

CHIA SẺ TRI THỨC TRONG DOANH NGHIỆP VIỄN THÔNG VIỆT NAM

Nguyễn Thị Phương Linh*, Lê Phạm Khánh Hòa**, Nguyễn Văn Hậu***

Ngày nhận: 15/7/2015

Ngày nhận bản sửa: 25/7/2015

Ngày duyệt đăng: 25/7/2015

Tóm tắt:

Nghiên cứu này tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhân tố tới quan điểm về chia sẻ tri thức; quan điểm về chia sẻ tri thức và ý định về chia sẻ tri thức; ý định về chia sẻ tri thức và hai quá trình truyền đạt, thu nhận tri thức; mức độ công nghệ thông tin - truyền thông và hai quá trình truyền đạt, thu nhận tri thức. Dữ liệu được thu thập từ 234 nhân viên ở các phòng ban như nghiên cứu – phát triển, kỹ thuật, ... của một số doanh nghiệp viễn thông Việt Nam nhằm kiểm định giả thuyết bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Hầu hết các giả thuyết đều được ủng hộ, chỉ có hai giả thuyết về mối quan hệ giữa nhân tố khen thưởng - ưu đãi và quan điểm về chia sẻ tri thức, mức độ công nghệ thông tin - truyền thông và quá trình truyền đạt tri thức không đảm bảo mức ý nghĩa. Kết quả nghiên cứu đã đưa ra một vài gợi ý cho các nhà quản lý của doanh nghiệp viễn thông trong việc đẩy mạnh chia sẻ tri thức.

Từ khóa: chia sẻ tri thức, quan điểm về chia sẻ tri thức và ý định chia sẻ tri thức

Knowledge sharing in some Vietnam telecommunication companies

Abstract

The purpose of this study is to explore the relationship between several factors and attitude toward knowledge sharing; attitude toward knowledge sharing and intention to share knowledge; intention to share knowledge and two processes of knowledge donation and collection; the level of information and communication technology and two processes of knowledge donation and collection. Data were collected from 234 employees of some departments of Vietnam telecommunication companies such as R&D, technology. The hypotheses were tested using structural equation modeling technique (SEM). Most the hypotheses are supported, except two hypotheses about the relationships between rewards and attitude toward knowledge sharing, and the level of information and communication technology and knowledge donation. The results provide some suggestions for managers in the telecommunication companies in promoting knowledge sharing.

Key words: knowledge sharing, attitude toward knowledge sharing and intention to knowledge sharing

1. Giới thiệu chung

Chia sẻ tri thức là chủ đề được nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước tìm hiểu. Các nghiên cứu công bố đã đóng góp cả về mặt lý thuyết và thực tiễn về chia sẻ tri thức; tập trung tìm hiểu các quan niệm/thái độ về chia sẻ tri thức; các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi chia sẻ tri thức và đưa ra các đề

xuất đẩy mạnh chia sẻ tri thức trong các tổ chức. Tuy nhiên, nghiên cứu về chia sẻ tri thức tại các doanh nghiệp trong từng lĩnh vực vẫn còn bỏ ngỏ. Mỗi lĩnh vực nghiên cứu đều có đặc thù riêng, bản thân tri thức được chia sẻ cũng như quan điểm, ý định, hành vi chia sẻ tri thức của nhân viên trong từng lĩnh vực cũng khác nhau nên việc tìm hiểu vấn đề này trong

lĩnh vực viễn thông là điều cần thiết. Ở Việt Nam, ngành viễn thông có tốc độ tăng trưởng nhanh, các doanh nghiệp tập trung phát triển theo chiều rộng, không chú ý đến chiều sâu và chia sẻ tri thức là một giải pháp cho nhóm doanh nghiệp này nhằm mục tiêu phát triển bền vững. Nghiên cứu về chia sẻ tri thức trong lĩnh vực viễn thông hiện nay không nhiều, đồng thời thiếu những nghiên cứu về quan điểm và ý định chia sẻ tri thức cũng như hành vi chia sẻ tri thức của nhân viên trong các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực này. Chính vì vậy, nghiên cứu này sẽ tập trung vào tìm hiểu mối quan hệ giữa các nhân tố liên quan tới chia sẻ tri thức để từ đó đưa ra một số đề xuất cho nhà quản lý doanh nghiệp viễn thông trong việc đẩy mạnh chia sẻ tri thức đem lại lợi ích tiềm năng từ nguồn tri thức tích lũy của nhân viên.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Nhiều định nghĩa về chia sẻ tri thức được đưa ra bởi các học giả. Tuomi (1999) định nghĩa rằng chia sẻ tri thức là sự sẵn sàng của một người nào đó trong một tổ chức để truyền đạt những kiến thức đã có với những người khác. Van Den Hooff và De Ridder (2004) lại định nghĩa chia sẻ tri thức là một quá trình mà cá nhân thường trao đổi những kiến thức ẩn và hiện để tạo ra tri thức mới. De Vries (2006) thì cho rằng đây là quá trình cho và nhận tri thức. Đó cũng là quá trình trao đổi dữ liệu, thông tin, sự hiểu biết, kỹ năng, thông tin phản hồi và chuyên môn liên quan đến sản phẩm, thủ tục và quy trình (Myers và Cheung, 2008).

Chia sẻ tri thức mang lại nhiều giá trị cho doanh nghiệp. Thông qua việc chia sẻ tri thức, tổ chức có thể cải thiện hiệu quả của họ, giảm chi phí đào tạo và các rủi ro do không chắc chắn (Song, 2002). Khi tri thức không được chia sẻ trong tổ chức thì những lợi thế của tri thức sẽ không được thực tế hóa (Eugene & Khalil, 2011) và tri thức khi đó sẽ chỉ của riêng cá nhân và doanh nghiệp chỉ có thể thu lợi nếu những cá nhân được thuê có ý định áp dụng tri thức của họ.

