

VỐN XÃ HỘI VÀ CHIA SẺ KIẾN THỨC NÔNG NGHIỆP: TRƯỜNG HỢP HỘ NÔNG DÂN TẠI TỈNH BẾN TRE

**Social capital and knowledge sharing between farming households:
case study of Ben Tre province**

DƯƠNG THẾ DUY

*N*ghiên cứu này hướng đến thiết lập mô hình nghiên cứu về chia sẻ kiến thức trong cộng đồng vùng nông thôn Việt Nam và làm rõ vai trò của vốn xã hội đối với chia sẻ kiến thức về hoạt động sản xuất của hộ gia đình nông dân. Mô hình chia sẻ kiến thức được phát triển trên cơ sở xác định mối tương quan đa chiều của vốn xã hội, từ đó tác động đến việc tăng chia sẻ kiến thức. Nghiên cứu này tiến hành điều tra 263 hộ nông dân tại bốn huyện: Châu Thành, Bình Đại, Thạnh Phú, Ba Tri thuộc tỉnh Bến Tre. Phương pháp phân tích nhân tố được sử dụng để xác định các yếu tố thuộc vốn xã hội tác động đến chia sẻ kiến thức. Kết quả cho thấy, chia sẻ kiến thức của hộ nông dân tỉnh Bến Tre hiện tại chịu tác động rất lớn bởi các yếu tố thuộc về vốn xã hội: mối quan hệ tương tác xã hội, mục tiêu chia sẻ, lòng tin, tâm nhìn chung và nhận biết; từ đó đề xuất một số kiến nghị để mở rộng nguồn vốn xã hội của hộ gia đình nông dân tại tỉnh Bến Tre.

Từ khóa: vốn xã hội, chia sẻ kiến thức, hộ nông dân.

This research aims to establish a research model on knowledge sharing in rural communities in Vietnam and to clarify the role of social capital in knowledge sharing in agricultural household production. The model of knowledge sharing is developed on the basis of determining the multi-dimensional correlation of social capital, thereby affecting the increase of knowledge sharing. This research is conducted to survey 263 farming households in four districts of Chau Thanh, Binh Dai, Thanh Phu and Ba Tri in Ben Tre province. The factor analysis method is used to determine the factors of social capital affecting knowledge sharing. The results show that knowledge sharing of farmer households in the Ben Tre province at present is greatly influenced by factors belonging to social capital: social interaction ties, trust, identification, shared goals and shared vision. The study also proposes some recommendations to expand the social capital of farmer households in Ben Tre province.

Keywords: social capital, knowledge sharing, farming household.

1. Giới thiệu

Trong hoạt động sản xuất thường ngày của các hộ nông dân tại Việt Nam, ngoài các yếu tố như trình độ học vấn, tuổi, số năm kinh nghiệm... thì kiến thức nông nghiệp được xem là yếu tố quan trọng có ảnh hưởng

nhều nhất đến hiệu quả kinh tế của hộ nông dân. Kiến thức này là do sự tích lũy trong quá trình lao động hoặc có thể là do sự chia

Dương Thế Duy, TS., Trường đại học Ngoại ngữ - tin học Thành phố Hồ Chí Minh.

sẽ từ cộng đồng, mạng lưới xã hội mà họ tiếp cận. Hsieh (1963) cho rằng, kiến thức nông nghiệp của nông dân phụ thuộc vào mức độ mà họ tiếp cận với các hoạt động cộng đồng ở vùng nông thôn. Cũng đã có nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới đã chứng minh mối quan hệ giữa vốn xã hội và chia sẻ kiến thức ở các lĩnh vực như: kinh tế học, giáo dục, y tế, quản trị nhân sự...

Tại các vùng nông thôn Việt Nam hiện nay, ngoài các hội khuyến nông, hội khuyến ngư luôn giữ vai trò chủ đạo trong việc truyền tải kiến thức khoa học, công nghệ đến các hộ nông dân, thì còn có chính quyền địa phương, các công ty, đại lý... cũng đã một phần đảm nhiệm công việc truyền tải công nghệ đến cho nông dân. Với sự tương tác, hỗ trợ, sự tin tưởng... trong mạng lưới cộng đồng đã hình thành nên nguồn lực vốn xã hội góp phần không nhỏ đến hiệu quả kinh tế sản xuất của hộ gia đình nông dân. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa thấy nghiên cứu nào đánh giá, đo lường sự tác động của vốn xã hội đến khả năng chia sẻ kiến thức trong hoạt động sản xuất của hộ gia đình nông dân tại Việt Nam nói chung và tỉnh Bến Tre nói riêng. Do đó, nghiên cứu này sẽ tập trung vào các yếu tố vốn xã hội ảnh hưởng đến chia sẻ kiến thức của hộ gia đình nông dân tại tỉnh Bến Tre. Mục tiêu chính của nghiên cứu là: (1) xác định các yếu tố vốn xã hội ảnh hưởng đến chia sẻ kiến thức; (2) đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố vốn xã hội đến chia sẻ kiến thức của hộ gia đình nông dân và (3) đề xuất một số kiến nghị cho hộ gia đình nông dân nhằm mở rộng nguồn vốn xã hội để tăng kiến thức nông nghiệp.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Đã có rất nhiều nghiên cứu trước đó về tác động của vốn xã hội đến chia sẻ kiến thức trong hoạt động sản xuất của cá nhân,

