Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Kinh tế-Luật và Quản lý 2023, 7(1):4162-4180

Open Access Full Text Article

Bài nghiên cứu

Tác động vốn xã hội, chia sẻ tri thức đến khả năng đổi mới: Trường hợp nhân viên khối văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh

Dương Thế Duy[1], Nguyễn Thị Xuân Lan[1], Trần Tiến Quang[2], Trần Thanh Tú[3,*]

Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đề xuất và kiểm định mô hình lý thuyết về mối quan hệ giữa vốn xã hội, chia sẻ tri thức và khả năng đổi mới của nhân viên khối văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh. Khảo sát được thực hiện bằng bảng hỏi để thu thập dữ liệu theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Kế thừa từ các nghiên cứu trước đó, nhóm nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn chuyên gia để điều chỉnh thang đo, bảng hỏi sao phù hợp với đối tượng nghiên cứu. Nghiên cứu đã thu thập được 586 bảng trả lời từ 586 nhân viên khối văn phòng đang làm việc tại các cơ sở hoạt động kinh doanh, sản xuất, dịch vụ,… tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh. Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm chứng bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu cho thấy mối quan hệ tương tác xã hội, lòng tin, chuẩn mực có đi có lại, nhận diện nhóm, chia sẻ mục tiêu đều có ảnh hưởng đến thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức. Ngoài ra, thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức đều có ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới của nhân viên khối văn phòng. Với kết quả đạt được, nghiên cứu giúp các công ty, doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh nhận thức được tầm quan trọng của nguồn vốn xã hội giúp nhân viên khối hành chính không ngừng đổi mới điều này góp phần không nhỏ đến phát triển công ty, doanh nghiệp.

Từ khoá: Vốn xã hội, chia sẻ kiến thức, khả năng đổi mới, nhân viên văn phòng

[1]*Khoa Kinh tế - Tài chính – Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam*

[2]*Trường Đại học Văn Lang, Việt Nam*

[3]*Công ty Cổ phần Giáo dục và Tư vấn LV&F, Việt Nam*

Liên hệ

Trần Thanh Tú, Công ty Cổ phần Giáo dục và Tư vấn LV&F, Việt Nam

Email: 2008tranthanhtu@gmail.com

Lịch sử

- Ngày nhận: 26-12-2022
- Ngày chấp nhận: 24-3-2023
- Ngày đăng: 15-4-2023

DOI :

https://doi.org/10.32508/stdjelm.v7i1.1172

Check for updates

Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.

VNU-HCM Press

GIỚI THIỆU

Trên phạm vi phát triển của doanh nghiệp, việc sở hữu nguồn nhân lực tốt sẽ giúp doanh nghiệp phát triển bền vững các mối quan hệ với tư duy nhạy bén và sắc sảo. Đồng thời, nguồn nhân lực này cũng rút ngắn thời gian đào tạo và chi phí đầu tư thời điểm ban đầu. Từ những phân tích trên, chúng ta thấy được tầm quan trọng của tri thức trong việc đạt được lợi thế trong môi trường cạnh tranh. Tri thức được coi là một nguồn tài nguyên quan trọng trong tổ chức, và quản trị tri thức hiệu quả là chìa khóa tạo nên sự thành công của các tổ chức có nhu cầu nâng cao năng suất lao động và giảm dư thừa kết hợp với tái tạo tri thức liên tục [1].

Chia sẻ tri thức là điều cần thiết nhằm tối đa hóa hiệu suất của tổ chức, giảm bớt các nỗ lực học tập dư thừa, giảm chi phí sản xuất và tạo ra các giải pháp hiệu quả mang lại lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp [2–6]. Nếu một doanh nghiệp khuyến khích nhân viên chia sẻ kiến thức trong các nhóm và tổ chức có khả năng tạo ra ý tưởng mới và phát triển các cơ hội kinh doanh mới, do đó tạo điều kiện cho các hoạt động đổi mới [7]. Nhận thấy được tầm quan trọng của việc chia sẻ kiến thức, đã có rất nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước nghiên cứu các yếu tố tác động đến chia sẻ kiến thức, cũng như tác động của chia sẻ kiến thức đến khả năng đổi mới trong nhiều hoạt động ở đa dạng các lĩnh vực. Trong số các yếu tố tác động đó thì nổi bậc trong thời gian gần đây là vốn xã hội. Vốn xã hội là *"các giá trị hữu hình trong cuộc sống của con người"* [8]. Còn theo Nahapiet, J., & Ghoshal [9], vốn xã hội là mạng lưới các mối quan hệ hỗ trợ con người thực hiện các công việc xã hội, bắt nguồn từ mạng lưới những người quen được chia sẻ. Vốn xã hội không phải là tài sản độc quyền của bất kỳ thành viên nào trong mạng xã hội, mà thuộc sở hữu chung của cả mạng lưới [9] và có thể được tích lũy giống như kiến thức hoặc các loại vốn khác [10].

Mối quan hệ giữa vốn xã hội, chia sẻ tri thức và hiệu quả làm việc của nhân viên đã được nhiều học giả nghiên cứu, chẳng hạn Chow và Chan [11] cho rằng mạng lưới xã hội và các mục tiêu chung có tác động đáng kể đến thái độ chia sẻ tri thức, và có tác động gián tiếp đến ý định chia sẻ tri thức. Trong khi đó, Henttonen và cộng sự [12] đã cung cấp bằng chứng về mối liên hệ giữa thái độ, hành vi chia sẻ tri thức, hiệu quả làm việc trong khu vực công, Yun và Lee [13] nhận thấy rằng việc chia sẻ tri thức có tác động đến hiệu quả công việc của nhân viên và Zaqout và Abbas [14] chứng minh vai trò của niềm tin, mạng lưới xã hội trong việc thúc đẩy chia sẻ tri thức hiện và chia sẻ tri thức ẩn cũng như trong việc phát triển tri thức ẩn và nâng cao hiệu quả làm việc.

Trích dẫn bài báo này: Duy D T, Lan N T X, Quang T T, Tú T T. **Tác động vốn xã hội, chia sẻ tri thức đến khả năng đổi mới: Trường hợp nhân viên khối văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh**. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.;* 2023, 7(1):4162-4180.

Tại Việt Nam, vấn đề quản trị nguồn nhân lực và quản trị tri thức ở khu vực công thường chậm hơn so với khu vực tư, cụ thể là các cơ quan, tổ chức chưa có những cơ chế, giải pháp hữu hiệu nhằm khuyến khích công chức, viên chức kiến tạo và chia sẻ tri thức, biến những tri thức của từng cá nhân thành tri thức của tổ chức, của nền công vụ nhằm mang lại lợi thế và hiệu quả hoạt động cho mình. Theo Báo cáo chỉ số PAPI 2021, Thành phố Hồ Chí Minh tuy là trung tâm kinh tế trọng điểm quốc gia nhưng kết quả đánh giá chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh (PAPI) cũng như chỉ số hài lòng về sự phục vụ hành chính (SIPAS) của địa phương còn thấp và chưa ổn định. Cụ thể, chỉ số PAPI của Thành phố Hồ Chí Minh năm 2021 đạt 40,68 điểm đứng hạng 46/63, còn chỉ số SIPAS đạt 86,69%.

Nghiên cứu về tác động của vốn xã hội đến việc chia sẻ tri thức và hiệu quả làm việc của nhân viên trong khu vực công đã được nghiên cứu và chứng minh bởi Đoàn Bảo Sơn và Hà Minh Trí [15]. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào đánh giá quá trình tác động giữa vốn xã hội đến chia sẻ tri thức và nâng cao khả năng đổi mới của nhân viên khối văn phòng khu vực tư nhân, mà đặc biệt tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong các lực lượng hoạt động tại doanh nghiệp, nhân viên văn phòng là những nhân sự tham gia vào nhiều bộ phận và gần như không thể thiếu của bất cứ doanh nghiệp nào. Họ là những người chịu trách nhiệm thực thi các đầu việc được chỉ định nằm trong kế hoạch hoạt động, phát triển của doanh nghiệp. Việc phân tích sâu mối quan hệ này sẽ bổ sung cho khoảng trống nghiên cứu đó. Kết quả nghiên cứu này sẽ giúp các nhà lãnh đạo cơ quan/doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh đưa ra những chính sách quản trị thiết thực nhằm tạo điều kiện phát triển nguồn vốn xã hội của nhân viên khối văn phòng, góp phần nâng cao hiệu quả làm việc trong đơn vị. Nghiên cứu này sẽ lần lượt trả lời các câu hỏi sau: 1) Vốn xã hội được nhận diện và đo lường bằng các yếu tố nào?; 2) Tác động của vốn xã hội đến chia sẻ kiến thức cũng như chia sẻ kiến thức đến khả năng đổi mới của nhân viên khối văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh như thế nào?

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Vốn xã hội

Theo Nahapiet và Ghoshal [9], định nghĩa vốn xã hội là tổng các nguồn lực thực tế và tiềm năng được tiềm ẩn bên trong và có nguồn gốc từ mạng lưới các mối quan hệ của một cá nhân hoặc đơn vị xã hội. Nahapiet và Ghoshal [9] cũng đã phân loại vốn xã hội thành ba khía cạnh có liên quan với nhau gồm cấu trúc, quan hệ và nhận thức. 1) Chiều cấu trúc của vốn xã hội để cập đến sự kết nối giữa các thành viên, bao gồm: tần suất và chia sẻ thông tin. Theo quan điểm này, chiều cấu trúc của vốn xã hội bao gồm các mối quan hệ tương tác xã hội [16,17]. 2) Khía cạnh quan hệ của vốn xã hội mô tả loại mối quan hệ cá nhân mà mọi người đã phát triển với nhau thông qua quá trình lịch sử tương tác. Trong đó, sự tin cậy, chuẩn mực có đi có lại và nhận diện nhóm là một trong những thuộc tính quan trọng của khía cạnh quan hệ của vốn xã hội [18–20]. 3) Chiều của nhận thức: được thể hiện trong các thuộc tính như sự hiểu biết chung về các mục tiêu tập thể và cách thức hành động đúng đắn trong một hệ thống xã hội [11,21].