Trong các cuộc thảo luận về tri thức, có một sự khác biệt quan trọng giữa hai quá trình cho và nhận tri thức: truyền đạt tri thức và thu nhận tri thức. Weggeman (2000) và Van der Rijt (2002) đã nghiên cứu sự khác biệt trong quá trình truyền đạt tri thức với quá trình thu nhận tri thức, trong đó: *truyền đạt tri thức* là chia sẻ với những người khác vốn tri thức của bản thân người sở hữu; *thu nhận tri thức* là tham

khảo ý kiến của các đồng nghiệp để họ chia sẻ vốn tri thức của chính họ.

Các nghiên cứu trước đây đã xác định mối quan hệ giữa các nhân tố liên quan tới chia sẻ tri thức trong các tổ chức. Nghiên cứu này, nhóm tác giả đưa ra một số giả thuyết như sau:

Sự thích thú trong giúp đỡ người khác được bắt nguồn từ khái niệm về lòng vị tha, ngược lại với sự ích kỷ, đó là niềm tin vào hành động vô tư và sự quan tâm không vụ lợi đối với lợi ích của người khác (Lin, 2007b). Osterloh và Frey (2000) đã lập luận rằng hoạt động chia sẻ tri thức được thúc đẩy bởi những động lực nội tại của chính người chia sẻ. Wasko và Faraj (2000) cũng đã chứng minh rằng các cá nhân về bản chất có động lực đóng góp tri thức vì họ thích giúp đỡ người khác. Vì vậy, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết thứ nhất như sau:

H1: Sự thích thú trong giúp đỡ người khác có ảnh hưởng tích cực đến quan điểm về chia sẻ tri thức

Tự chủ về tri thức được định nghĩa là niềm tin vào khả năng của một người để tổ chức và thực hiện các hành động cần thiết để quản lý các tình huống tương lai (Bandura, 1997). Hsu và Chiu (2004) tin rằng mong muốn chia sẻ tri thức là không đủ để thực hiện hành vi chia sẻ tri thức và một người sở hữu tri thức cũng phải có khả năng nhận thức để hoàn thành nó. Khi mọi người nghĩ rằng chuyên môn của họ có thể nâng cao hiệu quả làm việc và tăng năng suất, thái độ của họ về chia sẻ tri thức sẽ được thay đổi và kết quả là họ sẽ nghiêng nhiều hơn về việc chia sẻ tri thức với người khác (Shin và cộng sự, 2007). Từ đó, nghiên cứu này đề xuất giả thuyết thứ hai như sau:

H2: Tự chủ về tri thức có ảnh hưởng tích cực đến quan điểm về chia sẻ tri thức

Giá trị của tổ chức dựa trên định hướng tri thức, người quản lý nên biết làm thế nào để ảnh hưởng đến thái độ của người lao động bằng cách thực hiện và duy trì các giá trị và niềm tin tích cực về tri thức (Yu và cộng sự, 2004). Hỗ trợ của quản lý để chia sẻ tri thức được chứng minh là có quan hệ tích cực với nhận thức của người lao động về sự sẵn sàng chia sẻ tri thức (Connelly và Kelloway, 2003; Lin, 2007b). Lin (2007b) cũng cho rằng khả năng hỗ trợ của quản lý có thể giúp các nhân viên nhận thức tích cực về việc chia sẻ tri thức. Cho nên, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết thứ ba như sau:

H3: Sự hỗ trợ của quản lý có ảnh hưởng tích cực đến quan điểm về chia sẻ tri thức

Hansen & Avital (2005) cho rằng các yếu tố chính hình thành nên quan điểm của nhân viên về việc chia sẻ tri thức là cơ chế khuyến khích hay phần thưởng chính thức, đó là lý do tại sao họ tin rằng quan điểm của nhân viên đối với chia sẻ tri thức bị ảnh hưởng trực tiếp bởi các chính sách ưu đãi chính thức mà tổ chức đề xuất. Chaudhry (2005) kết luận rằng khen thưởng và ưu đãi chính là các yếu tố tạo cảm hứng để chia sẻ tri thức. Vì vậy, giả thuyết tiếp theo được đề xuất là:

H4: Khen thưởng và ưu đãi có ảnh hưởng tích cực đến quan điểm về chia sẻ tri thức

Ajzen và Fishbein (1980) tin rằng quan điểm có ảnh hưởng đến ý định thực hiện hành vi. Quan điểm có thể là một trung gian hòa giải giữa các yếu tố cá nhân và ý định chia sẻ tri thức (De Vries & cộng sự, 2006). Hơn nữa, quan điểm là một phần quan trọng của hệ thống nhận thức và có khả năng ảnh hưởng đến ý định chia sẻ kiến thức (Sun và Scott, 2005). Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết thứ năm là:

H5: Quan điểm có ảnh hưởng tích cực đến ý định chia sẻ tri thức

Ý định của một người để chia sẻ tri thức là một nhân tố quyết định tới hành vi mong muốn (Ryu và cộng sự, 2003). Là một yếu tố quan trọng trong

khuôn khổ TPB, ý định chia sẻ tri thức có thể có một tác động đáng kể đến hành vi chia sẻ tri thức. Nghiên cứu trước đây cho thấy tác động tích cực của ý định tới hành vi chia sẻ tri thức (Lin và Lee, 2004). Vì vậy, chúng tôi đề xuất các giả thuyết tiếp theo như sau:

H6a: Ý định chia sẻ tri thức có ảnh hưởng tích cực tới việc truyền đạt tri thức

H6b: Ý định chia sẻ tri thức có ảnh hưởng tích cực tới việc thu nhận tri thức

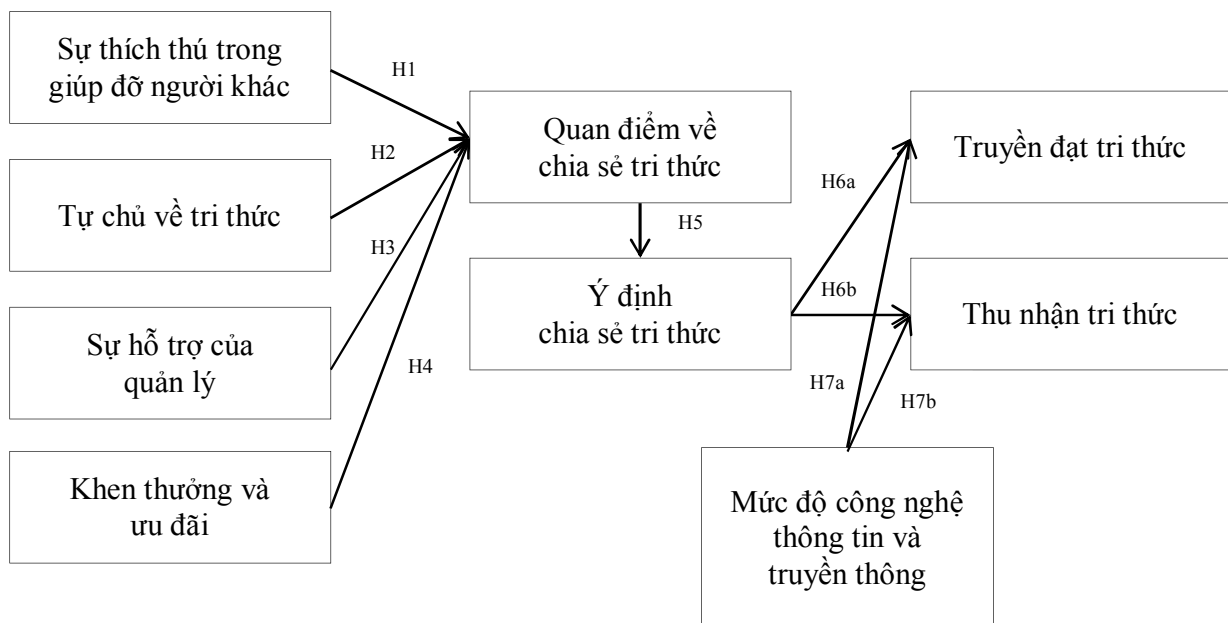
Bằng việc cải thiện khả năng tiếp cận tri thức và loại bỏ những trở ngại về không gian và thời gian giữa các nhân viên tri thức (knowledge workers), công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) có thể nâng cao mức độ chia sẻ tri thức (Hendriks, 1999). Công nghệ thông tin và truyền thông và khả năng của nó để truyền bá tri thức trên các đơn vị khác nhau của một tổ chức có thể cho phép sự linh hoạt tốt hơn về môi trường tổ chức phức tạp (Coakes, 2006). Do đó, chúng tôi đưa ra hai giả thuyết cuối cùng như sau:

H7a: Mức độ công nghệ thông tin và truyền thông ảnh hưởng tích cực tới việc truyền đạt tri thức

H7b: Mức độ công nghệ thông tin và truyền thông ảnh hưởng tích cực tới việc thu nhận tri thức

Mô hình nghiên cứu: dựa trên nghiên cứu định tính và định lượng, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Sau khi tiến hành nghiên cứu các dữ liệu thứ cấp, nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn sâu 10 nhân viên đến từ một số doanh nghiệp viễn thông trên địa bàn thành phố Hà Nội. Dựa trên kết quả phỏng vấn sâu, nhóm tác giả tiến hành xây dựng phiếu khảo sát để phục vụ công tác điều tra trên diện rộng. Trước khi tiến hành điều tra trên diện rộng, phiếu khảo sát được gửi tới 25 nhân viên để kiểm định thử.

Phiếu khảo sát về chia sẻ tri thức trong doanh nghiệp được hình thành dựa trên cơ sở kế thừa thang đo các biến đã được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây. Có 9 thang đo cho 9 biến trong mô hình với các biến quan sát (items) kế thừa từ các nghiên cứu trước, có bổ sung một vài quan sát do nhóm tác giả đề xuất thêm căn cứ vào nghiên cứu định tính.

Đối tượng được khảo sát là nhân viên trong một số doanh nghiệp Viễn thông như Viettel, Vinaphone, Mobifone, FPT tại Hà Nội, Hải Dương, Hòa Bình, Đà Nẵng và Hồ Chí Minh. Nhóm tác giả điều tra thông qua gửi phiếu khảo sát trực tiếp và thông qua mạng Internet (thư điện tử, mạng xã hội và các diễn đàn) nhờ công cụ google docs đến các đối tượng nghiên cứu. Thời gian thu thập dữ liệu được thực hiện từ tháng 4 đến tháng 6 năm 2015. Kết quả thu được 83 phiếu khảo sát trực tiếp và 178 phiếu qua mạng Internet. Sau khi sàng lọc các phiếu không hợp lệ do điền thiếu thông tin hoặc phần trả lời không đảm bảo độ tin cậy, nhóm tác giả thu được 234 phiếu khảo sát hợp lệ đưa vào sử dụng để phân tích.

Phương pháp phân tích dữ liệu được chia làm các

giai đoạn: thứ nhất, sử dụng công cụ SPSS 18.0 để phân tích Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA); thứ hai, sử dụng công cụ AMOS 20.0 để phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả mẫu

Về giới tính của người trả lời: 69,49% phiếu khảo sát được trả lời bởi nam giới; 30,51% phiếu khảo sát được trả lời bởi nữ giới. Sự chênh lệch này do nhân viên ở các doanh nghiệp viễn thông, tại các bộ phận như nghiên cứu và phát triển hay kỹ thuật mà nghiên cứu tiến hành khảo sát phần lớn là nam giới.