hộ gia đình hay doanh nghiệp như: Chang và Chuang (2011), Chang và cộng sự (2012), Kim và cộng sự (2013), Lefebvre và cộng sự (2016), Akhavan và Hosseini (2016)... Các nghiên cứu này đã tiếp cận, đo lường vốn xã hội khác nhau đối với chia sẻ kiến thức. Nghiên cứu này đã tổng hợp, kế thừa có chọn lọc đối với các nghiên cứu trên nhằm đưa ra các yếu tố đo lường vốn xã hội phù hợp với hộ gia đình nông dân tại Việt Nam. Như vậy, trong nghiên cứu này, các yếu tố của vốn xã hội ảnh hưởng đến tiếp cận kiến thức nông nghiệp bao gồm: (1) cấu trúc mạng lưới xã hội; (2) chất lượng mạng lưới: mối quan hệ tương tác xã hội, lòng tin, có đi có lại, nhận biết, mục tiêu chia sẻ, tầm nhìn chung.

Mối quan hệ tương tác xã hội được đề cập đến quá trình xây dựng, hình thành các mối quan hệ xã hội và có xu hướng tạo ra các liên hệ với nhau (Lee, 2009). Các nhà nghiên cứu cho rằng: khi các thông tin, nguồn tài nguyên được truyền tải thông qua các mối quan hệ xã hội, một cá nhân có thể có khả năng tiếp cận nguồn tài nguyên của người khác thông qua tương tác xã hội (Tsai và Ghoshal, 1998). Tương tác xã hội đã được chứng minh là có liên quan tích cực đến việc tiếp thu kiến thức (Yli-Renko và cộng sự, 2001) và trao đổi, kết hợp tài nguyên (Tsai và Ghoshal, 1998). Mối quan hệ tương tác xã hội cho phép các cá nhân nâng cao chiều sâu, chiều rộng và hiệu quả của kiến thức mà họ chia sẻ với nhau (Amayah, 2013). Do đó, giả thuyết đầu tiên: *H₁: Mối quan hệ tương tác xã hội ảnh hưởng tích cực đến chia sẻ kiến thức của các hộ gia đình nông dân.*

Lòng tin lẫn nhau giữa các hộ gia đình và mạng lưới xã hội là một thuộc tính quan trọng trong hoạt động sản xuất thường ngày của hộ gia đình nông dân. Nó đã ảnh hưởng không nhỏ đến chia sẻ kiến thức giữa mạng

lưới xã hội và hộ gia đình nông dân. Môi trường tin tưởng có thể khuyến khích mọi người tương tác với nhau nhiều hơn và chia sẻ những ý tưởng, tri thức của họ. Mặt khác, thiếu sự tin tưởng có thể tạo ra một tình trạng cô lập giữa các thành viên trong xã hội, ngăn cản việc chia sẻ và trao đổi tri thức với nhau (Al-adaileh, 2011). Do đó, lòng tin là điều kiện cần để thúc đẩy chia sẻ kiến thức. Từ đó có giả thuyết H_2 : *Có một mối quan hệ tích cực giữa lòng tin của hộ gia đình nông dân và chia sẻ kiến thức nông nghiệp.*