Chia sẻ kiến thức

Chia sẻ tri thức liên quan đến những cá nhân khác nhau ở các cấp độ/thứ bậc khác nhau trong tổ chức; sự chia sẻ thực hiện giữa các cá nhân hoặc giữa cá nhân với một nhóm người. Quá trình này đòi hỏi ít nhất phải có hai bên tham gia: một bên truyền đạt/phân phối các tri thức, một bên thì tiếp thu và thu thập các tri thức [22,23]. Chia sẻ tri thức là một vấn đề quan trọng trong các tổ chức hiện đại [24]. Xây dựng được những cộng đồng chia sẻ kiến thức trong tổ chức là một thách thức xã hội [25]. Vì tri thức là một nguồn lợi thế cạnh tranh, nên một cá nhân cần có động lực cao để chia sẻ tri thức của mình. Nó đòi hỏi một nền tảng, văn hóa và sự tin tưởng nhất định giữa các cá nhân trong một tập thể để khuyến khích họ chia sẻ kiến thức của bản thân.

Khả năng đổi mới

Khả năng đổi mới là một tài sản quan trọng để tổ chức tồn tại và tạo ra lợi thế cạnh tranh so với đối thủ [26,27]. Nó bao gồm các khía cạnh đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình và đổi mới quản lý [28,29].

Nghiên cứu này phân tích khả năng đổi mới cả cấp độ cá nhân và tổ chức. Các đánh giá về năng lực đổi mới ở cấp độ cá nhân được phân loại thành: quan điểm nhân cách, quan điểm hành vi và quan điểm đầu ra [29]. Ở cấp độ tổ chức, năng lực đổi mới có thể được đo lường bằng khả năng phát triển sản phẩm mới, đáp ứng những thay đổi công nghệ và chống lại các đối thủ cạnh tranh [29].

Các giả thiết đặt ra

Mối quan hệ tương tác xã hội

Các mối quan hệ xã hội đóng vai trò như các kênh cung cấp khả năng tiếp cận thông tin mà nếu không sẽ đòi hỏi sự đầu tư đáng kể [30]. Mối quan hệ tương tác

xã hội là mối liên hệ giữa các thành viên trong mạng lưới[31]. Chúng hoạt động như một phương tiện để trao đổi luồng thông tin và tài nguyên. Chúng cung cấp cho các thành viên của mạng lưới quyền truy cập vào các tài nguyên của các thành viên khác. Hơn nữa, những tương tác này định hình các mục tiêu và chuẩn mực chung và dẫn đến việc chia sẻ các mục tiêu và chuẩn mực này trong toàn bộ mạng lưới[17].

Chua[32] cho rằng tương tác xã hội nâng cao chất lượng kiến thức được tạo ra trong một tổ chức. Quá trình chia sẻ kiến thức có khả năng cao hơn khi các thành viên trong mạng hiểu rõ về nhau[31] và tương tác thường xuyên. Quyết định liên quan đến việc tin tưởng một người và chia sẻ kiến thức phụ thuộc vào sự hiểu biết của cá nhân đó. Kiến thức này được hỗ trợ thông qua mạng lưới các mối quan hệ[33]. Tsai và Ghoshal[17] đã tìm thấy mối quan hệ đáng kể giữa mối quan hệ tương tác xã hội và trao đổi nguồn lực. Chiu và cộng sự[19] đã vận hành các mối quan hệ tương tác xã hội bao gồm mối quan hệ, thời gian sử dụng, tần suất tương tác giữa các thành viên của mạng xã hội học thuật. Điều tra thực nghiệm của họ cho thấy rằng các mối quan hệ tương tác xã hội có liên quan đến việc chia sẻ kiến thức. Mu và cộng sự[33] dựa trên những phát hiện định tính của họ cũng lập luận rằng mối quan hệ tương tác chặt chẽ tạo điều kiện cho việc chia sẻ kiến thức (thu nhập kiến thức và đóng góp kiến thức). Tương tự, Akhavan và Hosseini[34] cho rằng mối quan hệ tương tác xã hội là một trong những nhân tố quyết định đến chia sẻ kiến thức bao gồm: thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức. Từ đây, ta có giả thuyết như sau:

Giả thuyết H1: Mối quan hệ tương tác xã hội giữa các thành viên của mạng lưới xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của nhân viên.

Giả thuyết H2: Mối quan hệ tương tác xã hội giữa các thành viên của mạng lưới xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của nhân viên.

Lòng tin:

Trong các cơ chế phối hợp tổ chức khác nhau, niềm tin ngày càng đạt được tầm quan trọng trong nền kinh tế tri thức hiện đại. Liên quan đến lòng tin, giá cả và quyền hạn không hiệu quả lắm trong khi giao dịch với tài sản dựa trên tri thức[35]. Lòng tin là một yếu tố thúc đẩy trao đổi và hợp tác xã hội và mở ra cho mọi người chia sẻ kiến thức. Nó tạo điều kiện cho sự hợp tác tạo ra sự tin tưởng[9]. Các thành viên của một mạng xã hội khi đã tin tưởng lẫn nhau sẽ sẵn sàng chia sẻ tài nguyên vì họ không sợ bị các thành viên khác lợi dụng. Do đó, sự hợp tác dẫn đến sự tin cậy chia sẻ tài nguyên. Các thành viên trong mạng lưới có thể chia sẻ thông tin về mức độ tin cậy của các thành viên khác. Do đó, mức độ tin cậy của các thành viên trong mạng lưới sẽ giúp họ có nhiều khả năng trở thành người bạn đồng hành trong việc trao đổi thông tin[17].

Một khía cạnh khác của lòng tin là tính chính trực, nó kỳ vọng rằng các thành viên trong mạng lưới sẽ tuân theo một quy tắc ứng xử được chấp nhận chung[19]. Tsai và Ghoshal[17] đã chỉ ra rằng sự tin tưởng có liên quan tích cực đến việc trao đổi tài nguyên. Trong khi đó Chiu và cộng sự[19], Chen và Hung[36], Akhavan và Hosseini[34] cho thấy rằng lòng tin có liên quan đáng kể đến việc thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức. Kết quả tương tự cũng được tìm thấy trong nghiên cứu của Nelson và Cooprider[37] và Mu và cộng sự[33].

Giả thuyết H3: Lòng tin giữa các thành viên của mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của các nhân viên.

Giả thuyết H4: Lòng tin giữa các thành viên của mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của các nhân viên.

Có đi có lại

"Tiêu chuẩn có đi có lại để cập đến việc trao đổi kiến thức lẫn nhau và được các bên coi là công bằng"[19]. Về mặt này, vốn xã hội có thể được khái niệm rất giống với "vốn tiền tệ"[38]. Coleman[30] lập luận rằng nếu một người thực hiện một ân huệ và tin tưởng rằng người kia sẽ đáp lại thì điều này trở thành một kỳ vọng mang tính chu kỳ, sự tương tác qua lại. Nếu nhiều thành viên của một mạng xã hội mang ơn người đầu tiên, thì điều này rất giống với vốn tài chính. Vì vậy, một người có số lượng nghĩa vụ vượt trội hơn so với những người khác thì bản thân họ sẽ có nhiều vốn xã hội hơn để được hưởng lợi từ đó. Việc chia sẻ kiến thức trên mạng xã hội học thuật của một thành viên được mong đợi là do kỳ vọng rằng những người khác sẽ đáp lại hành động đó khi được yêu cầu. Một số nghiên cứu[19,34,36,39,40] chỉ ra rằng chuẩn mực có đi có lại có liên quan tích cực đến việc thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức. Ta có các giả thuyết được phát biểu như sau:

Giả thuyết H5: Tiêu chuẩn có đi có lại trong mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của các nhân viên.

Giả thuyết H6: Tiêu chuẩn có đi có lại trong mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của các nhân viên.

Nhận diện

Thông qua quá trình nhận dạng, mọi người nhận thấy mình được liên kết với một người hoặc một nhóm. Nó hoạt động như một nguồn lực ảnh hưởng đến nhận thức về lợi ích từ việc trao đổi kiến thức[9]. Nó mang đến cảm giác thân thuộc và cảm xúc tích cực của các thành viên đối với mạng xã hội và giải thích sự sẵn sàng để trở thành một thành viên tích cực của mạng lưới. Các cá nhân thường có xu hướng không chia

sẻ kiến thức cho đến khi người khác được công nhận là "bạn cùng nhóm". Do đó, sự đồng nhất với cộng đồng là rất quan trọng trong việc kích thích các hành vi chia sẻ kiến thức 16. Xác định với một nhóm hoặc cộng đồng cũng đáp ứng nhu cầu của con người về sự thân thuộc. Do đó, các thành viên của một mạng lưới xã hội học thuật sẽ chia sẻ kiến thức của họ do/với mong đợi là một phần của mạng lưới này. Các nghiên cứu [18,19,34] đã phát hiện ra mối quan hệ tích cực giữa việc nhận biết và chia sẻ kiến thức (bao gồm thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức). Vì vậy,

Giả thuyết H7: Tiêu chuẩn nhận diện trong mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của các nhân viên.

Giả thuyết H8: Tiêu chuẩn nhận diện trong mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của các nhân viên.

