu cổ phần tối thiểu là 50%) hoạt động với kết quả hàng năm trong giai đoạn 1992-1999 tốt hơn chỉ số Morgan Stanley Capital International Europe khoảng 16%. Một nghiên cứu khác về các doanh

nghiệp đo gia đình kiểm soát (với mức tối thiểu là 16% vốn cổ phần và mức vốn hóa thị trường là 1 tỷ USD), cho thấy có kết quả hoạt động tốt hơn các doanh nghiệp của chỉ số Viển thông châu Âu Dow Jones Stoxx 600 khoảng 8% hàng năm trong giai đoạn 1996-2006 (Credit Suisse, 2007).

Cho đến nay có nhiều nghiên cứu về doanh nghiệp gia đình ở những khía cạnh như về lịch sử phát triển, vấn đề quản trị, hiệu quả hoạt động, bản chất của doanh nghiệp gia đình và tính chất độc đáo của doanh nghiệp gia đình, tính kế thừa của các thế hệ trong doanh nghiệp gia đình và đặc biệt là các nghiên cứu về định nghĩa thế nào là một doanh nghiệp gia đình. Vấn đề đang được bàn luận nhiều là sự thiếu thống nhất giữa các nhà nghiên cứu trong việc xác định thế nào là doanh nghiệp gia đình đã dẫn đến việc thiếu sự hội tụ về những đối tượng và mục tiêu nghiên cứu. Trong khi một số nghiên cứu đã xác định chỉ có khoảng 15% các doanh nghiệp được xem là doanh nghiệp gia đình (Kayer và Wallau, 2002) thì những nghiên cứu lại xác định đến 79% tất cả các doanh nghiệp là doanh nghiệp gia đình (Chrisman và ctg, 2004). Như vậy, các nghiên cứu trên thế giới về vấn đề doanh nghiệp gia đình không được xây dựng trên một định nghĩa thống nhất về đối tượng nghiên cứu và như vậy những tiến triển của lĩnh vực khoa học có thể bị tổn hại. Điều này có thể dẫn đến việc trì hoãn sự hợp nhất các lý thuyết về doanh nghiệp gia đình (Harms, 2014). Theo "Nghiên cứu trắng" của Bộ Đầu tư kinh tế và Doanh nghiệp nhỏ của Malta, có khoảng 93 định nghĩa khác nhau về doanh nghiệp gia đình trong các quốc gia thành viên châu Âu (Ministry for the Economy Investment and Small Business, 2015). Việc thiếu một định nghĩa mang tính chuẩn mực, thống nhất về doanh nghiệp gia đình ảnh hưởng nhiều đến việc nghiên cứu các chiến lược quốc tế của các doanh nghiệp gia đình (Cano-Rubio và ctg, 2017). Các nhà nghiên cứu có xu hướng chọn một định nghĩa tương thích với các nghiên cứu cụ thể của họ hoặc để thuận tiện cho việc nghiên cứu và kết quả nghiên cứu sẽ bị ảnh hưởng (Breton-Miller và Miller, 2009; Cortés, García và Ramón, 2006).

Cho đến nay, việc nghiên cứu về doanh nghiệp gia đình và quản trị doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam còn rất khiêm tốn. Có một số điều

kiện khách quan ảnh hưởng đến vấn đề này. Thứ nhất, cũng như nhiều nước đang chuyển đổi khác, kinh tế tư nhân ở nước ta đã bị hạn chế phát triển, kéo theo sự trì trệ của quá trình phát triển doanh nghiệp gia đình và doanh nghiệp gia đình chủ yếu chỉ tồn tại ở thế hệ sáng lập. Thứ hai, khái niệm và vai trò gia đình trong cấu trúc xã hội ở Việt Nam có những khác biệt so với nhiều nước trên thế giới. Cuối cùng, từ hệ quả của vấn đề thứ hai dẫn đến khái niệm về doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam chưa được xác định rõ, chưa được thống nhất ở những khái niệm cơ bản. Do khái niệm nghiên cứu chưa rõ, dẫn đến đối tượng nghiên cứu và mục tiêu nghiên cứu khó xác định, các dữ liệu được thu thập và xử lý không đáng tin cậy, không đảm bảo tính khoa học.

2. Các tiếp cận định nghĩa doanh nghiệp gia đình

2.1. Khái niệm về doanh nghiệp gia đình

Doanh nghiệp (tiếng Anh là Business, Enterprise, Firm, Company hay Corporation) là một thực thể tổ chức và pháp lý được tạo lập bằng sự liên kết của nhiều người, có thể là pháp nhân hay thể nhân hoặc cả hai, cùng chia sẻ mục đích chung và thống nhất để tập trung vào những tài năng khác nhau, các kỹ năng và những nguồn lực mà họ có được để đạt được những mục tiêu cụ thể được đưa ra và có liên quan đến việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho những nhu cầu của con người (Sheffrin, 2003; Stafford, 2010).