Chia sẻ kiến thức lẫn nhau và cả hai bên đều xem là công bằng là đặc điểm của sự có đi có lại (Chiu và cộng sự, 2006), hay chia sẻ kiến thức được tạo điều kiện thuận lợi bởi sự có đi có lại (Chang và Chuang, 2011). Thông thường, khi một cá nhân cung cấp kiến thức hữu ích cho người khác, người tiếp nhận kiến thức có nghĩa vụ chuyển giao kiến thức tương đương cho người cung cấp kiến thức. Sự tương hỗ như vậy dựa trên mối quan hệ trao đổi kiến thức đã được chỉ ra như một yếu tố quyết định chính để khuyến khích cá nhân chia sẻ kiến thức của họ. Hơn nữa, Hung và cộng sự (2011) phát hiện ra rằng trong môi trường làm việc nhóm, những thành viên sẵn sàng chia sẻ những ý tưởng có giá trị của họ hơn là mong đợi những người khác phản hồi ý tưởng của họ và tạo ra những ý tưởng mới. Trong một môi trường công bằng và có đi có lại trong nhóm, các thành viên sẽ nhận ra rằng cần phải có nghĩa vụ xã hội mà cụ thể là chia sẻ kiến thức, đặc biệt là khi họ đã nhận được sự giúp đỡ từ các thành viên khác. Những điều này tạo ra giả thuyết H_3 : *Có đi có lại ảnh hưởng tích cực đến chia sẻ kiến thức của các hộ gia đình nông dân.*

Nhận biết được xem là một cảm nhận mức độ mối quan hệ xã hội của một cá nhân

đối với cá nhân hoặc một nhóm người khác (Nahapiet và Ghoshal, 1998). Các đặc trưng xã hội hiện hữu sẽ giúp các cá nhân hiểu họ là ai, cách họ xây dựng mối liên hệ của họ với những người xung quanh và cách mà họ hành động trong các tình huống xã hội (Kramer, 2006). Nahapiet và Ghoshal (1998) cho rằng, nhận biết đóng vai trò như một nguồn lực ảnh hưởng đến động lực kết hợp và trao đổi kiến thức. Nhận biết về sự đoàn kết xã hội và sự đoàn kết của nhóm sẽ thúc đẩy sự sẵn sàng chia sẻ kiến thức của các cá nhân và nâng cao chiều sâu và chiều rộng của kiến thức được chia sẻ. Ngoài ra, nghiên cứu thực nghiệm trước đây của Chiu và cộng sự (2006), Chang và Chuang (2011) đã chỉ ra tác động đáng kể của mạng lưới cộng đồng đối với chia sẻ kiến thức. Do đó, đề xuất giả thuyết: H_4 : *Yếu tố nhận biết có ảnh hưởng tích cực đến chia sẻ kiến thức của các thành viên trong nhóm.*

Theo Chow và Chan (2008), các mục tiêu chia sẻ là điều kiện cho sự nhận thức lẫn nhau và trao đổi ý kiến trong nhóm. Mục tiêu chung bao gồm các mục tiêu và tham vọng chung của các thành viên trong nhóm. Hiểu biết chung về các cách tương tác dẫn đến nhiều cơ hội chia sẻ tài nguyên giữa các thành viên trong nhóm ngày càng tốt hơn mà không có bất kỳ hiểu lầm nào. Các mục tiêu chung giúp các thành viên trong nhóm hình dung được lợi ích của sự trao đổi. Do đó, mục tiêu được chia sẻ giữa các thành viên trong nhóm dẫn đến việc chia sẻ tài nguyên lẫn nhau (Tsai và Ghoshal, 1998). Các mục tiêu, sở thích và tầm nhìn được chia sẻ trong một nhóm nhằm nâng cao chia sẻ kiến thức của các thành viên trong nhóm (Chiu và cộng sự, 2006; Chow và Chan, 2008). Hơn nữa, các nghiên cứu thực nghiệm gần đây cho thấy rằng, mục tiêu chia sẻ có thể cải thiện chia sẻ kiến