Chia sẻ mục tiêu

Vốn xã hội tri nhận bao gồm các mục tiêu, tầm nhìn và giá trị chung của các thành viên trong tổ chức. Tầm nhìn chung bao gồm các mục tiêu và tham vọng chung của các thành viên trong mạng xã hội. Hiểu biết chung về các cách tương tác sẽ có nhiều cơ hội chia sẻ tài nguyên mà không có bất kỳ hiểu lầm nào. Các mục tiêu chung giúp các thành viên mạng lưới thống nhất được lợi ích của tập thể. Do đó, tầm nhìn được chia sẻ giữa các thành viên sẽ dẫn đến việc chia sẻ tài nguyên [17]. Vì kiến thức là một nguồn lực cũng như một nguồn sức mạnh, nên việc mọi người chia sẻ kiến thức là điều không diễn ra một cách tự nhiên [41]. Các mục tiêu, sở thích, tầm nhìn được chia sẻ trong một cộng đồng tạo điều kiện cho họ hiểu được ý nghĩa của việc chia sẻ kiến thức [19]. Các mục tiêu và chuẩn mực chung dẫn đến sự tin tưởng giữa các thành viên của một mạng lưới, họ không sợ bị bất kỳ thành viên nào trong mạng lưới theo đuổi tư lợi làm ảnh hưởng đến các mục tiêu chung. Do đó, các mục tiêu và chuẩn mực chung là lực lượng ràng buộc tạo ra sự tin tưởng [17] và có thể dẫn đến việc chia sẻ kiến thức. Theo Chiu và cộng sự [19], nghiên cứu thực nghiệm của họ đã phát hiện ra rằng tầm nhìn được chia sẻ có liên quan tích cực đến chất lượng của kiến thức. Hơn nữa, các nghiên cứu thực nghiệm gần đây cho thấy rằng các mục tiêu được chia sẻ có thể cải thiện chia sẻ kiến thức (thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức) giữa các cá nhân [11,21]. Vì vậy, các giả thuyết sau đây được đề xuất.

Giả thuyết H9: Chia sẻ mục tiêu chung trong mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của các nhân viên.

Giả thuyết H10: Chia sẻ mục tiêu chung trong mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của các nhân viên.

Chia sẻ kiến thức đối với đổi mới cá nhân

Chia sẻ tri thức trong tổ chức thường xuyên diễn ra giữa các cá nhân, thông qua sự tương tác và trò chuyện hàng ngày giữa các nhân viên, vì vậy nó ảnh hưởng đến năng lực đổi mới cá nhân của nhân viên. Có ý kiến cho rằng chia sẻ kiến thức giúp nhân viên có tư duy phản biện cũng như sáng tạo hơn [42,43]. Holub [44] chỉ ra rằng nếu có nhiều hoạt động chia sẻ kiến thức giữa các nhân viên, thì nhân viên có nhiều khả năng đạt được khả năng suy nghĩ và sáng tạo ra những điều mới. Anwahi [45] kết luận rằng thực hành hiệu quả chia sẻ kiến thức giúp đổi mới nhân viên.

Ologbo [43] đã đưa ra giả thuyết về mô hình chia sẻ kiến thức và khả năng thúc đẩy nhân viên, sau đó sử dụng phân tích hồi quy để kiểm tra mô hình. Kết quả cho thấy rằng nhân viên tham gia nhiều hơn vào quá trình chia sẻ kiến thức, nhân viên có khả năng nảy sinh ý tưởng mới nhiều hơn, khả năng đổi mới tổng thể của doanh nghiệp không thể đạt được một cách cô lập nếu không có khả năng đổi mới của từng nhân viên làm việc trong tổ chức đó. Nói cách khác, việc nhân viên tham gia vào quá trình chia sẻ kiến thức có lẽ sẽ nâng cao khả năng của họ trong việc tạo ra các ý tưởng mới để phát triển sản phẩm và dịch vụ. Sự tác động lẫn nhau của kiến thức cá nhân, kinh nghiệm trong quá khứ, hiểu biết sâu sắc và kỹ năng kỹ thuật sẽ tạo nên sự đổi mới. Tóm lại, chia sẻ kiến thức rất quan trọng đối với khả năng đổi mới của các cá nhân [43]. Trong nghiên cứu của Yu và cộng sự [46] về ngành tài chính và bảo hiểm ở Đài Loan, các hoạt động chia sẻ kiến thức và tương tác được phát hiện có tác động tích cực đến hành vi đổi mới của nhân viên và khả năng đổi mới của họ. Và, các kết quả nghiên cứu cho thấy rằng thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức có mối quan hệ với khả năng đổi mới của nhân viên [47,48]. Do đó, có thể giả thuyết rằng:

Giả thuyết H11: Thu thập kiến thức có tác động tích cực đến việc khả năng đổi mới cá nhân của các nhân viên.

Giả thuyết H12: Đóng góp kiến thức có tác động tích cực đến việc khả năng đổi mới cá nhân của các nhân viên.

Chia sẻ kiến thức đối với đổi mới nhóm/tập thể

Trong môi trường kinh tế đầy biến động hiện nay, các công ty rất cần phải đổi mới để đạt được lợi thế cạnh tranh. Các công việc đòi hỏi kiến thức chuyên sâu và kỹ năng đa ngành để phát triển/cải thiện sản phẩm và dịch vụ cũng như quản lý hoạt động [3]. Ngoài ra, khả năng đổi mới của các đơn vị phòng/ban cuối cùng sẽ dẫn đến hiệu suất tài chính của nhóm/công ty vượt trội [49]. Bên cạnh đó, [50] nhận thấy rằng một công ty có khả năng quản lý tài nguyên tri thức thành công hơn cuối cùng sẽ có thể chuyển đổi thành một công

ty sáng tạo hơn. Do đó, tri thức trong tổ chức cần được quản lý và phát huy tốt để đảm bảo hiệu quả của đổi mới[51]. Chia sẻ kiến thức tạo cơ hội để tối đa hóa khả năng của tổ chức trong việc tạo ra các giải pháp và sáng kiến cung cấp cho doanh nghiệp khả năng đổi mới dẫn đến lợi thế cạnh tranh[6]. Theo Burgelman và cộng sự[52], *năng lực đổi mới là "tập hợp toàn diện các đặc điểm của một tổ chức hỗ trợ và tạo điều kiện cho các chiến lược đổi mới"*. Một số nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra rằng chia sẻ kiến thức là một trong những tiền đề quan trọng nhất bên cạnh các yếu tố quyết định khác, chẳng hạn như môi trường tổ chức, hỗ trợ quản lý, hệ thống khen thưởng và cơ sở hạ tầng thông tin và truyền thông, góp phần đáng kể vào khả năng đổi mới ở các cấp độ tổ chức khác nhau[29,53–55]. Hơn nữa, Lin[29] khẳng định rằng một bầu không khí khuyến khích sự cống hiến tri thức giữa các nhân viên - chuyển đổi tri thức cá nhân thành tri thức nhóm hoặc tổ chức nhằm cải thiện kho tri thức sẵn có cho tổ chức - có khả năng tạo ra những ý tưởng mới và phát triển các cơ hội kinh doanh mới, do đó tạo thuận lợi cho các hoạt động đổi mới. Ông cũng nhấn mạnh rằng việc thu thập tri thức - nội tâm hóa và xã hội hóa tri thức tạo điều kiện chuyển đổi tri thức của tổ chức thành tri thức của nhóm hoặc cá nhân - ảnh hưởng đáng kể đến năng lực đổi mới của doanh nghiệp. Do đó, các giả thuyết cuối cùng như sau:

Giả thuyết H13: Thu thập kiến thức có tác động tích cực đến việc khả năng đổi mới tập thể của các nhân viên.

Giả thuyết H14: Đóng góp kiến thức có tác động tích cực đến việc khả năng đổi mới tập thể của các nhân viên.

Mô hình nghiên cứu

Từ các giả thuyết trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất như Hình 1.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, bảng câu hỏi khảo sát được gửi đến các nhân viên (bao gồm cả ban giám đốc, phòng/ban,…) khối văn phòng hiện đang công tác tại các tổ chức kinh doanh, sản xuất trên các quận huyện của thành phố Hồ Chí Minh bằng hình thức khảo sát online qua google form. Cỡ mẫu tối thiểu không nhỏ hơn **200** và tối thiểu cho mô hình SEM sẽ bằng 5 lần số biến quan sát[56,57]. Trong mô hình nghiên cứu này có 9 biến tiềm ẩn với 31 biến quan sát, do đó số lượng mẫu ít nhất phải bằng **200**. Để đạt được kích thước mẫu tối thiểu này, tác giả đã tiến hành phát trực tiếp 67 phiếu khảo sát giấy và 534 phiếu khảo sát online. Khảo sát được tiến hành vào tháng 10/2022 và 11/2022, kết quả thu về được 61 phiếu khảo sát giấy, sau khi loại bỏ 9 phiếu khảo sát không hợp lệ thì còn lại 52 phiếu khảo sát giấy; và số còn lại là 534 phiếu khảo sát online hợp lệ.