Theo Harper, Douglas (Online Etymology Dictionary), "Family" (gia đình) là một nhóm người quan hệ với nhau hoặc huyết thống, thân thuộc (hôn nhân hoặc mối quan hệ khác) hoặc sống chung hay một sự kết hợp của các yếu tố trên. Các thành viên của gia đình trực hệ (Immediate family) có thể bao gồm vợ chồng, bố mẹ, anh chị em, các con. Các thành viên của gia đình mở rộng (Extended family) có thể bao gồm ông bà nội, ngoại, chú bác, cô cậu, anh em họ, cháu trai, cháu gái và anh chị em dâu, rể ruột (dòng họ).

Trong tiếng Anh, khái niệm về "doanh nghiệp gia đình" là tương đối nhiều: "Family business", "Family firm", "Family company", "Family-owned business", "Family-owned company" và "Family-controlled company"

2.2. Các tiếp cận định nghĩa doanh nghiệp gia đình

Với tiếp cận kết nhóm (Cluster approach), từ kết quả nghiên cứu 267 bài báo đã được công bố, Henrik Harms đã tổng hợp các tiếp cận định nghĩa doanh nghiệp gia đình thành 6 kết nhóm. Trong đó, có 2 kết nhóm không có định nghĩa rõ ràng và sử dụng lại định nghĩa của người khác (hai kết nhóm này không được xem xét trong nghiên cứu này).

2.2.1. Tiếp cận tham gia và tiếp cận bản chất

Tiếp cận tham gia (Involvement) nhằm phân biệt giữa doanh nghiệp gia đình và không phải gia đình. Việc tham gia của gia đình tạo cho doanh nghiệp gia đình có tính độc đáo (Unique) và tạo cho doanh nghiệp gia đình sự khác biệt (Miller và Rice, 1967). Phần lớn các nhà nghiên cứu giải thích sự tham gia là về sở hữu (Ownership) và quản trị (Management) (Hander, 1989). Với tiếp cận tham gia, các định nghĩa thường kết hợp giữa sở hữu và quản trị: (1) Gia đình sở hữu và gia đình quản trị; (2) Gia đình sở hữu nhưng không quản trị và (3) Gia đình quản trị nhưng không sở hữu. Gia đình có thể là một cá nhân, hai người có quan hệ huyết thống hay hôn nhân, một gia đình hạt nhân, nhiều hơn một gia đình hạt nhân, một gia đình mở rộng (nổi dãi), nhiều hơn một gia đình mở rộng (Chua và ctg, 1999).

Tiếp cận bản chất cho rằng bản chất của doanh nghiệp gia đình phải vượt khỏi các thành tố liên quan đến sự tham gia của gia đình về sở hữu và quản trị. Nét khác biệt giữa doanh nghiệp gia đình và các doanh nghiệp không phải gia đình là hành vi của người chủ và người quản trị trong doanh nghiệp gia đình. Họ cần phải ứng xử như họ phục vụ cho một mục đích. Mục đích này là định hình và theo đuổi tầm nhìn của một hay một vài gia đình liên minh chi phối kiểm soát trong doanh nghiệp theo cách mà điều này sẽ là sự bền vững tiềm năng trái các qua thế hệ của gia đình hay các gia đình (Chua và ctg, 1999).

Sự kết hợp giữa tiếp cận tham gia và tiếp cận bản chất được Chua và Chrisman ủng hộ vì hai tiếp cận này hoàn toàn có thể bổ sung cho nhau (Chua và ctg, 1999; Chrisman và ctg, 2005).

2.2.2. Di sản doanh nghiệp gia đình

Theo tiếp cận này, doanh nghiệp gia đình được định nghĩa dựa vào các tiêu chí nội dung, mục đích và hình thức (Astrachan và ctg, 2002).

Tiếp cận này tích hợp nhiều thành phần của khái niệm "di sản doanh nghiệp gia đình" (Famili-ness), khái niệm được Habbershon và Williams đưa ra vào 1999 được xem như là một tập hợp đơn nhất của các nguồn lực này sinh từ những tương tác giữa hệ thống gia đình, các thành viên gia đình và doanh nghiệp. Nó là các mối quan hệ xã hội giữa gia đình và doanh nghiệp về kinh tế, các khung quản trị và xã hội. Simon và Hitt (2003) đề xuất 5 đặc tính đơn nhất của doanh nghiệp gia đình có thể tạo sự khác biệt so với doanh nghiệp không phải gia đình là vốn nhân lực, vốn xã hội, vốn khả năng tồn tại, vốn kiên nhẫn và các cơ cấu quản trị.