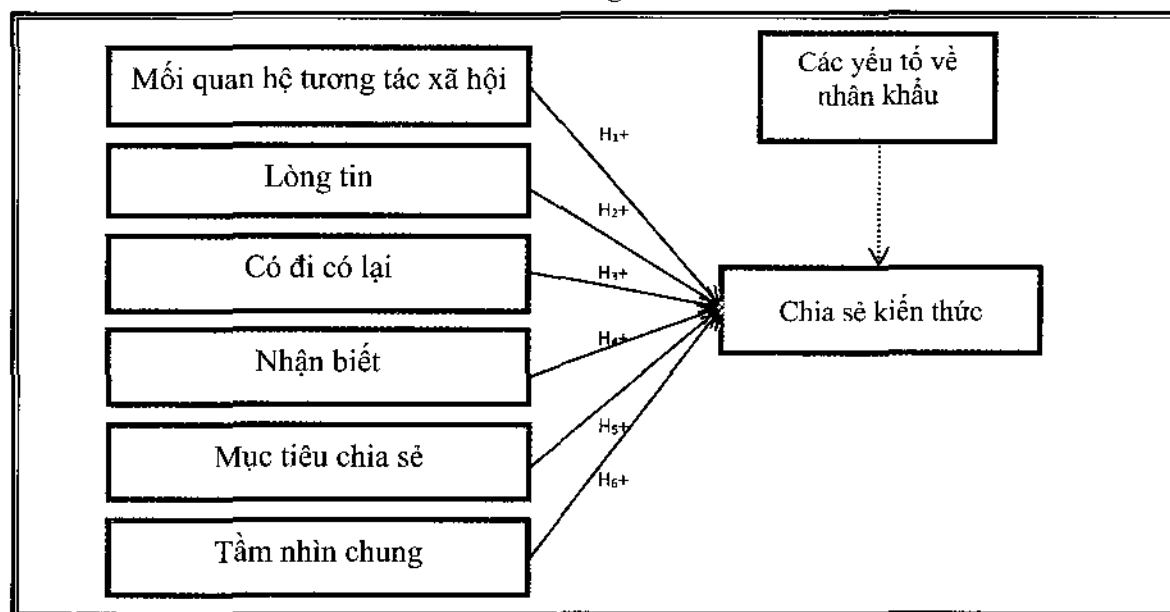
thức giữa các cá nhân (Chow và Chan, 2008; Fathi và cộng sự, 2011). Do đó, đề xuất giả thuyết H_5 : Các mục tiêu chia sẻ ảnh hưởng tích cực đến chia sẻ kiến thức của các hộ gia đình nông dân.

Tâm nhìn chung bao gồm các mục tiêu và tham vọng chung của các thành viên trong mạng lưới xã hội. Hiểu biết chung về các cách tương tác dẫn đến nhiều cơ hội chia sẻ tài nguyên mà không có bất kỳ hiểu lầm nào. Các tầm nhìn chung giúp các thành viên nhận được lợi ích từ mạng lưới xã hội. 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 (Chiu và cộng sự, 2006). Các mục tiêu và chuẩn mực chung dẫn đến

sự tin tưởng giữa các thành viên, vì họ không sợ bị bắt kỳ thành viên nào trong mạng lưới xã hội theo đuổi tư lợi làm ảnh hưởng đến các mục tiêu chung. Do đó, tầm nhìn chung là điều kiện ràng buộc tạo ra sự tin tưởng (Tsai và Ghoshal, 1998) và có thể dẫn đến việc chia sẻ kiến thức. Chiu và cộng sự (2006) trong nghiên cứu thực nghiệm của họ đã phát hiện ra rằng tầm nhìn chung có liên quan tích cực đến chất lượng của kiến thức được chia sẻ trong mạng lưới. Do đó, đề xuất giả thuyết H_6 : Tầm nhìn chung trong mạng lưới xã hội sẽ tác động tích cực đến việc chia sẻ kiến thức của các thành viên.

Từ các giả thuyết nghiên cứu trên, có thể tóm tắt mô hình nghiên cứu như sau:

HÌNH 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



2.2. Xây dựng thang đo

Việc hình thành thang đo được kế thừa từ những nghiên cứu trước có liên quan của Chang và Chuang (2011), Chang và cộng sự (2012), Aslam và cộng sự (2013). Trong đó yếu tố mối quan hệ tương tác xã hội (bốn biến), lòng tin (năm biến), có đi

có lại (hai biến), nhận biết (bốn biến), mục tiêu chia sẻ (ba biến), tầm nhìn chung (ba biến), chia sẻ kiến thức (bốn biến). Để bảo đảm giá trị nội dung của thang đo, một nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua thảo luận tay đôi với hai cán bộ cấp xã, ba thành viên của hội khuyến nông và

Vốn xã hội và chia sẻ kiến thức...

ba nhân viên thuộc các đại lý cung cấp phân bón, thuốc, thức ăn ở các xã, huyện thuộc tỉnh Bến Tre. Sau đó thang đo được hiệu chỉnh và bổ sung cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Thang đo được sử dụng trong nghiên cứu là thang đo Likert năm điểm.