Thang đo lường

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 7 mức độ để đo lường các biến quan sát, trong đó **"1"** là *"hoàn toàn không đồng ý"* và **"7"** là *"hoàn toàn đồng ý"*. Các thang đo được tham khảo từ các công trình nghiên cứu trước trong cùng lĩnh vực. Theo Bảng 1, thang đo vốn xã hội gồm: Mối quan hệ tương tác xã hội (SI) gồm có 3 biến quan sát; Lòng tin (TR) gồm có 3 biến quan sát; Chuẩn mực có đi có lại (RE) gồm 3 biến quan sát; Nhận biết (ID) có 3 biến quan sát, Mục tiêu chia sẻ (SG) có 4 biến quan sát; Thu thập kiến thức (KC) có 3 biến quan sát; Trao tặng kiến thức (KD) có 3 biến quan sát; Khả năng đổi mới (ICP) có 5 biến quan sát; Khả năng đổi mới (ICT) có 4 biến quan sát. Các biến này được kế thừa từ các nghiên cứu của[18,34,58,59],…

Bảng 1: Mô tả các biến và thang đo nghiên cứu

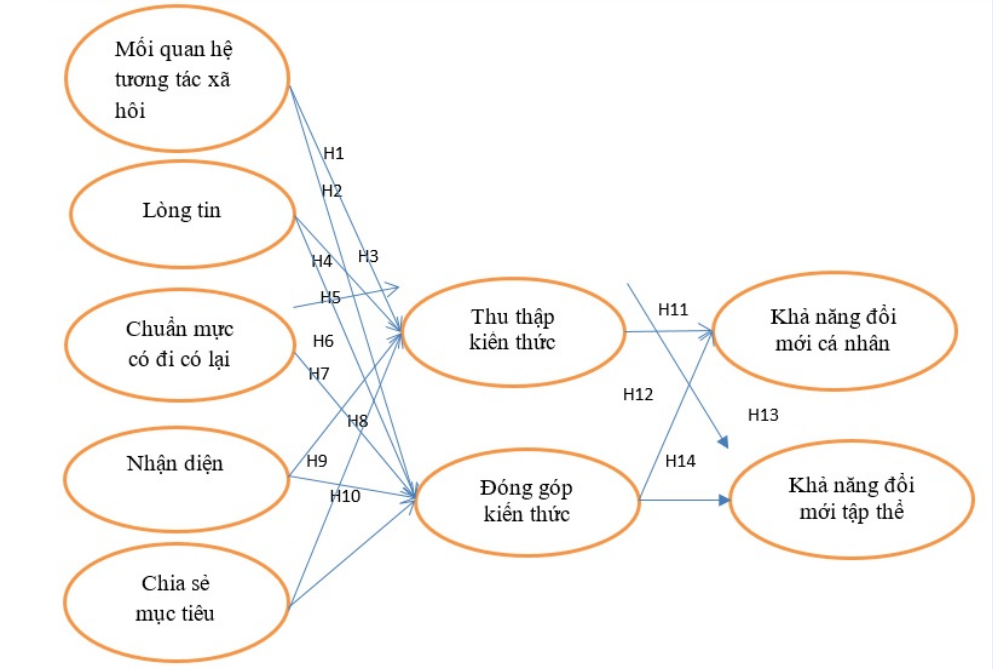
Thang đo		Nguồn tham khảo
1. Mối quan hệ tương tác xã hội (SI)		
SI1	Tôi duy trì các mối quan hệ xã hội chặt chẽ với các đồng nghiệp của mình	18,34,58
SI2	Tôi dành nhiều thời gian để tương tác với đồng nghiệp của mình	
SI3	Tôi thường xuyên liên lạc với đồng nghiệp của mình	
2. Lòng tin (TR)		
TR1	Đồng nghiệp của tôi sẽ luôn giữ lời hứa hỗ trợ nhau trong công việc	18,34,58
TR2	Đồng nghiệp của tôi rất thành thật khi trao đổi công việc với nhau	
TR3	Nếu tôi gặp khó khăn trong công việc, tôi tin đồng nghiệp của mình sẽ cố gắng và giúp tôi	
3. Chuẩn mực có đi có lại (RE)		
RE1	Tôi xác định thật công bằng khi giúp đỡ đồng nghiệp của tôi trong công việc.	18,34,58
RE2	Tôi biết rằng đồng nghiệp của tôi sẽ giúp tôi, vì vậy tôi giúp họ là điều công bằng.	
RE3	Tôi tin rằng đồng nghiệp của tôi sẽ giúp tôi khi tôi cần.	
4. Nhận biết (ID)		
ID1	Tôi cảm thấy mình thuộc về đội ngũ của mình	18,34,58
ID2	Tôi có một cảm giác tích cực mạnh mẽ đối với nhóm của mình	
ID3	Tôi tự hào là một thành viên trong nhóm của tôi	
5. Mục tiêu chia sẻ (SG)		
SG1	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi có chung khát vọng và tầm nhìn.	15,18,34,58
SG2	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi luôn quan tâm đến những rủi ro và bất trắc ở các cơ quan khác.	
SG3	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi dành nguồn lực của họ (tiền bạc, thời gian,...) để giúp đỡ lẫn nhau.	
SG4	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi luôn tạo cơ hội để mọi người hòa mình với nhau.	
6. Thu thập kiến thức (KC)		
KC1	Tôi chia sẻ thông tin tôi có với đồng nghiệp khi họ yêu cầu	34,59
KC2	Tôi chia sẻ kỹ năng của mình với đồng nghiệp khi họ yêu cầu	
KC3	Đồng nghiệp của tôi chia sẻ kỹ năng của họ với tôi khi tôi yêu cầu họ	
7. Trao tặng kiến thức (KD)		
KD1	Khi tôi học được điều gì đó mới, tôi sẵn sàng chia sẻ với đồng nghiệp của mình về điều đó.	34,59
KD2	Khi đồng nghiệp của tôi học được điều gì đó mới, họ sẽ chia sẻ với tôi về điều đó.	
KD3	Chia sẻ kiến thức giữa các đồng nghiệp được coi là bình thường trong đội của tôi	
8. Khả năng đổi mới cá nhân (ICP)		
ICP1	Tôi thích thử những ý tưởng mới	47,48
ICP2	Tôi rất háo hức khám phá dẫn đến những ý tưởng mới	
ICP3	Tôi tìm kiếm những cách mới để làm mọi việc	
ICP4	Tôi thường ứng biến các phương pháp để giải quyết một vấn đề khi câu trả lời không rõ ràng	
ICP5	Tôi tự nhận mình là người sáng tạo và độc đáo trong suy nghĩ và hành vi của mình.	
9. Khả năng đổi mới tập thể (ICT)		

Continued on next page

Table 1 continued

ICT1	Tôi và đồng nghiệp trao đổi với nhau để tạo ra các ý tưởng mới cho việc cải tiến.	34
ICT2	Tôi và đồng nghiệp trao đổi với nhau để tìm kiếm các phương pháp, qui trình và kỹ thuật mới.	
ICT3	Tôi và đồng nghiệp cùng nhau làm việc tích cực để thử nghiệm các ý tưởng mới.	
ICT4	Tôi và đồng nghiệp cùng nhau chuyển đổi các ý tưởng đổi mới vào công việc của công ty.	

Nguồn: Kết quả phân tích, tổng hợp từ các nghiên cứu trước đó



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Phân tích dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc bình phương tối thiểu từng phần (PLS-SEM) bằng phần mềm Smart PLS 3.3.9 để kiểm định độ tin cậy, giá trị thang đo và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Trong đó hệ số Cronbach's Alpha và Độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability - CR) >= 0,7, hệ số AVE (average varianve extracted) >= 0,5 thì đảm bảo được giá trị hội tụ (Theo Hair và cộng sự[57]). Giá trị phân biệt sử dụng bảng Fornell và Larcker, giá trị căn bậc 2 của phương sai trích của một biến số phải lớn hơn tương quan của biến số đó với các biến số khác (Fornell & Larcker, 1981). Ngoài ra, Nhóm tác giả còn xem xét chỉ số Heterotrait-Monotrait (HTMT) < 0,9 để đánh giá tính biệt thức của dữ liệu nghiên cứu[57]. Để đo lường mức độ phù hợp của mô hình với thực tế nghiên cứu, Nhóm tác giả sử dụng chỉ số Standardized root mean square residua (SRMR), Theo Hu và cộng sự[60], SRMR phải nhỏ hơn 0,08 hoặc 0,1 thì mới có ý nghĩa. Kiểm định mô hình lý thuyết được đánh giá với mức ý nghĩa 5% và được ước lượng bằng thủ tục Bootstrap với 5.000 mẫu.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Mô tả mẫu nghiên cứu

Bảng 2 mô tả đặc điểm nhân khẩu học của 586 nhân viên khối văn phòng tại các cơ sở hoạt động kinh doanh, sản xuất, dịch vụ, trường học,… trong khu vực Thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm: Giới tính, độ tuổi, trình độ, hôn nhân, vị trí công việc, kinh nghiệm làm việc, thu nhập và loại hình đơn vị đang công tác.

Mô hình đo lường

Kiểm định thang đo

Bảng 3 cho thấy các khái niệm có chỉ số độ tin cậy Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) đều lớn hơn 0,7; phương sai trích (AVE) lớn hơn 0,5; hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,7, trừ thang đo SG4 có hệ số tải bằng 0,620, cũng đạt ý nghĩa thống kê tốt theo Hair và cộng sự[57]. Như vậy tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận, các khái niệm đều đạt được giá trị tin cậy và giá trị hội tụ.