2.2.3. Các định nghĩa với định hướng thực nghiệm

Ngoài hai tiếp cận chính được nêu ở trên, một tiếp cận được Ronald và David (2003) gợi ý trước tiên, chú trọng đến các tiêu chí về hoạt động của các doanh nghiệp gia đình và kết quả hoạt động tài chính là một trong các tiêu chí thường được sử dụng. Tiếp cận định nghĩa này thường được sử dụng trong các nghiên cứu thực nghiệm về doanh nghiệp gia đình do các nghiên cứu này thường đòi hỏi phải đưa một loạt biến tạo sự khác biệt tiềm năng nhằm khám phá và phân loại các nhóm thuần nhất của các doanh nghiệp gia đình. Trong nghiên cứu thực nghiệm, một định nghĩa có tính toàn bộ như vậy sẽ cho việc hiểu biết về doanh nghiệp gia đình tốt hơn (Chua và ctg, 1999).

2.2.4. Tiếp cận tự phát triển định nghĩa

Tiếp cận tự phát triển định nghĩa (Self-developed definitional approach) là các tác giả không đưa vào những định nghĩa đang tồn tại mà tự phát triển định nghĩa. Điều này kích thích cho việc đa dạng hóa nghiên cứu tiếp theo và có thể tác động tích cực đến những quan điểm bổ sung liên quan đến những khía cạnh không được kiểm tra nếu không có sự chú trọng một cách rõ ràng về các tính chất nào đó của các doanh nghiệp gia đình. Tuy nhiên, những hiệu ứng tiêu cực có thể xảy ra khi tính không đồng nhất gia tăng của các dạng doanh nghiệp gia đình dẫn đến sự trở ngại trong những phân tích so sánh (Habbershon và ctg, 2003).

3. Sự cần thiết của các tiêu chí để định nghĩa doanh nghiệp gia đình

Các nghiên cứu về doanh nghiệp gia đình là lĩnh vực còn tương đối mới nhưng các nhà nghiên

cứu khó bắt đầu những bước đầu tiên vì lý thuyết về doanh nghiệp gia đình. Theo nhiều nhà khoa học, "Lý thuyết doanh nghiệp gia đình" là cần thiết để giải thích những tính chất cho thấy tính độc đáo của doanh nghiệp gia đình và khác biệt so với doanh nghiệp không phải gia đình (Chrisman và ctg, 2005). Lý thuyết về doanh nghiệp gia đình này phải bắt đầu từ một định nghĩa doanh nghiệp gia đình, vì xác định đối tượng nghiên cứu là yếu cầu quan trọng đối với sự tiến triển trong lĩnh vực này (Molina và Rutterford, 2010). Thiếu một lý thuyết được chia sẻ có khả năng cung cấp một khung khái niệm vững chắc đã gây ra nhiều hạn chế đối với lĩnh vực nghiên cứu thực nghiệm. Rất nhiều định nghĩa khác nhau về doanh nghiệp gia đình đã được sử dụng nên đã hạn chế những so sánh và khái quát hóa những phát hiện của các nghiên cứu (Paolo và Montanari, 2010). Thiếu tính nhất quán trong việc định nghĩa doanh nghiệp gia đình dẫn đến việc thiếu một khung được chấp nhận rộng rãi để tích hợp hệ thống của các tiếp cận khác nhau như quản trị chiến lược, lý thuyết tổ chức, các lĩnh vực xã hội, tâm lý và các nguyên tắc khác có thể cung cấp những đóng góp bổ ích đối với việc phát triển kiến thức về chủ đề doanh nghiệp gia đình (Chrisman và ctg, 2005). Từ đó, nảy sinh một số hạn chế khi so sánh và khái quát hóa những khám phá từ các nghiên cứu, thiếu các tiêu chí được thiết lập tốt để chọn mẫu đồng nhất cho việc nghiên cứu (Smyrniotis và ctg, 1998). Những khác biệt trong việc xác định doanh nghiệp gia đình còn có thể xuất phát từ khía cạnh gia đình trong các định nghĩa. Khái niệm gia đình có khi chỉ liên quan đến một gia đình duy nhất (Lyman, 1991), có trường hợp hai hay nhiều gia đình phải tham gia vào doanh nghiệp (Corbetta, 1995) hoặc gia đình hạt nhân (Barners và Hershon, 1976) hay gia đình mở rộng (Pratt và Davis, 1986). Việc thiếu tính đồng nhất trong định nghĩa về doanh nghiệp gia đình làm hạn chế trong việc thảo luận cộng đồng và các chính sách công, các quy định về mặt luật pháp, tiêu chí phù hợp cho dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, thu thập các dữ liệu thống kê, nghiên cứu kinh tế. Ngoài ra, do doanh nghiệp gia đình là nòng cốt của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN), trong một số trường hợp, nhà nước cần có những chính sách

khuyến khích phát triển lĩnh vực này nhằm tạo công ăn việc làm, thậm chí một số quốc gia còn ban hành đạo luật về doanh nghiệp gia đình. Nếu thiếu những tiêu chí để định nghĩa doanh nghiệp gia đình thống nhất sẽ gây trở ngại cho quá trình thực hiện chính sách phát triển.