Về độ tuổi của người trả lời: 56,78% đối tượng trả lời khảo sát có độ tuổi từ 20 – 30 tuổi; còn lại 43,22% đối tượng trả lời khảo sát có độ tuổi từ 31 – 45 tuổi. Không có đối tượng nào có độ tuổi nằm ngoài các khoảng trên.

Về trình độ học vấn của người trả lời: 83,9% người trả lời có trình độ Cao đẳng/Đại học; còn lại 16,1% có người trả lời có trình độ Sau Đại học.

Về kinh nghiệm làm việc của người trả lời: 21,19% đối tượng khảo sát có kinh nghiệm làm việc từ 1 – 5 năm; 51,69% đối tượng khảo sát có kinh nghiệm làm việc từ 6 – 10 năm; 27,12% đối tượng khảo sát có kinh nghiệm làm việc từ 11 – 15 năm. Trong số 234 phiếu khảo sát hợp lệ, không có đối tượng khảo sát nào có kinh nghiệm làm việc dưới 1 năm hoặc trên 15 năm.

4.2. Kiểm định thang đo và các giả thuyết nghiên cứu

Bảng 1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

STT	Thang đo	Kí hiệu	Nguồn	Trước EFA		Sau EFA	
				Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha
1	Sự thích thú trong giúp đỡ người khác	En	Lin (2007a)	4	0,640	4	0,640
2	Tự chủ về tri thức	Se	Zahra và Mohammad (2010)	5	0,898	5	0,898
3	Sự hỗ trợ của quản lý	Ma	Lin (2007a)	4	0,884	4	0,884
4	Khen thưởng và ưu đãi	Re	Srivastava và cộng sự (2006); Sveiby (2001)	7	0,844	4	0,857
5	Quan điểm về chia sẻ tri thức	At	Zahra và Mohammad (2010)	5	0,852	5	0,852
6	Y định chia sẻ tri thức	In	Lin (2007a)	4	0,871	4	0,871
7	Truyền đạt tri thức	Do	Lin (2007a), Zahra và Mohammad (2010)	4	0,735	3	0,755
8	Thu nhận tri thức	Co	Lin (2007a), Zahra và Mohammad (2010)	6	0,866	6	0,866
9	Mức độ công nghệ thông tin và truyền thông	Te	Argyris và Schon (1978); Ducan (1972); Teece (1998)	7	0,713	7	0,713

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng SPSS 18.0

Bảng 2: Kết quả EFA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Se4	.860								
Se3	.837								
Se5	.832								
Se2	.704								
Se1	.689								
Te3		.807							
Te4		.733							
Te2		.721							
Te5		.698							
Te6		.687							
Te1		.657							
Te7		.519							
In2			.858						
In1			.850						
In3			.850						
In4			.504						
Co3				.878					
Co4				.824					
Co2				.764					
Co5				.738					
Co1				.683					
Co6				.712					
Re2					.816				
Re3					.807				
Re4					.788				
Re6					.619				
Re1									
Re7									
At3						.824			
At2						.786			
At1						.761			
At4						.750			
At5						.710			
Ma2							.822		
Ma3							.797		
Ma4							.758		
Ma1							.731		
Do4								.765	
Do1								.757	
Do3								.734	
Do2									
En1									.869
En2									.728
En4									.787
En3									.728
Eigenvalue	9,631	4,739	3,239	3,054	2,585	2,198	1,729	1,574	1,474

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng SPSS 18.0

Các thang đo trong nghiên cứu được kiểm định bởi hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và kết quả cho thấy các nhân tố đều đảm bảo độ tin cậy (bảng 1). Biến quan sát Re5 thuộc thang đo “khen thưởng và ưu đãi” bị loại do có hệ số tương quan giữa biến-tổng nhỏ hơn 0,3 (Nunnally và Burnstein, 1994).

Tiếp theo, nhóm tác giả tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) (bảng 2). Kết quả phân tích EFA cùng lúc 9 thang đo, ma trận xoay cho thấy có 9 thang đo được hình thành với Eigenvalue đều lớn hơn 1 và giải thích khoảng 72,259% sự biến thiên

của dữ liệu; thống kê KMO& Berlett có giá trị 0,751. Một số biến quan sát bị loại khi so sánh với các tiêu chí để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA hoặc để tạo giá trị phân biệt giữa các nhân tố là Do2, Re1, Re7.

Sau khi phân tích EFA được số lượng 9 thang đo, ta tính toán giá trị đại diện của 9 thang đo để tiến hành phân tích tương quan (bảng 3). Kết quả cho thấy các thang đo có mối quan hệ phù hợp với mô hình nghiên cứu và có ý nghĩa thống kê (sig. $\leq 5\%$), độ tin cậy $\geq 95\%$. Như vậy, kết quả thu được cho phép