Bảng 2: Mô tả mẫu khảo sát

Đặc điểm mẫu	Số lượng	Phần trăm (%)
Giới tính		
Nam	302	52%
Nữ	284	48%
Tuổi		
Dưới 30 tuổi	123	21%
Từ 31 đến 40 tuổi	190	32%
Từ 41 đến 50 tuổi	247	42%
Trên 50 tuổi	26	5%
Trình độ		
Cao đẳng và thấp hơn	145	25%
Cử nhân	305	52%
Thạc sĩ	120	20%
Tiến sĩ và cao hơn	16	3%
Hôn nhân		
Độc thân	205	35%
Đã kết hôn	381	65%
Vị trí công việc		
Nhân viên/chuyên viên	480	82%
Lãnh đạo phòng ban chức năng	84	14%
Lãnh đạo công ty/doanh nghiệp	22	4%
Kinh nghiệm làm việc		
Dưới 5 năm	64	11%
Từ 5 đến 10 năm	254	43%
Từ 11 đến 15 năm	230	39%
Trên 15 năm	38	7%
Thu nhập		
Từ dưới 15 triệu/tháng	75	13%
Từ 15 - 30 triệu/tháng	405	69%
Trên 30 triệu/tháng	106	18%
Đơn vị của quí vị đang công tác thuộc loại hình		
Trường học	71	12%
Doanh nghiệp	515	88%

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp, 2022

Bảng 3: Thang đo, độ tin cậy và độ giá trị

Khái niệm	Thang đo		Hệ số tải	Độ tin cậy tổng hợp	Phương sai trích (AVE)
Mối quan hệ tương tác xã hội (SI) (α= 0,841)	Tôi duy trì các mối quan hệ xã hội chặt chẽ với các đồng nghiệp của mình	SI1	0,871	0,904	0,759
	Tôi dành nhiều thời gian để tương tác với đồng nghiệp của mình	SI2	0,878		
	Tôi thường xuyên liên lạc với đồng nghiệp của mình	SI3	0,865		
Lòng tin (TR) (α= 0,724)	Đồng nghiệp của tôi sẽ luôn giữ lời hứa hỗ trợ nhau trong công việc	TR1	0,874	0,840	0,638
	Đồng nghiệp của tôi rất thành thật khi trao đổi công việc với nhau	TR2	0,783		
	Nếu tôi gặp khó khăn trong công việc, tôi tin đồng nghiệp của mình sẽ cố gắng và giúp tôi	TR3	0,733		
Chuẩn mực có đi có lại (RE) (α= 0,717)	Tôi xác định thật công bằng khi giúp đỡ đồng nghiệp của tôi trong công việc.	RE1	0,828	0,841	0,639
	Tôi biết rằng đồng nghiệp của tôi sẽ giúp tôi, vì vậy tôi giúp họ là điều công bằng.	RE2	0,749		
	Tôi tin rằng đồng nghiệp của tôi sẽ giúp tôi khi tôi cần.	RE3	0,818		
Nhận biết (ID) (α= 0,856)	Tôi cảm thấy mình thuộc về đội ngũ của mình	ID1	0,871	0,912	0,776
	Tôi có một cảm giác tích cực mạnh mẽ đối với nhóm của mình	ID2	0,890		
	Tôi tự hào là một thành viên trong nhóm của tôi	ID3	0,881		
Mục tiêu chia sẻ (SG) (α= 0,813)	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi có chung khát vọng và tầm nhìn.	SG1	0,852	0,879	0,648
	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi luôn quan tâm đến những rủi ro và bất trắc ở các cơ quan khác.	SG2	0,854		
	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi dành nguồn lực của họ (tiền bạc, thời gian,...) để giúp đỡ lẫn nhau.	SG3	0,867		
	Các đồng nghiệp trong cơ quan của tôi luôn tạo cơ hội để mọi người hòa mình với nhau.	SG4	0,620		

Continued on next page

Table 3 continued

Thu thập kiến thức (KC) (α= 0,846)	Tôi chia sẻ thông tin tôi có với đồng nghiệp khi họ yêu cầu	KC1	0,874	0,907	0,765
	Tôi chia sẻ kỹ năng của mình với đồng nghiệp khi họ yêu cầu	KC2	0,870		
	Đồng nghiệp của tôi chia sẻ kỹ năng của họ với tôi khi tôi yêu cầu họ	KC3	0,880		
Trao tặng kiến thức (KD) (α= 0.860)	Khi tôi học được điều gì đó mới, tôi sẵn sàng chia sẻ với đồng nghiệp của mình về điều đó.	KD1	0,891	0,915	0,781
	Khi đồng nghiệp của tôi học được điều gì đó mới, họ sẽ chia sẻ với tôi về điều đó.	KD2	0,886		
	Chia sẻ kiến thức giữa các đồng nghiệp được coi là bình thường trong đội của tôi	KD3	0,874		
Khả năng đổi mới - Cá nhân (ICP) (α= 0.903)	Tôi thích thử những ý tưởng mới	IC1	0,840	0,928	0,721
	Tôi rất háo hức khám phá dẫn đến những ý tưởng mới	IC2	0,855		
	Tôi tìm kiếm những cách mới để làm mọi việc	IC3	0,852		
	Tôi thường ứng biến các phương pháp để giải quyết một vấn đề khi câu trả lời không rõ ràng	IC4	0,854		
	Tôi tự nhận mình là người sáng tạo và độc đáo trong suy nghĩ và hành vi của mình.	IC5	0,846		
Khả năng đổi mới – tập thể (ICT) (α= 0.899)	Tôi và đồng nghiệp trao đổi với nhau để tạo ra các ý tưởng mới cho việc cải tiến.	IC6	0,862	0,930	0,768
	Tôi và đồng nghiệp trao đổi với nhau để tìm kiếm các phương pháp, qui trình và kỹ thuật mới.	IC7	0,875		
	Tôi và đồng nghiệp cùng nhau làm việc tích cực để thử nghiệm các ý tưởng mới.	IC8	0,898		
	Tôi và đồng nghiệp cùng nhau chuyển đổi các ý tưởng đổi mới vào công việc của công ty.	IC9	0,869		

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của Nhóm tác giả, 2022)

Để kiểm định tính phân biệt của thang đo, nghiên cứu sử dụng Bảng Fornell - Larcker Criterion so sánh căn bậc 2 của phương sai trích AVE với hệ số tương quan của 2 biến tiềm ẩn. Kết quả cho thấy: căn bậc 2 của AVE của một nhân tố lớn hơn tất cả độ tương quan giữa nhân tố đó với các nhân tố còn lại. Ngoài ra, nghiên cứu còn phân tích chỉ số Heterotrait - Monotrait (HTMT) < 0,9 để đánh giá tính biệt thức của dữ liệu nghiên cứu. Dựa vào Bảng 4, kết quả cho thấy các biến trong mô hình đều đạt tiêu chuẩn Fornell - Larcker Criterion và HTMT, tức là thang đo đạt giá trị phân biệt.

Đánh giá sự phù hợp của mô hình đo lường tổng thể (Model Fit)

Kết quả phân tích cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp với thực tế. Chỉ số SRMR của mô hình nghiên cứu rất thấp so với tiêu chuẩn. Chỉ số SRMR = 0,042 < 0,08. Giá trị SRMR càng nhỏ càng chứng minh sự phù hợp giữa dữ liệu khảo sát thực tế với mô hình đề xuất của nghiên cứu.

Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng hệ số xác định (R^2) để đánh giá sự tác động/giải thích của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Hệ số của năng lực dự báo ngoài mẫu (Q^2 > 0) đối với biến tiềm ẩn nội sinh cho thấy khả năng dự báo của mô hình đối với biến phụ thuộc. Kết quả chỉ ra rằng: Các biến độc lập trong mô hình giải thích được 64,2% sự biến thiên "khả năng đổi mới cá nhân" và 65,2% sự biến thiên "khả năng đổi mới nhóm" của các nhân viên khối văn phòng tại các cơ sở hoạt động kinh doanh, sản xuất trong khu vực Thành phố Hồ Chí Minh . Hệ số năng lực dự báo ngoài mẫu Q^2 của biến phụ thuộc "khả năng đổi mới cá nhân" là 0,461 » 0,5 ≥ 0,5 và "khả năng đổi mới nhóm" là 0,496 » 0,5 ≥ 0,5, như vậy khả năng dự dáo ngoài mẫu của mô hình ở mức cao (theo Hair và cộng sự, 2019) . Kết quả kiểm định giả thuyết tại Bảng 4 cho thấy: Giả thuyết H3, H4 không được chấp nhận, các giả thuyết còn lại đều được chấp nhận. Theo Bảng 5, cụ thể như sau:

Giả thuyết H1: Mối quan hệ tương tác xã hội giữa các thành viên của mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,365 , p <0,000). Giả thuyết H2: Mối quan hệ tương tác xã hội giữa các thành viên của mạng xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,523 , p <0,000). Giả thuyết H3: Lòng tin giữa các thành viên của mạng lưới xã hội sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của nhân viên khối văn phòng không có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,065 , p >0,05). Giả thuyết H4: Lòng tin giữa các thành viên của mạng lưới xã hội sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của nhân viên khối văn phòng không có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,050 , p >0,05). Giả thuyết H5: Sự có đi có lại sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,121 , p <0,000). Giả thuyết H6: Sự có đi có lại sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,099 , p <0,000). Giả thuyết H7: Nhận diện nhóm sẽ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,102 , p <0,05). Giả thuyết H8: Nhận diện nhóm sẽ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,138 , p <0,000). Giả thuyết H9: Mục tiêu chia sẻ tác động tích cực đến việc thu thập kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,149 , p <0,01). Giả thuyết H10: Mục tiêu chia sẻ tác động tích cực đến việc đóng góp kiến thức của nhân viên khối văn phòng có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,266 , p <0,000). Giả thuyết H11: Thu thập kiến thức ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới cá nhân có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,166 , p <0,000). Giả thuyết H12: Đóng góp kiến thức ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới cá nhân có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,615 , p <0,000). Giả thuyết H13: Thu thập kiến thức ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới của nhóm có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,687 , p <0,000). Giả thuyết H14: Đóng góp kiến thức ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới của nhóm có ý nghĩa về mặt thống kê (β= 0,264 , p <0,000).