Để giải quyết vấn đề này, một số nhà nghiên cứu cũng như các tổ chức có liên quan và các chính phủ đã cố gắng đưa ra định nghĩa chuẩn tắc về doanh nghiệp gia đình, xác định các tiêu chí để phân biệt giữa doanh nghiệp gia đình và doanh nghiệp không phải gia đình. Cụ thể, Shanker và Astrachan (1996) đưa ra các tiêu chí để xác định một doanh nghiệp gia đình có thể chấp nhận rộng rãi; hay vào năm 2007, Ủy ban châu Âu đã đưa ra một định nghĩa duy nhất để sử dụng rộng rãi trong Liên minh châu Âu.

4. Yếu tố ảnh hưởng đến việc định nghĩa doanh nghiệp gia đình

4.1. Quyền sở hữu và quyền biểu quyết

Quyền sở hữu được xác định việc nắm giữ vốn cổ phần (Share capital). Quyền sở hữu sẽ phát sinh một số quyền cơ bản theo qui định của pháp luật và điều lệ. Cổ phần gắn liền với quyền về cổ tức, quyền biểu quyết, quyền về tài sản và lợi nhuận khi thanh lý doanh nghiệp. Thông thường, tỷ lệ sở hữu cổ phần sẽ tương ứng với tỷ lệ quyền biểu quyết.

Một trong những quyền cơ bản quan trọng của cổ đông là quyền kiểm soát. Quyền kiểm soát được dựa vào một số điều kiện, trong đó quyền biểu quyết và điều kiện quan trọng và thường xuất phát từ quyền sở hữu. Các cổ đông hành xử quyền sở hữu của họ bằng việc biểu quyết. Điều lệ của công ty hay pháp luật qui định có thể thay đổi quyền biểu quyết của cổ đông. Thí dụ, chủ sở hữu cổ phần ưu đãi cổ tức thường không được quyền biểu quyết. Hay, theo điều lệ công ty, cổ phần ưu đãi biểu quyết có thể có quyền biểu quyết lớn hơn cho một cổ phần. Tức, quyền kiểm soát lớn hơn hay nhỏ quyền sở hữu.

4.2. Đăng ký của doanh nghiệp

Về hình thức pháp lý, các doanh nghiệp gia đình trên thế giới tồn tại dưới rất nhiều hình thức pháp lý, như: doanh nghiệp tư nhân (Sole proprietorship), công ty hợp doanh (Partnership), công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần dạng S, dạng C, các công ty mẹ, công ty giao dịch

đại chúng được kiểm soát bởi gia đình. Theo luật công ty của các nước thì quyền kiểm soát theo loại hình doanh nghiệp là có khác nhau. Một số quốc gia ban hành một đạo luật riêng về doanh nghiệp gia đình để có những chính sách phù hợp giúp doanh nghiệp gia đình duy trì và phát triển. Malta, đã ban hành Luật Doanh nghiệp gia đình có hiệu lực từ năm 2017, trong đó có các định nghĩa về “thành viên gia đình”, “chủ sở hữu”, “doanh nghiệp gia đình”. Luật cũng qui định doanh nghiệp gia đình gồm ít nhất là 2 chủ sở hữu là thành viên của cùng một gia đình. Quyền kiểm soát được qui định cụ thể cho từng loại hình doanh nghiệp đăng ký theo luật.

4.3. Qui định về kiểm soát

Sự kiểm soát của gia đình là điều kiện quan trọng để phân biệt doanh nghiệp gia đình và không phải gia đình. Kiểm soát có thể là trực tiếp hoặc gián tiếp. Kiểm soát có thể dựa vào việc nắm giữ phần lớn quyền biểu quyết nhưng cũng có thể xuất phát từ những thỏa thuận với các cổ đông hay thành viên của doanh nghiệp. Gia đình có thể kiểm soát doanh nghiệp một cách có hiệu quả mà dù nắm quyền sở hữu và quyền biểu quyết không chi phối, thậm chí không có quyền sở hữu cổ phần trong doanh nghiệp.