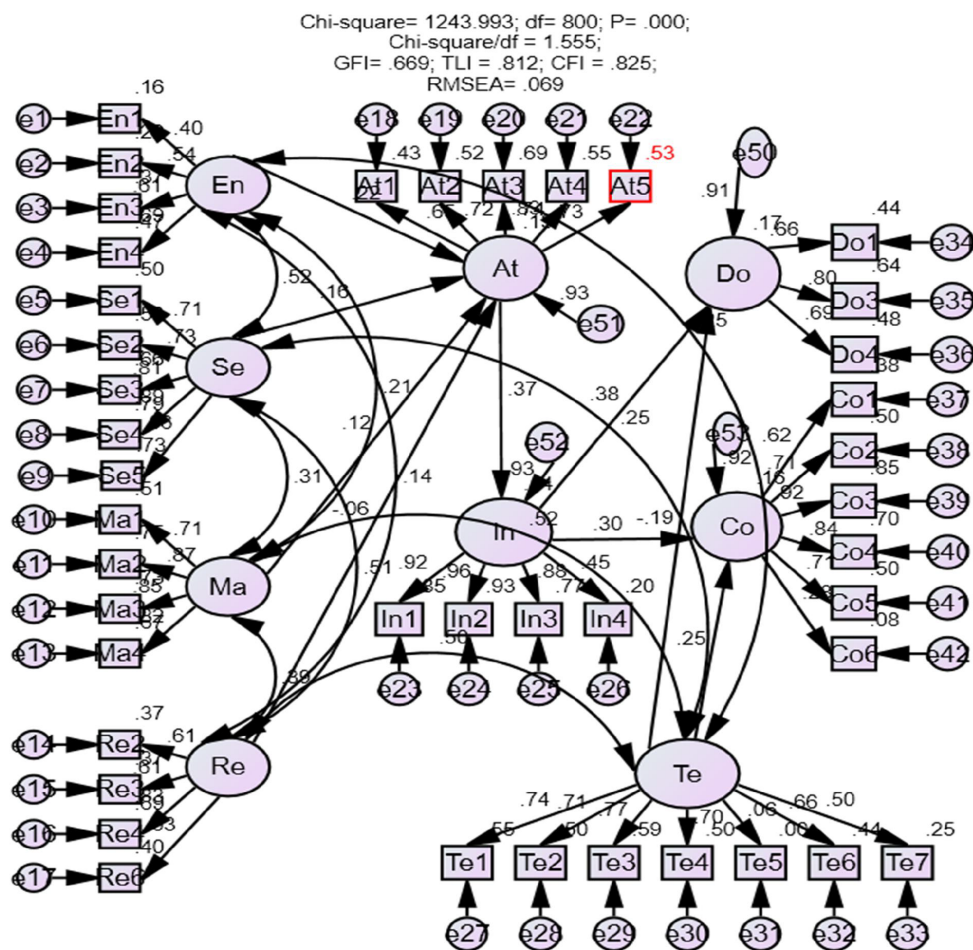
Bảng 3: Ma trận tương quan

		EN	SE	MA	RE	TE	AT	IN	DO	CO
EN	Pearson Correlation	1	.427**	.178	.151	.178	.269**	.207*	.097	.136
	Sig. (2-tailed)		.000	.055	.105	.055	.023	.055	.296	.144
SE	Pearson Correlation	.427**	1	.314**	.425**	.193*	.230*	.283**	.180	.262**
	Sig. (2-tailed)	.000		.051	.061	.077	.003	.102	.051	.074
MA	Pearson Correlation	.178	.314**	1	.302**	.398**	.144	.250**	.031	.329**
	Sig. (2-tailed)	.055	.061		.201	.070	.022	.067	.743	.200
RE	Pearson Correlation	.151	.425**	.302**	1	.321**	.017	.372**	.156	.304**
	Sig. (2-tailed)	.105	.100	.301		.100	.043	.100	.092	.101
TE	Pearson Correlation	.178	.193*	.398**	.321**	1	.091	.036	-.085	.109
	Sig. (2-tailed)	.055	.057	.100	.100		.330	.698	.010	.043
AT	Pearson Correlation	.269**	.230*	.144	.017	.091	1	.319**	.340**	.144
	Sig. (2-tailed)	.003	.013	.022	.003	.330		.000	.200	.122
IN	Pearson Correlation	.207*	.283**	.250**	.372**	.036	.319**	1	.405**	.343**
	Sig. (2-tailed)	.055	.052	.057	.100	.698	.100		.000	.000
DO	Pearson Correlation	.097	.180	.031	.156	-.085	.340**	.405**	1	.172
	Sig. (2-tailed)	.296	.051	.743	.092	.020	.100	.000		.064
CO	Pearson Correlation	.136	.262**	.329**	.304**	.109	.144	.343**	.172	1
	Sig. (2-tailed)	.144	.054	.080	.071	.043	.122	.000	.064	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

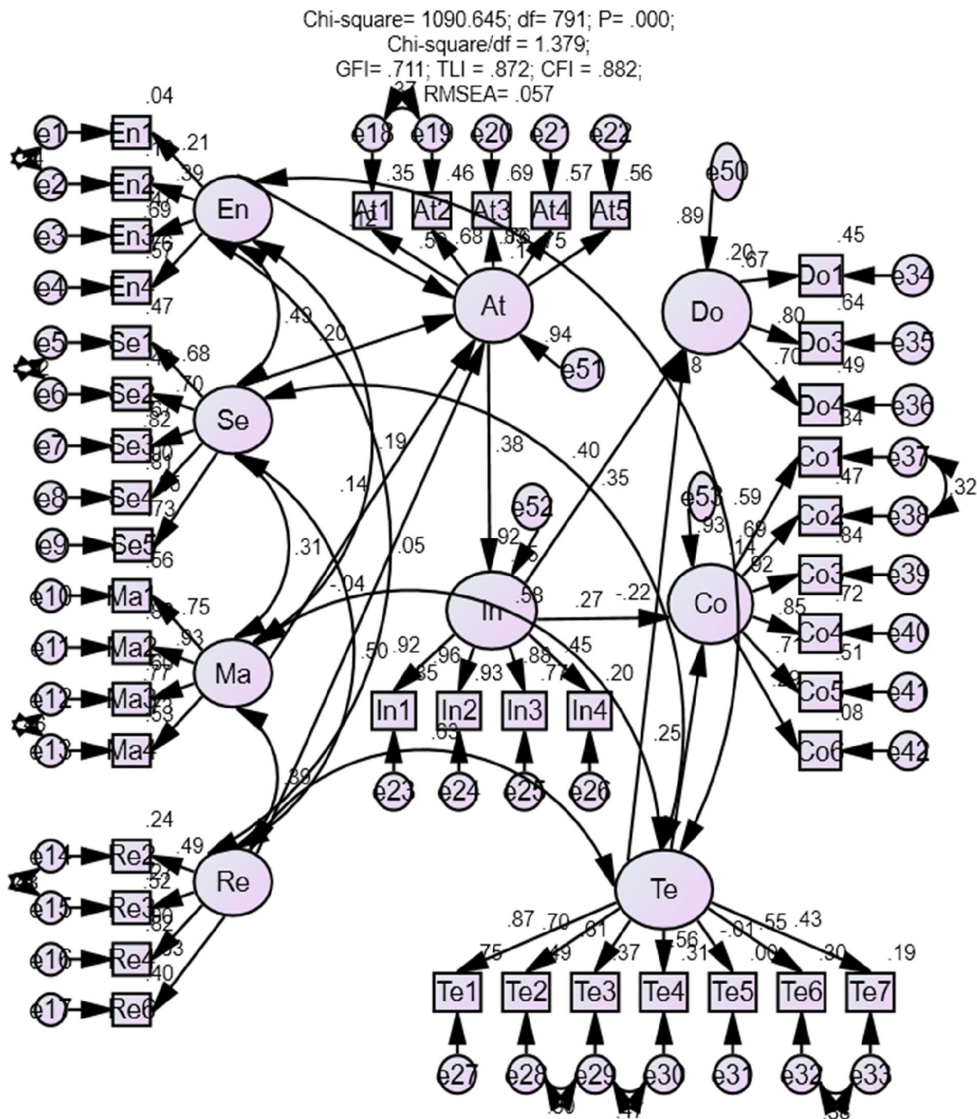
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng AMOS 20.0