BẢNG 1: Thang đo vốn xã hội

Biến quan sát	
Mối quan hệ tương tác xã hội (SI)	
SI1	Tôi luôn duy trì mối quan hệ xã hội chặt chẽ với những người trong mạng lưới xã hội mà tôi quen biết.
SI2	Tôi luôn dành nhiều thời gian tương tác với một số thành viên trong mạng lưới xã hội mà tôi quen biết.
SI3	Tôi biết một số thành viên trong mạng lưới xã hội của mình ở mức độ cá nhân.
SI4	Tôi thường xuyên giao tiếp với một số thành viên trong mạng lưới xã hội quen biết của mình.
Lòng tin (TR)	
TR1	Các thành viên trong mạng lưới xã hội mà tôi quen biết sẽ không lợi dụng người khác ngay cả khi có cơ hội.
TR2	Các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi luôn giữ lời hứa với nhau.
TR3	Các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi sẽ không cố ý làm bất cứ điều gì để làm gián đoạn cuộc trò chuyện.
TR4	Các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi cư xử theo một cách nhất quán.
TR5	Các thành viên trong mạng lưới xã hội mà tôi quen biết luôn trung thực khi giao tiếp với nhau.
Có đi có lại (RE)	
RE1	Tôi biết rằng các cá nhân trong mạng lưới mà tôi quen biết luôn giúp đỡ tôi, vì vậy việc giúp đỡ các thành viên khác là điều công bằng.
RE2	Tôi tin rằng các thành viên trong mạng lưới xã hội quen biết của tôi sẽ giúp tôi nếu tôi cần.
Nhận biết (ID)	
ID1	Tôi cảm thấy có một cảm giác thân thuộc đối với mạng lưới xã hội mà tôi quen biết.
ID2	Tôi có cảm giác gắn gũi với những người trong mạng lưới xã hội của mình.
ID3	Tôi có một cảm giác tích cực mạnh mẽ đối với mạng lưới xã hội quen biết của mình.
ID4	Tôi tự hào là một thành viên của mạng lưới xã hội của tôi.
Mục tiêu chia sẻ (SG)	
SG1	Các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi chia sẻ tầm nhìn giúp người khác giải quyết các vấn đề chuyên môn của họ.
SG2	Các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi có cùng mục tiêu học hỏi lẫn nhau.
SG3	Các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi đều có chung một giá trị là giúp đỡ người khác thật dễ chịu.

Tâm nhìn chung (SV)	
SV1	Tôi và đồng đội luôn có chung tham vọng và tâm nhìn trong công việc.
SV2	Tôi và mọi người trong mạng lưới xã hội luôn thống nhất quan điểm trong hoạt động sản xuất.
SV3	Tôi và mọi người trong mạng lưới luôn nhiệt tình theo đuổi mục đích của tập thể.
Chia sẻ kiến thức (KS)	
KS1	Kiến thức được chia sẻ bởi các thành viên mạng lưới xã hội của tôi là chính xác.
KS2	Những kiến thức được chia sẻ bởi các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi đã hoàn thành.
KS3	Kiến thức được chia sẻ bởi các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi là đáng tin cậy.
KS4	Những kiến thức được chia sẻ bởi các thành viên trong mạng lưới xã hội của tôi là kịp thời.

Nguồn: Kết quả phân tích, tổng hợp từ Chang và Chuang (2011), Aslam và cộng sự (2013), Akhavan và Hosseini (2016).

2.3. Dữ liệu

Mẫu nghiên cứu được chọn theo phương pháp thuận tiện. Bảng câu hỏi khảo sát được gửi đến các nhà quản lý ở địa phương, hộ gia đình nông dân đã và đang tham gia hoạt động sản xuất vụ mùa ở bốn huyện (Bình Đại, Ba Tri, Thạnh Phú, Châu Thành)

thuộc tỉnh Bến Tre. Khảo sát này được tiến hành vào tháng 4-2021, kết quả thu về được 263 phiếu khảo sát giấy, sau khi loại bỏ 21 phiếu khảo sát không hợp lệ còn lại 242 phiếu hợp lệ, đạt tỷ lệ 92,01%. Thông tin mô tả chi tiết của mẫu khảo sát được trình bày trong bảng sau (bảng 2).

BẢNG 2: Mô tả mẫu khảo sát

Thông tin mẫu	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	175	72,31
Nữ	67	27,68
Độ tuổi		
30 tuổi trở xuống	26	10,74
31-45 tuổi	106	43,80
46-60 tuổi	89	36,77
Từ 60 tuổi trở lên	21	8,67
Trình độ học vấn		
Tiểu học	14	5,78
Trung học cơ sở	48	19,83
Trung học phổ thông	98	40,49
Đại học	79	32,64
Trên đại học	3	1,23

Vốn xã hội và chia sẻ kiến thức...

Quy mô hộ gia đình		
Ít nhất 3 người	12	4,95
3-6 người	176	72,72
Từ 6 người trở lên	54	22,31
Số năm kinh nghiệm		
Ít nhất 5 năm	76	31,40
6-15 năm	91	37,60
16-25 năm	41	16,94
Từ 26 năm trở lên	34	14,04
Số năm sống tại địa phương		
Ít nhất 5 năm	11	4,54
6-15 năm	54	22,31
16-25 năm	112	46,28
Từ 26 năm trở lên	65	26,85
Lĩnh vực hoạt động sản xuất		
Thủy sản	92	38,01
Trồng trọt	67	27,68
Chăn nuôi	83	34,29

Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra của tác giả.