Thảo luận kết quả

Kết quả nghiên cứu cho thấy mối quan hệ tương tác xã hội, lòng tin, có đi có lại, nhận biết, mục đích chia sẻ đều có ảnh hưởng đến thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức, và thu thập kiến thức, chia sẻ kiến thức đến khả năng đổi mới của nhân viên khối văn phòng (Hình 2). Cụ thể:

Mối quan hệ tương tác xã hội có tác động tích cực đến thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức. Kết quả này ngụ ý rằng khi một cá nhân hay người lao động thuộc khối văn phòng xây dựng mối quan hệ với các thành viên khác trong đơn vị phòng/ban hay các đơn vị khác và trong môi trường thoải mái khi chia sẻ ý tưởng, suy nghĩ hoặc câu chuyện mà cá nhân cần truyền đạt thì ý định thực hiện hành vi đó của họ sẽ mạnh mẽ hơn. Kết quả này tương tự với các nghiên cứu trước đó của các tác giả (Nahapiet và Ghoshal[9];

Bảng 4: Tương quan giữa các cấu trúc khái niệm và chỉ số HTMT

	SG	RE	ICP	ICT	TR	ID	KC	KD	SI
SG	0,805								
RE	0,159	0,799							
	0,217								
ICP	0,587	0,243	0,849						
	0,678	0,299							
ICT	0,378	0,261	0,578	0,876					
	0,439	0,326	0,640						
TR	0,171	0,080	0,108	0,132	0,799				
	0,222	0,101	0,128	0,151					
ID	0,460	0,141	0,417	0,319	0,063	0,881			
	0,552	0,181	0,471	0,363	0,074				
KC	0,396	0,223	0,599	0,782	0,140	0,298	0,875		
	0,479	0,284	0,685	0,894	0,169	0,349			
KD	0,599	0,253	0,791	0,652	0,162	0,432	0,631	0,884	
	0,709	0,323	0,898	0,741	0,197	0,502	0,739		
SI	0,468	0,168	0,649	0,507	0,100	0,295	0,491	0,711	0,871
	0,554	0,217	0,744	0,583	0,124	0,348	0,582	0,836	

Ghi chú: "X" Chỉ số HTMT

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của Nhóm tác giả, 2022)

Chiu, Hsu và Wang [19]; Chang và Chuang [18]; Akhavan và Hosseini [34]) nhằm nhấn mạnh mối quan hệ tương tác xã hội giúp nâng cao ý định thu thập kiến thức và đóng góp kiến thức của các cá nhân.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, lòng tin/sự tin tưởng giữa các thành viên trong nhóm không có vai trò đáng kể đối với chia sẻ kiến thức (thu thập kiến thức và trao tặng kiến thức). Kết quả này khác biệt so với các nghiên cứu trước đây của Chang và cộng sự [61]; Hau và cộng sự [62]; Akhavan và Hosseini [34]. Mức độ tin cậy giữa các cá nhân trong nhóm càng cao sẽ khuyến khích thỏa thuận cởi mở, hiểu các vấn đề liên quan đến công việc và giao tiếp hiệu quả trong nhóm [63]. Hơn nữa, cả rào cản hữu hình và vô hình giữa các cá nhân đều bị giảm bớt bởi lòng tin. Do đó, mức độ tin cậy cao hơn cho phép các nhân viên khối văn phòng nói về những vấn đề họ gặp phải, nhờ đó họ có được kiến thức sản xuất mới hoặc nâng cao kiến thức hiện có của họ. Tuy nhiên, đối với nghiên cứu này cho thấy mức độ lòng tin/sự tin tưởng giữa các nhân viên trong đơn vị, trong cùng công ty tại Thành phố Hồ Chí Minh chưa đủ để chia sẻ kiến thức lẫn nhau trong công việc.

Sự có đi có lại là một yếu tố quan trọng quyết định đến chia sẻ kiến thức trong hoạt động cộng đồng, kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước đó về tác động của sự có đi có lại [18,19]. Do đó, sự có đi có lại có thể nhấn mạnh động lực và cam kết của các thành viên trong đơn vị trong việc thu thập kiến thức và chia sẻ kiến thức [64]. Khi có một tiêu chuẩn mạnh mẽ về sự hỗ tương trong tập thể, những người đóng góp kiến thức có thể cảm thấy có nghĩa vụ phải chia sẻ kiến thức của họ [65]. Sự đóng góp hai chiều sẽ góp phần không nhỏ đến các thành viên trong các phòng/ban hay trong doanh nghiệp và công ty tại Thành phố Hồ Chí Minh tự tin chia sẻ kiến thức cho nhau.

Biến Nhận biết có tác động tích cực đến thu thập kiến thức và trao tặng kiến thức. Kết quả này cho thấy rằng khi cá nhân luôn có cảm giác tích cực mạnh mẽ, tự hào về đơn vị mà mình đang công tác nói riêng và công ty, doanh nghiệp nói chung sẽ dễ dàng, mạnh dạng thu thập kiến thức và chia sẻ kiến thức. Kết quả này tương tự với nghiên cứu trước đó của các tác giả Chow và Chan [11], Fathi, Eze và Goh [21], Chang và Chuang [18], Akhavan và Hosseini [34].

Với kết quả cho thấy, mục tiêu chia sẻ có tác động đến chia sẻ kiến thức (thu thập kiến thức và đóng góp kiến

Bảng 5: Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Đường dẫn	VIF	Std. β	t - value	Bootstrap	Kết luận	Chỉ số mô hình
H1	TƯƠNG TÁC XH -> THU THẬP KT	1,308	0,365	8,490***	[0,280;0,448]	Chấp nhận	R2 KNĐM CÁ NHÂN = 0,642
H2	TƯƠNG TÁC XH -> ĐÓNG GÓP KT	1,308	0,523	13,293**›	[0,445;0,601]	Chấp nhận	R2 KNĐM NHÓM = 0,652
H3	LÒNG TIN -> THU THẬP KT	1,034	0,065	1,759	[-0,009;0,132]	Loại	Q2 KNĐM CÁ NHÂN = 0,461
H4	LÒNG TIN -> ĐÓNG GÓP KT	1,034	0,050	1,950	[-0,002;0,094]	Loại	Q2 KNĐM NHÓM = 0.496
H5	CÓ ĐI CÓ LẠI -> THU THẬP KT	1,046	0,121	3,490***	[0,052;0,186]	Chấp nhận	
H6	CÓ ĐI CÓ LẠI -> ĐÓNG GÓP KT	1,046	0,099	3,502***	[0,043;0,154]	Chấp nhận	
H7	NHẬN DIỆN -> THU THẬP KT	1,288	0,102	2,470*	[0,021;0,181]	Chấp nhận	
H8	NHẬN DIỆN -> ĐÓNG GÓP KT	1,288	0,138	4,710***	[0,083;0,197]	Chấp nhận	
H9	CHIA SẺ MỤC TIÊU -> THU THẬP KT	1,532	0,149	3,324**	[0,064;0,237]	Chấp nhận	
H10	CHIA SẺ MỤC TIÊU -> ĐÓNG GÓP KT	1,532	0,266	7,238***	[0,195;0,339]	Chấp nhận	
H11	THU THẬP KT -> KNDM CÁ NHÂN	1,660	0,166	4,760***	[0,097;0,233]	Chấp nhận	
H12	THU THẬP KT -> KNDM NHÓM	1,660	0,615	18,506**›	[0,549;0,678]	Chấp nhận	
H13	ĐÓNG GÓP KT -> KNDM CÁ NHÂN	1,660	0,687	22,725**›	[0,626;0,745]	Chấp nhận	
H14	ĐÓNG GÓP KT -> KNDM NHÓM	1,660	0,264	8,383***	[0,200;0,324]	Chấp nhận	
Ghi chú: *** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05							

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu của Nhóm tác giả, 2022)

thức). Kết quả này cho thấy rằng khi các nhân viên đơn vị, công ty có cùng mục tiêu công việc, mục tiêu, định hướng công việc với nhau thì sẽ dễ dàng, mạnh dạn chia sẻ kiến thức, giúp đỡ nhau. Tuy nhiên, kết quả này khác với nghiên cứu trước đó của các tác giả Akhavan và Hosseini[34], Chow và Chan[11], Fathi, Eze và Goh[21].

Nghiên cứu này cũng phát hiện ra thu thập kiến thức và trao tặng kiến thức đều có tác động tích cực đến khả năng đổi mới cá nhân của nhân viên khối văn phòng. Điều này cho thấy khả năng đổi mới liên quan đến cả quá trình chia sẻ kiến thức từ thu thập kiến thức cũng như trao tặng kiến thức từ mạng lưới xã hội. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với các nghiên cứu trước đây của Akhavan và Hosseini[34], Abdallah và cộng sự[66], Calantone và cộng sự[67], Liao và cộng sự[54], Lin[29]. Theo Lin[29] cần phải tạo điều kiện tương tác, phát triển bầu không khí chia sẻ kiến thức giữa các thành viên trong đơn vị có thể giúp nâng cao khả năng đổi mới. Thực trạng hoạt động mạng lưới xã hội trong

nội bộ hay bên ngoài cho thấy các nhóm hội, câu lạc bộ, hay các hoạt động văn nghệ, hoạt động mang tính chất cộng đồng…đang diễn ra mạnh mẽ, điều này góp phần không nhỏ để các nhân viên trong công ty tham gia hoạt động chung, nơi mà các hộ gia đình có thể tương tác và chia sẻ cũng như thu thập các kiến thức về nông nghiệp để tăng cường khả năng đổi mới hoạt động.

Mặt khác, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng các nhân viên khối văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh sẵn sàng đóng góp và thu thập kiến thức của các thành viên trong đơn vị phòng/ban có liên quan đáng kể đến khả năng đổi mới của công ty. Điều này ngụ ý rằng sự đổi mới liên quan đến một quy trình rộng lớn của chia sẻ kiến thức cho phép thực hiện các ý tưởng, quy trình, sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Do đó, phát triển bầu không khí chia sẻ kiến thức trong các đơn vị là phòng/ban có thể giúp ích cho khả năng đổi mới của nhóm/tập thể[29]. Những phát hiện này chứng thực cho các kết quả nghiên cứu trước đó Calantone và cộng sự[67], Liao và cộng sự[54], Lin[29].