Hình 2: Kết quả CFA (chuẩn hóa)



(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng AMOS 20.0)

Hình 3: Kết quả SEM mô hình lý thuyết (chuẩn hóa)



(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng AMOS 20.0)

Bảng 4: Kết quả kiểm định các giả thuyết

			Giá trị ước lượng trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị tới hạn	Mức ý nghĩa
At	<---	En	0,339	0,150	2,265	0,024
At	<---	Se	0,215	0,093	2,303	0,021
At	<---	Ma	0,184	0,108	1,705	0,038
At	<---	Re	0,177	0,113	1,556	0,120
In	<---	At	0,275	0,090	3,066	0,002
Do	<---	In	0,990	0,314	3,154	0,002
Co	<---	In	0,448	0,186	2,408	0,016
Do	<---	Te	0,570	0,278	2,049	0,051
Co	<---	Te	0,441	0,198	2,225	0,026

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng AMOS 20.0

nghiên cứu tiếp tục thực hiện các bước tiếp theo.

Tiếp theo, nhóm tác giả tiến hành phân tích nhân tố khẳng định (CFA) để kiểm định mức độ phù hợp của mô hình thang đo với dữ liệu thu thập được. Kết quả CFA thu được ở hình 2: Chi-square/df = 1,555; GFI = 0,669; TLI = 0,812; CFI = 0,825 và RMSEA = 0,069, chứng tỏ mô hình thang đo phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng để kiểm định mối quan hệ giữa các thang đo trong mô hình lý thuyết. Kết quả SEM được thể hiện ở hình 3 sau khi điều chỉnh các tham số MI: Chi-square/df = 1,379; GFI = 0,711; TLI = 0,872; CFI = 0,882 và RMSEA = 0,057. Vì là nghiên cứu mới với các thang đo đang cần được điều chỉnh nên các giá trị nêu trên là phù hợp, mô hình lý thuyết thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình lý thuyết được thể hiện trong Bảng 4.

Bảng 4 cho thấy kết quả kiểm định các giả thuyết từ kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) thì các giả thuyết được chấp nhận là H1, H2, H3, H5, H6a, H6b và H7b. Hai giả thuyết bị loại bỏ do không đảm bảo mức ý nghĩa là giả thuyết H4 và H7a.

5. Kết luận

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu và hàm ý cho nhà quản trị

Mục đích chính của nghiên cứu này là xác định mối quan hệ giữa các nhân tố liên quan đến chia sẻ tri thức. Sau khi kiểm định các giả thuyết, một số kết luận và hàm ý cho nhà quản lý doanh nghiệp viễn thông được đưa ra như sau:

Sự thích thú trong giúp đỡ người khác, tự chủ về tri thức và sự hỗ trợ của quản lý có ảnh hưởng tích cực tới quan điểm về chia sẻ tri thức. Kết quả này thống nhất với một vài nghiên cứu trước như Hsu và Chiu (2004), Bock và cộng sự (2005), Lin (2007a), Zahra và Mohammad (2010). Khi bản thân nhân viên thích giúp đỡ người khác, có niềm tin vào tri thức và sự chia sẻ tri thức cũng như nhận được sự khích lệ từ phía người quản lý thì họ sẽ có quan điểm tích cực về chia sẻ tri thức, coi đó là công việc thực sự hữu ích. Như vậy, người quản lý ngoài việc đưa ra các khuyến khích vật chất và tinh thần còn cần tạo môi trường để nhân viên có thể tự do chia sẻ tri thức.

Quan điểm về chia sẻ tri thức có ảnh hưởng tích

cực tới ý định chia sẻ tri thức. Quan điểm trong nghiên cứu này được xem như mức độ cảm nhận tích cực của một người về chia sẻ tri thức. Kết quả rút ra có sự thống nhất với một vài nghiên cứu khác về mối quan hệ giữa quan điểm về chia sẻ tri thức và ý định chia sẻ tri thức như Bock và cộng sự (2005), Kuo và Young (2008), Gowming và cộng sự (2010). Điều này hoàn toàn có nghĩa trong thực tiễn bởi khi nhân viên có quan điểm tích cực về chia sẻ tri thức thì dẫn tới họ sẽ có ý định chia sẻ tri thức. Nhà quản lý muốn nhân viên có ý định chia sẻ tri thức cần có biện pháp để tăng tính tích cực trong quan điểm về chia sẻ tri thức của nhân viên.