Kiểm soát doanh nghiệp được định nghĩa khác nhau theo Luật doanh nghiệp của các nước. Theo Luật Công ty của Anh (2006) cũng như theo Qui định của EU (Directive 2013/34/EU), kiểm soát doanh nghiệp được xác định dựa trên một trong các điều kiện sau: (1) Nắm giữ đa số quyền biểu quyết; (2) Có quyền chỉ định hay bãi miễn phần lớn thành viên hội đồng quản trị; (3) Có quyền thực hiện những ảnh hưởng chi phối theo qui định của điều lệ hay hợp đồng kiểm soát; (4) Có quyền kiểm soát một mình hay cùng phối hợp với người khác nắm đa số quyền biểu quyết. Ở châu Đại Dương (Oceania), chuẩn mực kế toán định nghĩa “kiểm soát” là “khả năng của một thực thể (Entity) chi phối quyết định một cách trực tiếp hay gián tiếp liên quan đến chính sách tài chính hay hoạt động của một thực thể khác bằng cách buộc thực thể khác phải hoạt động và theo đuổi những mục tiêu của thực thể kiểm soát”. Từ những khác biệt về khái niệm kiểm soát ở trên, để xác định doanh nghiệp do gia đình kiểm soát cần phải áp dụng định nghĩa về kiểm soát.

5. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc xác định doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam

5.1. Quan niệm về gia đình

Từ những khái niệm về gia đình được nêu tại mục 2.1 cho thấy, từ “Family” trong tiếng Anh mang cả khái niệm đồng họ trong tiếng Việt. Do vậy, ở Việt Nam, việc tham gia của thành viên gia đình có thể thấp hơn và việc kế thừa trong các doanh nghiệp gia đình có xu hướng ngắn hơn so với các nước do tính chất thế hệ. Điều này ảnh hưởng đến việc xác định tiêu chí tham gia của các thành viên gia đình trong doanh nghiệp gia đình.

5.2. Vấn đề chính trị và luật pháp

Cho đến nay, Nhà nước Việt Nam vẫn xác định kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo và kinh tế tư nhân là động lực quan trọng. Đối với lĩnh vực kinh tế tư nhân, Nhà nước khuyến khích phát triển các hình thức doanh nghiệp cổ phần; khuyến khích hình thành doanh nghiệp lớn, thương hiệu mạnh. DNVVN, hộ kinh tế gia đình, doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ được giúp đỡ để phát triển. Về kinh tế hợp tác, Nhà nước tạo điều kiện cho kinh tế hộ gia đình phát triển có hiệu quả trên các lĩnh vực nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2016).

Với những quan điểm nêu trên, doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam sẽ tồn tại và phát triển chủ yếu dưới hình thức kinh tế hộ gia đình, các DNVVN, các doanh nghiệp cổ phần (bao gồm công ty TNHH và công ty cổ phần). Kinh tế hộ gia đình và kinh tế cá thể có vai trò quan trọng, nhất là trong lĩnh vực nông nghiệp và ở nông thôn. Đây có được xem là doanh nghiệp gia đình hay không là vấn đề quan trọng. Những quan điểm về vai trò của doanh nghiệp gia đình có thể sẽ ảnh hưởng đến việc xác định tỷ lệ nắm giữ phần vốn để xác định quyền kiểm soát trong doanh nghiệp gia đình.

5.3. Thị trường vốn

Định nghĩa doanh nghiệp gia đình có thể được hiểu mạnh ở quyền sở hữu gia đình, quyền quản trị của gia đình, sự tham gia của gia đình hay một số điều kiện khác. Trong một thị trường vốn mà quyền sở hữu trong các doanh nghiệp được phân tán cho nhiều cổ đông nhỏ thì ở đó quyền kiểm soát chủ yếu sẽ tập trung vào tay của các nhà quản trị (Berle và Means, 1932). Những nghiên cứu thị trường vốn của Mỹ vào trước những thập

niên 1970 cho thấy điều đó. Những nghiên cứu sau những năm 1980 đã cho thấy, tỷ lệ nắm giữ cổ phần của cổ đông ít phân tán hơn và những nhà quản trị của các doanh nghiệp lớn có tỷ lệ nắm giữ quyền biểu quyết trực tiếp hay gián tiếp lớn hơn (Demsetz, 1983; Holderness và Sheehan, 1988). Nghiên cứu của Frank và Mayer (2001) đã cho thấy ở Đức, năm 1980 có đến 85% công ty có cổ đông lớn chiếm trên 25% vốn của công ty. Nghiên cứu của Prowse (1992), cho thấy ở Nhật Bản, năm 1984, 5 cổ đông lớn nắm giữ khoảng 33% vốn cổ phần của công ty.