2.4. Đánh giá độ tin cậy của thang đo và phân tích nhân tố

2.4.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Hệ số Cronbach's alpha được sử dụng để loại các biến không phù hợp. Sau khi loại một biến của yếu tố mỗi quan hệ tương tác, một biến của yếu tố lòng tin

và một biến của yếu tố nhận biết thì tất cả các nhóm yếu tố đều có hệ số Cronbach's alpha lớn hơn 0,7 (bảng 3) và hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,3, nên thang đo của các nhóm nhân tố đã đạt được độ tin cậy và tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố.

BẢNG 3: Phân tích độ tin cậy Cronbach's alpha

STT	Nhóm nhân tố	Cronbach's alpha
1	Chia sẻ kiến thức – KS	0,817
2	Mối quan hệ tương tác xã hội – SI	0,803
3	Lòng tin – TR	0,798
4	Có đi có lại – RE	0,807
5	Nhận biết – ID	0,786
6	Mục tiêu chia sẻ – SG	0,772
7	Tầm nhìn chung – SV	0,801

Nguồn: Tính toán của tác giả.

2.4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả EFA, dùng phương pháp rút

trích Principal và phép quay Varimax, được tóm tắt ở bảng 4.

BẢNG 4: Kết quả phân tích nhân tố đối với biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
SI1	0,793					
SI3	0,762					
SI4	0,744					
TR1		0,784				
TR2		0,683				
TR3		0,680				
TR4		0,626				
RE1			0,878			
RE2			0,792			
ID4				0,740		
ID3				0,682		
ID1				0,608		
SG1					0,749	
SG2					0,744	
SG3					0,689	
SV1						0,791
SV2					0,697	
SV3						0,622
Eigenvalues	7,536	3,001	2,484	1,223	1,486	1,455
Variance explained (%)	28,903	11,043	7,432	7,083	4,995	8,873
Cumulative Variance explained (%)	30,103	39,225	49,695	54,916	61,450	50,242
Cronbach's alpha	0,887	0,833	0,715	0,787	0,714	0,737

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Sau khi phân tích nhân tố EFA, mô hình nghiên cứu có một số thay đổi như sau:

- Biến môi quan hệ tương tác xã hội (SI) còn lại ba biến quan sát (biến quan sát SI2 bị loại).
- Biến lòng tin (TR) còn lại bốn biến quan sát (biến quan sát TR5 bị loại).
- Biến có đi có lại (RE) có hai biến quan sát.
- Biến nhận biết (ID) còn lại ba biến quan sát (biến quan sát ID2 bị loại).
- Biến mục tiêu chia sẻ (SG) có bốn biến quan sát (do tăng thêm một biến

quan sát SV2).

- Biến tầm nhìn chung (SV) còn lại hai biến quan sát.

Từ kết quả trên, mô hình nghiên cứu được giữ nguyên như ban đầu (hình 1).

3. Kết quả phân tích

3.1. Phân tích tương quan

Kết quả kiểm định Pearson giữa sáu biến độc lập với một biến phụ thuộc (được tóm tắt ở bảng 5) cho thấy, hầu hết các biến độc lập đều có tương quan chặt chẽ với biến phụ thuộc ở mức tin cậy 99% với các hệ số tương quan lớn hơn 0,3.

BẢNG 5: Phân tích tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc

	SI	TR	RE	ID	SG	SV	KS
SI	1	0,477**	0,312**	0,375**	0,448**	0,584**	0,436**
TR	0,477**	1	0,425**	0,264**	0,348**	0,418**	0,258**
RE	0,312**	0,425**	1	0,247**	0,455**	0,397**	0,354**
ID	0,375**	0,264**	0,247**	1	0,285**	0,254**	0,316**
SG	0,448**	0,348**	0,455**	0,285**	1	0,125**	0,211**
SV	0,584**	0,418**	0,397**	0,254**	0,125**	1	0,116**
KS	0,436**	0,258**	0,354**	0,316**	0,211**	0,116**	1

Ghi chú **: Tương quan có ý nghĩa ở mức 0,01 (2-tailed).

Nguồn: Tính toán của tác giả.