Ý định chia sẻ tri thức sẽ tác động thuận chiều tới hai quá trình là truyền đạt tri thức và thu nhận tri thức. Kết quả này cũng được chỉ ra trong nghiên cứu của Zahra và Mohammad (2010) để đưa đến gợi ý rằng nhà quản lý muốn nhân viên tích cực truyền đạt tri thức mình có và tích cực thu nhận tri thức từ người khác thì phải tác động tới ý định chia sẻ tri thức của họ.

Mức độ công nghệ thông tin và truyền thông tác động tích cực tới việc thu nhận tri thức. Kết luận này đã xuất hiện trong nghiên cứu của Zahra và Mohammad (2010) để chỉ ra rằng cơ sở hạ tầng, nền tảng công nghệ và các phần mềm được doanh nghiệp sử dụng có ảnh hưởng thuận chiều tới việc thu nhận tri thức của nhân viên. Đây là một gợi ý cho những nhà quản lý doanh nghiệp viễn thông khi vẫn còn băn khoăn về việc nên hay không đầu tư vào công nghệ thông tin và truyền thông để tăng cường việc thu nhận tri thức của nhân viên.

Hai giả thuyết bị loại bỏ về mối quan hệ giữa khen thưởng và ưu đãi với quan điểm về chia sẻ tri thức cùng mức độ công nghệ thông tin và truyền thông với quá trình truyền đạt tri thức. Đây là những kết quả không được kỳ vọng xảy ra trước khi nghiên cứu định lượng thực hiện. Khen thưởng và ưu đãi không có ý nghĩa đối với quan điểm về chia sẻ tri thức cũng là kết luận của nghiên cứu của Peihua và Fung (2012) và Zahra và Mohammad (2010). Kohn (1993) và Bock và Kim (2002) chỉ ra rằng khen thưởng và ưu đãi chỉ có hiệu quả ở giai đoạn đầu của quản trị tri thức, ví dụ như khen thưởng chỉ như một khởi đầu để chia sẻ tri thức chứ không phải là một yếu tố bền vững để hình thành thái độ của một người. Peihua và Fung (2012) lại giải thích rằng có thể do hành vi chia sẻ tri thức ít khi được xem xét

trong hệ thống đánh giá thành tích cá nhân tại doanh nghiệp. Trong khi đó, mức độ công nghệ thông tin và truyền thông không có ý nghĩa với quá trình truyền đạt tri thức nhưng lại có ý nghĩa với quá trình thu nhận tri thức. Kết luận này từng được Lin (2007a) công bố trong nghiên cứu của mình. Nghiên cứu của Bock và Kim's (2002) cũng chỉ ra rằng mức độ công nghệ thông tin và truyền thông của cá nhân không có ý nghĩa rõ rệt lên hành vi chia sẻ tri thức. Các công cụ công nghệ thông tin và truyền thông sử dụng nhằm hỗ trợ chia sẻ tri thức đôi khi không thực sự ảnh hưởng tới quá trình truyền đạt tri thức của các nhân viên trong doanh nghiệp.

5.2. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Thứ nhất, các nghiên cứu trước đây còn chỉ ra nhiều nhân tố khác tác động đến quan điểm về chia sẻ tri thức ngoài sự thích thú trong giúp đỡ người

khác, tự chủ về tri thức, sự hỗ trợ của quản lý, khen thưởng và ưu đãi được đề cập trong nghiên cứu này.

Thứ hai, nghiên cứu chưa tìm hiểu tác động của các biến trung gian và điều tiết khi mà sự ảnh hưởng của các biến này có thể đưa ra những kết luận mới cho nghiên cứu

Thứ ba, một số kết quả không được kỳ vọng xảy ra trước khi nghiên cứu định lượng thực hiện chưa được nghiên cứu phân tích và làm rõ.

Thứ tư, sự khác biệt giữa chia sẻ tri thức trong doanh nghiệp viễn thông với các doanh nghiệp khác chưa được mô tả rõ ở mô hình nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và kết luận.

Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo của nhóm tác giả sẽ khắc phục những hạn chế đã nêu ở trên để hoàn thiện việc nghiên cứu về chia sẻ tri thức trong doanh nghiệp viễn thông Việt Nam. □

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. và Fishbein, M. (1980), *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs, Prentice-Hall, New Jersey.
- Argyris, C. và Schon, D.A. (1978), *Organizational Learning*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Bandura (1997), *Self-efficacy: The exercise of control*, New York: Freeman.
- Bock, G.W. và Kim, Y.G. (2002), 'Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing', *Information Resource Management Journal*, tập 15 số 2, trang 14-21.
- Bock, G.W., Zmud, R.W., Kim, Y.G. và Lee, L.N. (2005), 'Behavioral intention formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators', *MIS Quarterly*, tập 29 số 1, trang 87-111.
- Chaudhry, A.B. (2005), *Knowledge Sharing Practices in Asian Institutions: A Multi-Cultural Perspective from Singapore*, IFLA 2005.
- Coakes, E. (2006), 'Storing and sharing knowledge: supporting the management of knowledge made explicit in transnational organisations', *The Learning Organization*, tập 13 số 6, trang 579-593.
- Connelly, C.E. và Kelloway, E.K. (2003), 'Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures', *Leadership & Organization Development Journal*, tập 24 số 5/6, trang 294-301.
- De Vries, R.E., Van den Hooff, B. và De Ridder, J.A. (2006), 'Explaining knowledge sharing: the role of team communication styles, job satisfaction, and performance beliefs', *Communication Research*, tập 33 số 2, trang 115-135.
- Ducan, R. (1972), 'Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty', *Administrative Science Quarterly*, tập 17 số 3, trang 313-327.
- Eugene, O.K. và Khalil, M.N. (2011), 'Individual Factors and Knowledge Sharing', *American Journal of Economics and Business Administration*, tập 3 số 2, trang 66-72.
- Gowming, D., Chau, G.L. và Martin, G. (2010), 'Knowledge-sharing intention in Vietnamese organizations', *The journal of information and knowledge management systems*, tập 40 số 3/4, trang 262-276.
- Hansen, S. và Avital, M. (2005), 'Share and Share Alike: The Social and Technological Influences on Knowledge Sharing Behavior, Sprouts: Working Papers on Information Environments', *System and Organizations*, tập 5 số