Kết quả của những nghiên cứu trên cho thấy, thị trường vốn ảnh hưởng đến tỷ lệ nắm giữ quyền kiểm soát của các cổ đông kết khối và cổ đông lớn. Từ đó, việc xác định tỷ lệ nắm giữ của cổ đông hay nhóm cổ đông để xác định là doanh nghiệp gia đình có thể thay đổi theo trường hợp cụ thể và cho từng giai đoạn thời gian cụ thể.

6. Giải pháp cho vấn đề định nghĩa về doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam

6.1. Tiếp cận về định nghĩa

Để xây dựng các tiêu chí xác định một doanh nghiệp gia đình, chúng ta cần tham khảo một số định nghĩa được chấp nhận rộng rãi có xét đến điều kiện đặc thù ở Việt Nam.

Theo P. Davis (1998), "Các doanh nghiệp gia đình là những doanh nghiệp mà ở đó chính sách và quyết định là đối tượng của sự ảnh hưởng đáng kể bởi một hay nhiều gia đình. Sự ảnh hưởng này được thực hiện thông qua quyền sở hữu và đôi khi thông qua sự tham gia của các thành viên của gia đình trong ban điều hành. Nó là sự tương tác giữa hai thành phần của các tổ chức - là gia đình và kinh doanh (doanh nghiệp), thiết lập những tính chất căn bản của một doanh nghiệp gia đình và xác định tính đơn nhất của nó".

Theo Sciascia and Mazzola (2008), doanh nghiệp gia đình là doanh nghiệp mà trong đó việc kiểm soát của gia đình đối với doanh nghiệp được thực hiện thông qua việc tham gia sở hữu và những vị trí trong ban điều hành. Gia đình tham gia vào quyền sở hữu và gia đình tham gia vào việc điều hành được do bằng phần trăm vốn chủ sở hữu được nắm giữ bởi các thành viên trong gia đình và phần trăm của những nhà quản trị doanh nghiệp cũng là các thành viên của gia đình.

Theo Viện Doanh nghiệp gia đình (The Family

Firm Institute, 2014), một doanh nghiệp gia đình là một sự mạo hiểm kinh tế theo đó 2 người hay nhiều hơn là thành viên của một gia đình hay nhóm gia đình có một lợi ích trong việc sở hữu và một sự cam kết đối với sự tiếp tục tồn tại của doanh nghiệp. Doanh nghiệp gia đình là một doanh nghiệp được quản trị hay/và điều hành với một ý định hình thành hay/và theo đuổi một tầm nhìn của doanh nghiệp được duy trì bởi một liên minh chi phối được kiểm soát bởi các thành viên của cùng một gia đình hay một số ít các gia đình theo cách mà các thế hệ nối tiếp của gia đình hay các gia đình có khả năng được duy trì.

Theo European Union (2009), một doanh nghiệp là doanh nghiệp gia đình nếu: (1) Phần lớn quyền ra quyết định là thuộc quyền của thể nhân (các thể nhân) là những người đã thiết lập doanh nghiệp, hay thuộc quyền của những thể nhân là những người đã chiếm hữu vốn cổ phần của doanh nghiệp hay thuộc quyền của vợ/chồng của họ, bố mẹ, con hay những người thừa kế trực tiếp của con cái; các quyền ra quyết định trực tiếp hay gián tiếp; (2) Ít nhất có một đại diện của gia đình hay đồng họ tham gia chính thức trong việc quản trị của doanh nghiệp; (3) Các công ty đại chúng niêm yết đáp ứng định nghĩa của doanh nghiệp gia đình nếu người thiết lập hay chiếm hữu doanh nghiệp (vốn cổ phần) hay những gia đình của họ hoặc những người kế thừa sở hữu 25% của các quyền ra quyết định đã được ủy nhiệm bởi vốn cổ phần của họ.

"Global Family Busines Index" phân loại doanh nghiệp gia đình nếu là một doanh nghiệp tư nhân (Private) thì gia đình nắm giữ nhiều hơn 50% quyền biểu quyết; nếu là doanh nghiệp đại chúng (Public) thì gia đình phải nắm giữ ít nhất là 32% quyền biểu quyết.

Ở một số quốc gia, nhiều doanh nghiệp đại chúng lớn nhất được niêm yết là những công ty sở hữu gia đình (Family-owned). Một doanh nghiệp sở hữu gia đình nếu một người đang là cổ đông kiểm soát (Controlling shareholder). Có nghĩa là, một cá nhân có thể thu gom đủ số lượng cổ phiếu để đảm bảo ít nhất 20% quyền biểu quyết và là số phần trăm quyền biểu quyết cao nhất so với các cổ đông còn lại.