KẾT LUẬN VÀ ĐỊNH HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

Kết luận

Nghiên cứu này cho thấy các yếu tố cấu thành vốn xã hội: Mối quan hệ tương tác xã hội, Sự có đi có lại, Nhận biết, Mục đích chia sẻ, Tầm nhìn chung đều có tác động tích cực đến đóng góp kiến thức và thu thập kiến thức (trừ biến Lòng tin); đồng thời, đóng góp kiến thức và thu thập kiến thức cũng đều có ảnh hưởng tích cực đến khả năng đổi mới cá nhân của nhân viên khối văn phòng và tập thể công ty, doanh nghiệp tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy đóng kiến thức có tác động mạnh hơn so với thu thập kiến thức đối với khả năng đổi mới hoạt động của công ty, doanh nghiệp. Các kết quả nghiên cứu đa phần tương tự với các nghiên cứu trước đó (trừ biến Mục tiêu chia sẻ và biến Lòng tin). Kết quả nghiên cứu sẽ góp phần giúp các doanh nghiệp, công ty thấy được tầm quan trọng của nguồn vốn xã hội, giúp định hướng để phát triển nguồn vốn này theo hướng tích cực.

Định hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu vẫn chưa nói rõ chia sẻ kiến thức tác động đến khả năng đổi mới tập thể, cũng như tác động của đổi mới cá nhân đến đổi mới tập thể.

Nghiên cứu vẫn chưa đề xuất các hàm ý chính, hàm ý quản trị để giúp các doanh nghiệp, công ty định hướng phát triển nguồn vốn xã hội hiệu quả hơn.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài mã số: H2022-01.

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

PLS-SEM: Mô hình cấu trúc bình phương tối thiểu từng phần

AVE: Phương sai trích

CR: Độ tin cậy tổng hợp

HTMT: Chỉ số Heterotrait-Monotrait

R^2: Hệ số xác định

Q^2: Hệ số của năng lực dự báo ngoài mẫu

Bootstrap: Phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên có lặp lại

BCa: Bias-Corrected and Accelerated

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Nhóm tác giả xin cam đoan rằng không có bất kì xung đột lợi ích nào trong công bố bài báo.

ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

Toàn bộ nội dung bài viết chỉ do Nhóm tác giả thực hiện như sau:

TS. Dương Thế Duy: Đưa ra ý tưởng, tổng hợp thang đo và đề xuất mô hình nghiên cứu;

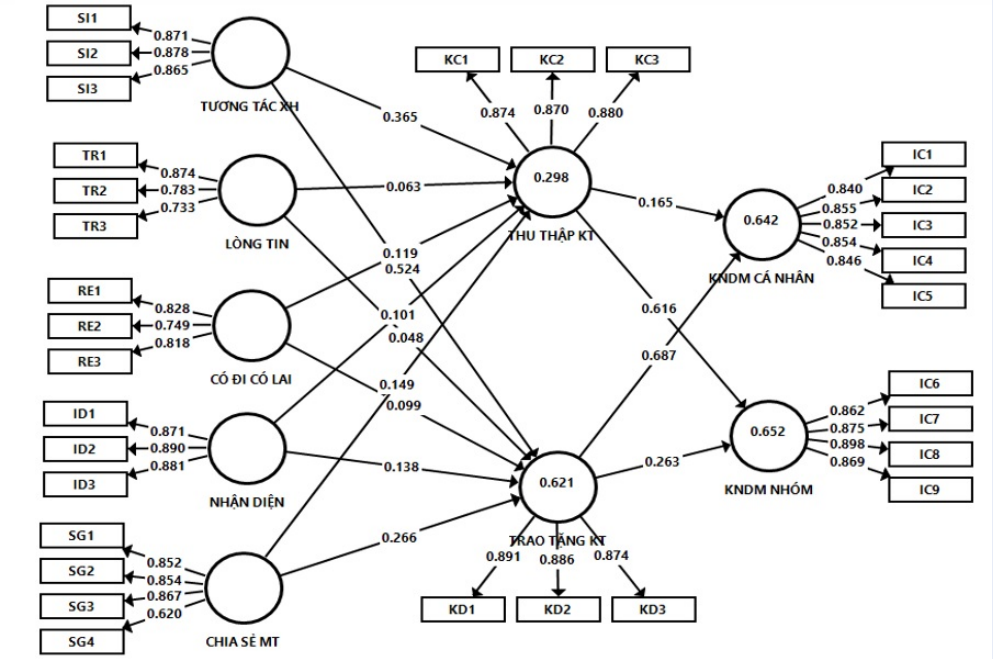
TS. Nguyễn Thị Xuân Lan: Cơ sở lý thuyết và đọc kiểm tra toàn văn;

ThS. Trần Thanh Tú: Điều tra và xử lý số liệu;

ThS. Trần Tiến Quang: Phần giới thiệu, kết quả thảo luận.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ou CXJ, Davison RM, Wong LHM. Using interactive systems for knowledge sharing: the impact of individual contextual preferences in China. Inf Manag. 2016;53(2):145-56;Available from: https://doi.org/10.1016/j.im.2015.09.007.
2. Liu Y, Phillips JS. Examining the antecedents of knowledge sharing in facilitating team innovativeness from a multilevel perspective. Int J Inf Manag. 2011;31(1):44-52;Available from: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.002.
3. Cummings JN. Work groups, structural diversity, and knowledge sharing in a global organization. Manag Sci. 2004;50(3):352-64;Available from: https://doi.org/10.1287/mnsc.1030.0134.
4. Grant RM. Toward a knowledge-based theory of the firm. Strateg Manag J. 1996;17(2):109-28;Available from: https://doi.org/10.1002/smj.4250171110.
5. Mesmer-Magnus JR, DeChurch LA. Information sharing and team performance: AMeta-analysis. J Appl Psychol. 2009;94(2):535-46;PMID: 19271807. Available from: https://doi.org/10.1037/a0013773.
6. Reid F. Creating a knowledge sharing culture among diverse business units. Employ Relat Today. 2003;30(3):43-9;Available from: https://doi.org/10.1002/ert.10097.
7. Darroch J, McNaughton R. Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. J Intellect Cap. 2002;3(3):210-22;Available from: https://doi.org/10.1108/14691930210435570.



Hình 2: Kết quả PLS-SEM (Nguồn: Kết quả xử lý của tác giả)

8. Hanifan LJ. The rural school community center. Ann Am Acad Pol Soc Sci. 1916;67(1):130-8;Available from: https://doi.org/10.1177/000271621606700118.
9. Nahapiet J, Ghoshal S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. Acad Manag Rev. 1998;23(2):242-66;Available from: https://doi.org/10.2307/259373.
10. Tymon WG, Stumpf SA. Social capital in the success of knowledge workers. Career Dev Int. 2003;8(1):12-20;Available from: https://doi.org/10.1108/13620430310459478.
11. Chow WS, Chan LS. Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. Inf Manag. 2008;45(7):458-65;Available from: https://doi.org/10.1016/j.im.2008.06.007.
12. Henttonen K, Kianto A, Ritala P. Knowledge sharing and individual work performance: an empirical study of a public sector organisation. J Knowl Manag. 2016;20(4):749-68;Available from: https://doi.org/10.1108/JKM-10-2015-0414.
13. Yun YJ, Lee KJ. Social skills as a moderator between R&D personnel's knowledge sharing and job performance"s knowledge sharing and job performance. J Manag Psychol. 2017;32(5):387-400;Available from: https://doi.org/10.1108/JMP-05-2016-0156.
14. Zaqout F, Abbas M. Towards a model for understanding the influence of the factors that stimulate university students' engagement and performance in knowledge sharing. Libr Rev. 2012;61(5):345-61;Available from: https://doi.org/10.1108/00242531211280478.
15. Sơn ĐB, Trí HM. Vốn xã hội, chia sẻ tri thức và hiệu quả làm việc của nhân viên trong khu vực công tại tỉnh Tiền Giang. Tạp chí khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh -Kinh tế và Quản trị kinh doanh. 2020;15(2):131-45;Available from: https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.15.2.244.2020.
16. Amayah AT. Determinants of knowledge sharing in a public sector organization. J Knowl Manag. 2013;17(3):454-71;Available from: https://doi.org/10.1108/JKM-11-2012-0369.
17. Tsai W, Ghoshal S. Social capital and value creation: the role of intrafirm networks. Acad Manag J. 1998;41(4):464-76;Available from: https://doi.org/10.2307/257085.
18. Chang HH, Chuang SS. Social capital and individual motivations on knowledge sharing: participant involvement as a moderator. Inf Manag. 2011;48(1):9-18;Available from: https://doi.org/10.1016/j.im.2010.11.001.
19. Chiu CM, Hsu MH, Wang ETG. Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories. Decis Support Syst. 2006;42(3):1872-88;Available from: https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001.
20. Shan SS, Xin T, Wang L, Li Y, Li L. Identifying influential factors of knowledge sharing in emergency events: A virtual community perspective. Syst Res Behav Sci. 2013;30(3):367-82;Available from: https://doi.org/10.1002/sres.2181.
21. Fathi NM, Eze UC, Goh GGG. Key determinants of knowledge sharing in an electronics manufacturing firm in Malaysia. Libr Rev. 2011;60(1):53-67;Available from: https://doi.org/10.1108/00242531111100577.
22. Van Den Hooff B, De Ridder JA. Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC usage on knowledge sharing. J Knowl Manag. 2004;8(6):117-30;Available from: https://doi.org/10.1108/13673270410567675.
23. Vithessonthi C. Social interaction and knowledge sharing behaviors in multinational corporations. Bus Rev. 2008;10(2):324-31;.
24. Teng JTC, Song S. An exploratory examination of knowledge-sharing behaviors: solicited and voluntary. J Knowl Manag. 2011;15(1):104-17;Available from: https://doi.org/10.1108/13673271111108729.
25. Widén-Wulff G, Ginman M. Explaining knowledge sharing in organizations through the dimensions of social capital. J Inf Sci. 2004;30(5):448-58;Available from: https://doi.org/10.1177/0165551504046997.
26. Terziovski M. Building innovation capability in organizations: an international cross-case perspective. London: Imperaial College Press; 2007;Available from: https://doi.org/10.1142/