- 1, trang 1-19.
- Hendriks, P.H.J. (1999), 'Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing', *Knowledge and Process Management*, tập 6 số 2, trang 91-100.
- Kline, R. (2005), *Principles and practices of structural equation modeling*, Guilford Press, New York.
- Hsu, M.H. và Chiu, C.M. (2004), 'Internet self-efficacy and electronic service acceptance', *Decision Support Systems*, tập 38 số 3, trang 369-381.
- Kohn, A. (1993), 'Why Incentives Plans Cannot Work', *Harvard Business Review*, số tháng 9-10, trang 2-7.
- Kuo, F.Y. và Young, M.L. (2008), 'A study of intention-action gap in knowledge sharing practices', *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, tập 59 số 8, trang 1224-1237.
- Lin, H.F. (2007a), 'Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions', *Journal of Information Science*, tập 33 số 2, trang 135-149.
- Lin, H.F. (2007b), 'Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study', *International Journal of Manpower*, tập 28 số 3/4, 315-332.
- Lin, H.F. và Lee, G.G. (2004), 'Perceptions of senior managers toward knowledge-sharing behavior', *Management Decision*, tập 42 số 1, trang 108-125.
- Myer, M. và Cheung, M. (2008), 'Sharing global supply chain knowledge', *MIT Sloan Management Review*, tập 49 số 4, trang 67-73.
- Nunnally, J.C. và Bernstein, I.H. (1994), *Psychometric theory (3rd ed.)*, McGraw-Hill, Inc, New York.
- Osterloh, M. và Frey, B. (2000), 'Motivation, knowledge transfer, and organizational forms', *Organization Science*, số 11, trang 538-50.
- Peihua, Z. và Fung, F.N. (2012), 'Attitude toward knowledge sharing in construction teams', *Industrial Management & Data Systems*, tập 112 số 9, trang 1326-1347.
- Rima, K.S. và Muhammed, S.A. (2013), 'Business Innovation through knowledge sharing: an applied study on the Jordanian Mobile Telecommunications Sector', *European Journal of Business and Management*, tập 5 số 18, trang 8-17.
- Ryu, S., Ho, S.H. và Han, I. (2003), 'Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals', *Expert Systems with Applications*, tập 25 số 1, trang 113-122.
- Shin, S.K., Ishman, M. và Sanders, G.L. (2007), 'An empirical investigation of socio-cultural factors of information sharing in China', *Information & Management*, tập 44 số 2, trang 165-174.
- Song, S. (2002), 'An internet knowledge sharing systems', *Journal of Computer Information Systems*, tập 42 số 3, trang 25-30.
- Srivastava, A., Bartol, K.M. và Locke, E.A. (2006), 'Empowering leadership in management teams: effects on knowledge sharing, efficacy, and performance', *Journal of Management*, tập 49 số 6, trang 1239-1351.
- Sun, P.Y. và Scott, J.L. (2005). 'An Investigation of Barriers to Knowledge Transfer', *Journal of Knowledge Management*, tập 9 số 2, trang 75-90.
- Sveiby, K.E. (2001), 'A knowledge-based theory of the firm to guide strategy formulation', *Journal of Intellectual Capital*, tập 2 số 4, trang 344-358.
- Teece, D. (1998), 'Capturing value from knowledge assets: the new economy, markets for know-how and intangible assets', *California Management Review*, tập 40 số 3, trang 55-79.
- Tuomi, I. (1999), 'Data is more than knowledge: Implication of the reversed knowledge hierarchy for knowledge management and organizational memory', *Journal of Management Information Systems*, số 16, trang 103-117.
- Van Den Hooff, B. và De Ridder, J.A. (2004), 'Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC usage on knowledge sharing', *Journal of Knowledge Management*, tập 8 số 6, trang 117-130.

- Van Der Rijt, P.G.A. (2002), *Precious Knowledge*, The Amsterdam School of Communications Research, Amsterdam.
- Wasko, M.M. và Faraj, S. (2000), 'It is what one does: why people participate and help others in electronic communities of practice', *The Journal of Strategic Information System*, tập 9 số 2/3, trang 155-173.
- Weggeman, M. (2000), *Knowledge Management: Practice*, Scriptum Management, Schiedam.
- Yu, S.H., Kim, Y.G. và Kim, M.Y. (2004), 'Linking Organizational Knowledge Management Driver To Knowledge Management Performance: An Exploratory Study', *Proceedings of The 37th Annual Hawaii International Conference on System Science*, Manoa.
- Zahra, T. và Mohammad, M. (2010), 'Knowledge sharing behavior and its predictors', *Industrial Management & Data Systems*, tập 110 số 4, trang 611-631.

Thông tin tác giả:

* **Nguyễn Thị Phương Linh**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Kinh tế quốc dân

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: plinhkt@gmail.com

****Lê Phạm Khánh Hòa**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Marketing, trường Đại học Kinh tế quốc dân

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: lephamkhanhhoa@gmail.com

*****Nguyễn Văn Hậu**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Lý luận chính trị, trường Đại học Kinh tế quốc dân

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: nvhaund@gmail.com