Một số nhà nghiên cứu tranh luận về một định nghĩa rộng hơn của một doanh nghiệp gia đình kết

hợp chặt chẽ với mức độ kiểm soát đối với những quyết định chiến lược bởi gia đình và ý định từ bỏ hoạt động kinh doanh trong gia đình. Shankar và Astrchan (1996) cho rằng các tiêu chí được sử dụng để định nghĩa một doanh nghiệp gia đình có thể bao gồm. Phần trăm sở hữu, kiểm soát quyền biểu quyết, quyền lực liên quan đến những quyết định chiến lược, sự tham gia của nhiều thế hệ và việc điều hành chủ động, tích cực của các thành viên gia đình.

Từ các định nghĩa nêu trên có thể thấy, định nghĩa thứ 1-3 là các định nghĩa mang tính học thuật cổ điển được đưa ra bởi các nhà học thuật trong lĩnh vực này, trước tiên là mang tính mô tả. Các định nghĩa thứ 4 và 5 được các nhà hoạt động thực tiễn nêu ra, mang tính tập quán và nhấn mạnh đến sự tiếp nối. Một số định nghĩa theo tiếp cận cấu trúc - định nghĩa dựa vào quyền sở hữu

và/hoặc việc điều hành của doanh nghiệp gia đình. Một số khác tiếp cận theo quá trình - việc định nghĩa dựa vào cách thức mà gia đình tham gia vào doanh nghiệp gia đình. Cũng có định nghĩa vừa trên cơ sở cấu trúc vừa trên cơ sở quá trình. Hầu hết trong các định nghĩa, thuật ngữ "Family" là khái niệm gia đình mở rộng (Extended Family) gần như khái niệm "đòng họ" trong tiếng Việt.

6.2. Đề xuất các tiêu chí để định nghĩa doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam

Nói chung, các tiêu chí được sử dụng phổ biến để định nghĩa doanh nghiệp gia đình là: Quyền sở hữu và kiểm soát; quản trị và điều hành; sự đa thế hệ; chủ định về kế thừa trong gia đình; sự ảnh hưởng về những quyết định và hành vi (quyền lực, trải nghiệm và văn hóa). Trong điều kiện ở Việt Nam, tác giả đề xuất các tiêu chí được nêu tại Bảng 1.

Bảng 1. Các tiêu chí để xác định doanh nghiệp gia đình ở Việt Nam

STT	Tiêu chí	Điều kiện
1	Quyền sở hữu	- Nhà nước không sở hữu trực tiếp hay gián tiếp (qua doanh nghiệp nhà nước hay các tổ chức của nhà nước) từ 25% trở lên - Các thành viên gia đình mở rộng chiếm trên 50% vốn cổ phần đối với công ty không đại chúng (công ty tư nhân) - Các thành viên gia đình mở rộng chiếm trên 35% vốn cổ phần đối với công ty đại chúng
2	Quyền kiểm soát	- Các thành viên gia đình mở rộng trực tiếp hoặc gián tiếp kiểm soát 50% quyền biểu quyết của công ty không đại chúng - Các thành viên gia đình mở rộng trực tiếp hoặc gián tiếp kiểm soát 35% quyền biểu quyết của công ty đại chúng
3	Tham gia của thành viên gia đình	- Là cổ đông, người sáng lập và là chủ tịch HĐQT kiêm CEO; - Đa số thành viên HĐQT và thành viên gia đình - Đa số thành viên ban điều hành là thành viên gia đình và đa số trong số đó là thành viên HĐQT
4	Kế thừa	Từ thế hệ thứ hai trở đi
5	Ảnh hưởng của gia đình	Doanh nghiệp tự xác định là công ty gia đình và mang họ (tên) của gia đình