p492.
27. Bullinger HJ, Bannert M, Brunswicker S. Managing innovation capability in smes. Tech Monit Spec Feature Innov KM SMES. 2007:17-27;.
28. Plessis MD. The role of knowledge management in innovation. J Knowl Manag. 2007;11(4):20-9;Available from: https://doi.org/10.1108/13673270710762684.
29. Lin HF. Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. Int J Manpow. 2007;28(3/4):315-32;Available from: https://doi.org/10.1108/01437720710755272.
30. Coleman JS. Social capital in the creation of human capital. Am J Sociol. 1988;94:S95-S120;Available from: https://doi.org/10.1086/228943.
31. Bolino MC, Turnley WH, Bloodgood JM. Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. Acad Manag Rev. 2002;27(4):505-22;Available from: https://doi.org/10.2307/4134400.
32. Chua A. The influence of social interaction on knowledge creation. J Intellect Cap. 2002;3(4):375-92;Available from: https://doi.org/10.1108/14691930210448297.
33. Mu J, Peng G, Love E. Interfirm networks, social capital, and knowledge flow. J Knowl Manag. 2008;12(4):86-100;Available from: https://doi.org/10.1108/13673270810884273.
34. Akhavan P, Mahdi Hosseini S. Social capital, knowledge sharing, and innovation capability: an empirical study of R&D teams in Iran. Technol Anal Strateg Manag. 2016;28(1):96-113;Available from: https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1072622.
35. Adler PS. Market, hierarchy, and trust: the knowledge economy and the future of capitalism. Organ Sci. 2001;12(2):215-34;Available from: https://doi.org/10.1287/orsc.12.2.215.10117.
36. Chen CJ, Hung SW. To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. Inf Manag. 2010;47(4):226-36;Available from: https://doi.org/10.1016/j.im.2010.03.001.
37. Nelson KM, Cooprider JG. The contribution of shared knowledge to IS group performance. MIS Q. 1996;20(4):409-29;Available from: https://doi.org/10.2307/249562.
38. Portes A, Sensenbrenner J. Embeddedness and immigration: notes on the social determinants of economic action. Am J Sociol. 1993;98(6):1320-50;Available from: https://doi.org/10.1086/230191.
39. Tohidinia Z, Mosakhani M. Knowledge sharing behavior and its predictors. Ind Manag Data Syst. 2010;110(4):611-31;Available from: https://doi.org/10.1108/02635571011039052.
40. Hung SY, Durcikova A, Lai HM, Lin WM. The influence of intrinsic and extrinsic motivation on individuals' knowledge sharing behavior. Int J Hum Comput Stud. 2011;69(6):415-27;Available from: https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2011.02.004.
41. Davenport TH. Ten principles of knowledge management and four case studies. Knowl Process Manag. 1997;4(3):187-208;Available from: https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1441(199709)4:3<187::AID-KPM99>3.0.CO;2-A.
42. Aulawi H, Sudirman I, Suryadi K, Govindaraju R. Knowledge sharing behavior, antecedent and their impact on the individual innovation capability. J Appl Sci Res. 2009;5(12):2238-46;.
43. Ologbo AC, Md Nor K, Okyere-Kwakye E. The influence of knowledge sharing on employee innovation capabilities'. Int J Hum Resour Stud. 2015;5(3):102-10;Available from: https://doi.org/10.5296/ijhrs.v5i3.8210.
44. Holub S. Knowledge sharing is a change-management exercise. Tax Pract Manag. 2003;34;.
45. Anwahi F. The effect of knowledge sharing on employee innovation in media organization [dissertation] submitted in partial fulfilment of MSc in Project Management; 2012;.
46. Yu C, Yu T, Yu C. Knowledge sharing, organizational climate, and innovative behavior: a cross-level analysis of effects'. Soc Behav Pers. 2013;41(1):143-56;Available from: https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.1.143.
47. Ologbo AC, Nor KM, Okyere-Kwakye E. The influence of knowledge sharing on employee innovation capabilities. Int J Hum Resour Stud. 2015;5(3):102-10;Available from: https://doi.org/10.5296/ijhrs.v5i3.8210.
48. Nham TP, Nguyen TM, Tran NH, Nguyen HA. Knowledge sharing and innovation capability at both individual and organizational levels: an empirical study from Vietnam's telecommunication companies. Manag Mark. 2020;15(2):275-301;Available from: https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0017.
49. Kim T, Lee G. A modified and extended Triandis model for the enablers-process- outcomes relationship in hotel employees' knowledge sharing. Serv Ind J. 2012;32(13):2059-90;Available from: https://doi.org/10.1080/02642069.2011.574276.
50. Darroch J. Knowledge management, innovation and firm performance. J Knowl Manag. 2005;9(3); 2004;Available from: https://doi.org/10.1108/13673270510602809.
51. Plessis D M. The role of knowledge management in innovation. J Knowl Manag. 2007;11(4):1367-3270;Available from: https://doi.org/10.1108/13673270710762684.
52. Burgelman R, Maidique M, Wheelwright S. Strategic management of technology and innovation. 4th ed. Vol. 2004. New York: McGraw-Hill; 2004;.
53. Camelo-Ordaz C, García-Cruzb J, Sousa-Ginel E, Valle-Cabrera R. The influence of human resource management on knowledge sharing and innovation in Spain: the mediating role of affective commitment. Int J Hum Resour Manag. 2011;22(7):1442-63;Available from: https://doi.org/10.1080/09585192.2011.561960.
54. Liao SH, Fei WC, Chen CC. Knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability: an empirical study of Taiwan's knowledge intensive industries. J Inf Sci. 2007;33(3):340-59;Available from: https://doi.org/10.1177/0165551506070739.
55. Yeşil S, Büyükbeşe T, Koska A. Exploring the link between knowledge enablers, innovation capability and innovation performance. Int J Innov Manag. 2013;17(4);Available from: https://doi.org/10.1142/S1363919613500187.
56. Kline RB. Principles and practice of structural equation modeling. New York: The Guilford Press; 2015;.
57. Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE. Multivariate data analysis. 7th ed. Vol. 2014. Edinburgh Gate, England: Pearson; 2014;.
58. Aslam MMH, Shahzad K, Syed AR, Ramish A. Social capital and knowledge sharing as determinants of academic performance. J Behav Appl Manag. 2013;15(1):25-41;Available from: https://doi.org/10.21818/001c.17935.
59. Harjanti D, Noerchoidah N. The effect of social capital and knowledge sharing on innovation capability. J Manajemen Kewirausahaan. 2017;19(2):72-8;Available from: https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.72-78.
60. Hu LT, Bentler PM. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. Struct Equ Model Multidiscip J. 1999;6(1):1-55;Available from: https://doi.org/10.1080/10705519909540118.
61. Chang CW, Huang HC, Chiang CY, Hsu CP, Chang CC. Social capital and knowledge sharing: effects on patient safety. J Adv Nurs. 2012;68(8):1793-803;PMID: 22077142. Available from: https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2011.05871.x.
62. Hau YS, Kim B, Lee H, Kim YG. The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions. Int J Inf Manag. 2013;33(2):356-66;Available from: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.10.009.
63. Politis JD. The connection between trust and knowledge management: what are its implications for team performance. J Knowl Manag. 2003;7(5):55-66;Available from: https://doi.org/10.1108/13673270310505386.
64. Hall H. Social Exchanges for knowledge exchange paper presented at managing knowledge: conversations and critiques. University of Leicester management centre. Vols. 10-11; 2001;.
65. Wasko MM, Faraj S. Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of

practice. MIS Q. 2005;29(1):35-57;Available from: https://doi.org/10.2307/25148667.

66. Abdallah S, Khalil A, Divine A. The impact of knowledge sharing on innovation capability in United Arab Emirates organizations. Int J Econ Manag Eng. 2012;6(12):3588-91;.

67. Calantone RJ, Cavusgil ST, Zhao Y. Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. Ind Mark Manag. 2002;31(6):515-24;Available from: https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6.

Science & Technology Development Journal – Economics - Law and Management 2023, 7(1):4162-4180

Open Access Full Text Article

Research Article

Impact of social capital, knowledge sharing on Innovation Capability: The case of office staff in Ho Chi Minh City

Duong The Duy[1], Nguyen Thi Xuan Lan[1], Tran Tien Quang[2], Tran Thanh Tu[3,*]

Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

This research investigates the relationship between social capital, knowledge sharing and innovation capacity among office staff in Ho Chi Minh City. The survey was carried out using a questionnaire to collect data by convenient sampling method. Inheriting from previous studies, the research team conducted expert interviews to adjust the scale and questionnaire to match the research object. We propose and test a theoretical model based on the data collected from 586 questionnaires distributed to full-time employees from private companies in Ho Chi Minh City. The research hypotheses were tested using the Linear structural model (SEM). The research results show that Social interaction ties, Trust, Reciprocity, Identify and Shared goals all have an impact on Knowledge collecting and Knowledge donating. In addition, Knowledge collecting and Knowledge donating both have a positive effect on the Innovation capacity of office staff. With the results achieved, this research helps companies and businesses realize the importance of social capital in helping employees constantly innovate, which contributes significantly to the development of companies and businesses.

Key words: Social capital, knowledge sharing, innovation capability, office staff

[1]*Faculty of Economics – Finance, Ho Chi Minh City University of Foreign Languages and Information Technology, Vietnam*

[2]*Van Lang University, Vietnam*

[3]*LV&F Education and Consultant Joint Stock Company, Vietnam*

Correspondence

Tran Thanh Tu, LV&F Education and Consultant Joint Stock Company, Vietnam

Email: 2008tranthanhtu@gmail.com

History

- Received: 26-12-2022
- Accepted: 24-3-2023
- Published: 15-4-2023

DOI : https://doi.org/10.32508/stdjelm.v7i1.1172

Check for updates

Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.

VNU-HCM Press

Cite this article : Duy D T, Lan N T X, Quang T T, Tu T T. **Impact of social capital, knowledge sharing on Innovation Capability: The case of office staff in Ho Chi Minh City**. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 2023, 7(1):4162-4180.