Nguồn: Tác giả đề xuất

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Astrachan, J.H.; Klein, S.B.; Smyrnios, K.X. (2002). *The F-PEC scale of family influence: A proposal for solving the family business definition problem. Fam. Bus. Rev. 15, 45-58.*
2. Barnes, L. and Hershon, S. (1976). *Transferring power in the family business. Family Business Review. Vol. 7, No. 4, pp.377-392.*
3. Berle, A. A., and Means, G. (1932). *The Modern Corporation and Private Property. Macmillan, New York.*
4. Jess Chua H., James J. Chrisman & Pramodit Sharma (1999). *Defining the famali business. Entrepreneurship theory and Practice, Summer, 1999.*
5. Chrisman, J.J.; Chua, J.H.; Lit, R.A. (2004). *Comparing the agency costs of family and non-family firms: Conceptual issues and exploratory evidence. Entrep. Theory Pract, 28, 335-354.*
6. Chrisman J.J., Chua, J.H. and Sharma, P. (2005). *Trends and directions in the development of a strategic management theory of the family firm. Entrepreneurship: Theory and Practice. Vol. 29, pp.555-575.*
7. Claver Cortés, E.; Rienda García, L. and Quer Ramón, D. (2006). *Family and non-family business behaviour in foreign markets: A comparative study, Cuadernos de Gestión Vol. 6, (2), pp. 11-25.*
8. Corbetta, G. (1995). *Patterns of development of family businesses in Italy. Family Business Review. Vol. 8, No. 4, pp.255-265.*
9. David, P. and P. Harvestone (1998). *The influence of Family on Family Business Succession Process: A Multigenerational Perspective. Enterpreneurship: Theory and Practice, 22:31-53.*
10. Demsetz, H., (1983). *The structure of ownership and the theory of the firm. The Journal of Law & Economics, 26, 375-390.*
11. Franks, J., and Mayer, C. (2001). *Ownership and control of German corporations. Review of Financial Studies. 14, 943-977.*
12. Henrik Harms (2014). *Review of Family Business Definitions: Cluster Approach and Implications of Fetergeneous Application for Family Business Research International Journal of Financial Studies, ISSN 2227-7072, July 2014, 2, 280-314.*
13. Kayser, G.; Wallau, F. *Industrial family businesses in Germany-situation and future. Family Business Review. 2002, 15, 111-115.*
14. Ministry for the Economy Investment and Small Business (2015). *The Family Business Act: White paper, October, 2015.*
15. Le Breton-Miller, I. and Miller, D. (2009). *Agency vs. stewardship in public family firms: A social embeddedness reconciliation, Entrepreneurship: Theory and Practice, Vol. 33 (6), pp. 1169-1191.*
16. Lyman, A.R. (1991). *Customer service: does family ownership make a difference?. Family Business Review. Vol. 4, No. 3, pp.303-324.*
17. Miller, E. J., & Rice, A. K. (1967). *Systems of organizations. London: Tavistock.*
18. Danny Miller, Isabelle Le Breton-Miller, Recharh H. Lester, Abert A. Cannella (2007). *Are Family Firms Really Superior Performer? Fournal of Corporate Finance, Vol.13 (5), pp 829-858.*
19. Vincent Morina, M. Azucena and Rutterford, Jannette (2010). *Towards a theory of family firm: Approach to an operational definition and a framework for family business research. Europaen Academic Publishers, Madrid.*
20. Myriam Cano-Rubio, Guadalupe Fluente-Lombardo, Manuel Carlo Vallejo-Martos (2017). *Influence of the lack of standard definition of "family business" on research into their international strategies. European Reaserch on Management and Business Ecinomics, 23(2017) 132-146.*

21. Paolo Di Toma and Stefano Montanari (2010). *The definitional dilemma in family business research: Outline of ongoing debate. International Journal Entrepreneurial Venturing*, Vol. 2, Nos 3 (4).
22. Pratt, J. and Davis, J. (1986). *Measurement and Evaluation of Population of Family-Owned Businesses. U.S. Small Business Administration Report No. 9202-ASE-85 Government Printing Office, Washington, D.C.*
23. Prowse, S. D. (1992). *The structure of corporate ownership in Japan The Journal of Finance*, 47, 1121-1140.
24. Ronald C. Anderson and David M. Reeb (2003). *Founding-Family Ownership and Firm Performance: Evidence from the S&P 500.*
25. Salvatore Sciascia and Pietro Mazzola (2008). *Family Involvement in Ownership and Management: Exploring Nonlinear Effects on Performance.* <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1741-6248.2008.00133.x>
26. Sirmon, D.G. and Hitt, M.A. (2003). *Managing resources: Linking unique resources, management, and wealth creation in family firms. Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 27 (4) pp. 339-358
27. Smyrnios, K., Tanewski, G. and Romano, C. (1998). *Development of a measure of the characteristics of family business Family Business Review*, Vol. 11, pp.49-60.

Ngày nhận bài: 9/7/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/7/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/7/2019

Thông tin tác giả:

TS. VÕ TẤN PHONG

Đại học Lạc Hồng, Đồng Nai

CRITERIA TO DEFINE FAMILY BUSINESSES IN VIETNAM

● Ph.D VOTAN PHONG

Lac Hong University

ABSTRACT:

There have been many approaches and criteria to define family businesses. It shows that the research on family businesses has not been built on a consistent basis about the subject of the study, hence the progress of the scientific field may be hindered. Countries and researchers have made great efforts to address this problem. In Vietnam, there are currently no criteria to determine a family business. This has led to a lack of statistical reliability, hindering research on family businesses and creating difficulties in establishing development policies. This study provides recommendations on approaches and criteria to define family businesses in Vietnam.

Keywords: Family businesses activities, family businesses, family owned companies, family controlled companies.