3.2. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy đa biến được sử dụng để phân tích mối quan hệ giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc chia sẻ kiến thức trong mô hình trên. Phân tích được thực hiện bằng phương pháp Enter. Bảng

6 cho thấy, mô hình hồi quy đưa ra tương đối phù hợp với độ tin cậy 99%. Hệ số R² hiệu chỉnh bằng 0,420 có nghĩa là mô hình có thể giải thích được 42% cho tổng thể về mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

BẢNG 6: Tóm tắt mô hình hồi quy

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0,683 ^a	0,431	0,420	0,45316	2,017

Ghi chú: a. Biến độc lập: (hằng số), SI, TR, RE, ID, SG, SV; b. Biến phụ thuộc: KS.

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai (ANOVA) là phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính. Bảng 7 cho thấy, giá trị Sig. bằng 0,000, nên mô hình hồi

quy phù hợp với tập dữ liệu khảo sát. Kết quả phân tích hồi quy được trình bày ở bảng 8. Các hệ số VIF đều nhỏ (nhỏ hơn 2), chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

BẢNG 7: Phân tích phương sai ANOVA

Mô hình		Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
1	Hồi quy	37,012	6	7,287	35,582	0,000 ^a
	Phần dư	49,228	239	0,206		
	Tổng	86,240	242			

Ghi chú: Biến độc lập: (hằng số), SI, TR, RE, ID, SG, SV; b. Biến phụ thuộc: KS.

Nguồn: Tính toán của tác giả.

BẢNG 8: Kết quả phân tích hồi quy theo phương pháp Enter

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Sig.	Phân tích đa cộng tuyến		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	Hằng số	1,362	0,244		5,537	0,000		
	SI	0,408	0,59	0,438	7,283	0,000	0,673	1,540
	TR	0,152	0,51	0,172	2,901	0,004	0,616	1,513
	RE	- 0,194	0,49	- 0,228	- 3,172	0,000	0,634	1,467
	ID	0,118	0,53	0,110	2,162	0,047	0,834	1,211
	SG	0,221	0,57	0,227	3,783	0,000	0,659	1,561
	SV	0,137	0,48	0,345	2,624	0,000	0,735	1,505

Nguồn: Tính toán của tác giả.

3.3. Kiểm định giả thuyết

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy (bảng 8), tiến hành kiểm định các giả thuyết của mô hình đã đưa ra. Kết quả kiểm định các giả thuyết được tóm tắt như sau:

Các giả thuyết không thể bác bỏ:

- H₁: Có mối quan hệ tích cực giữa biến mối quan hệ tương tác xã hội (SI) và biến chia sẻ kiến thức (KS) trong mạng lưới cộng đồng hộ gia đình nông dân.

- H₂: Có mối quan hệ tích cực giữa biến lòng tin (TR) và biến chia sẻ kiến thức (KS) trong mạng lưới cộng đồng hộ gia đình nông dân.

- H₄: Có mối quan hệ tích cực giữa biến nhận biết (ID) và biến chia sẻ kiến thức (KS) trong mạng lưới cộng đồng hộ gia đình nông dân.

- H₅: Có mối quan hệ tích cực giữa biến mục tiêu chia sẻ (SG) và biến chia sẻ kiến thức (KS) trong mạng lưới cộng đồng hộ gia đình nông dân.

- H₆: Có mối quan hệ tích cực giữa biến tầm nhìn chung (SV) và biến chia sẻ kiến thức (KS) trong mạng lưới cộng đồng hộ gia đình nông dân.

Các giả thuyết bị bác bỏ:

- H₃: Có mối quan hệ tích cực giữa biến có đi có lại (RE) và biến chia sẻ kiến thức

(KS) trong mạng lưới cộng đồng hộ gia đình nông dân.

3.4. Kiểm định ANOVA

Kết quả của kiểm định sự khác biệt của các biến định tính cho thấy, chỉ có sự khác biệt về việc chia sẻ kiến thức giữa hai nhóm biến định tính sau:

- Giới tính nam và nữ, trong đó nam giới chia sẻ kiến thức nhiều hơn nữ giới.

- Lĩnh vực hoạt động sản xuất của hộ gia đình, giữa hộ hoạt động lĩnh vực thủy sản và hộ hoạt động lĩnh vực trồng trọt ở mức ý nghĩa 10%, trong đó hộ hoạt động lĩnh vực thủy sản chia sẻ kiến thức nhiều hơn hộ hoạt động lĩnh vực trồng trọt.

Ngoài ra, không có sự khác biệt giữa những người có độ tuổi, trình độ học vấn, kinh nghiệm, quy mô hộ gia đình và số năm sống tại địa phương.

4. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc chia sẻ kiến thức của hộ gia đình nông dân tại tỉnh Bến Tre chịu tác động bởi các yếu tố của vốn xã hội, xếp thứ tự từ mạnh đến yếu dần, đó là: mối quan hệ tương tác xã hội (β_1 bằng 0,408), mục tiêu chia sẻ (β_5 bằng 0,221), lòng tin (β_2 bằng 0,152), tầm nhìn chung (β_6 bằng 0,137) và nhận biết (β_4 bằng 0,118). Kết quả phân tích hồi quy có R² hiệu chỉnh bằng 0,420,

nghĩa là việc chia sẻ kiến thức được giải thích bởi năm yếu tố trên là 42%.

Mối quan hệ tương tác xã hội của hộ gia đình trong nghiên cứu này có ảnh hưởng mạnh nhất đến chia sẻ kiến thức. Các nghiên cứu trước đây của Aslam và cộng sự (2013), Akhavan và Hosseini (2016) cũng cho thấy, mối quan hệ tích cực giữa mối quan hệ tương tác xã hội và chia sẻ kiến thức. Tuy nhiên, kết quả của nghiên cứu này lại khác với nghiên cứu trước đó của Chang và Chuang (2011). Kết quả này cho thấy, trong cộng đồng các hộ gia đình nông dân hiện tại bao gồm: hội khuyến nông/khuyến ngư, đại lý thuốc - thức ăn - hóa chất, hay mạng lưới đồng nghiệp... Nếu các thành viên hộ gia đình nông thôn xuyên duy trì mối quan hệ chặt chẽ, dành nhiều thời gian giao tiếp với mạng lưới mà mình tiếp cận sẽ nhận được các kiến thức mới, cụ thể là các phương pháp sản xuất mới góp phần tăng hiệu quả sản xuất.

Mục tiêu chia sẻ của hộ gia đình là yếu tố thứ hai trong nghiên cứu này có ảnh hưởng đến chia sẻ kiến thức. Kết quả này khác với các nghiên cứu trước đây của Chang và Chuang (2011). Thực vậy, bối cảnh thực tế tại vùng nông thôn đồng bằng sông Cửu Long nói chung và tỉnh Bến Tre nói riêng cho thấy, nếu các hộ gia đình trong mạng lưới cộng đồng có cùng mục tiêu chia sẻ trong hoạt động sản xuất, không vụ lợi, sẵn sàng giúp đỡ người khác giải quyết vấn đề chuyên môn trong hoạt động sản xuất sẽ góp phần tăng khả năng chia sẻ kiến thức trong cộng đồng.

Nghiên cứu của Aslam và cộng sự (2013) cho rằng, yếu tố lòng tin không có tác động đến chia sẻ kiến thức. Tuy nhiên, nghiên cứu của Chang và Chuang (2011), Akhavan và Hosseini (2016) chứng minh rằng, yếu tố lòng tin có tác động đáng kể đến chia sẻ kiến thức. Kết quả này cho thấy,

phù hợp với bối cảnh vùng nông thôn tại Việt Nam hiện nay, nơi mà lòng tin được xem là yếu tố quan trọng, là chất kết dính các mối quan hệ xã hội nơi sinh sống. Điều này còn thể hiện trong quá trình sản xuất, các chủ thể không lợi dụng, luôn giữ lời hứa, cư xử đúng mực đối với cộng đồng mà mình đã tiếp cận... Khi lòng tin giữa các hộ gia đình nông dân trong cộng đồng ngày càng cao sẽ góp phần tăng khả năng chia sẻ kiến thức.

Tâm nhìn chung là yếu tố có tác động đến chia sẻ kiến thức của hộ gia đình nông dân tại tỉnh Bến Tre. Kết quả này tương tự với kết quả nghiên cứu Aslam và cộng sự (2013), điều này có thể thấy rằng, trong mạng lưới cộng đồng của hộ gia đình vùng nông thôn tỉnh Bến Tre hiện nay thể hiện có sự thống nhất chung trong hoạt động sản xuất, cùng quan điểm và sự nhiệt tình giúp đỡ lẫn nhau và có cùng mục tiêu chung trong cuộc sống, cũng như trong các nhóm lĩnh vực sản xuất sẽ góp phần tăng khả năng chia sẻ kiến thức.

Nghiên cứu của Aslam và cộng sự (2013) cho rằng, yếu tố nhận biết không tác động đến chia sẻ kiến thức. Trong khi đó, nghiên cứu này cho kết quả tương đồng với nghiên cứu của Chang và Chuang (2011), Akhavan và Hosseini (2016), yếu tố nhận biết có tác động đến chia sẻ kiến thức của hộ gia đình nông dân. Thực vậy, các cảm nhận tự hào là thành viên mạng lưới xã hội, sự cảm nhận cũng như sự tương thân tương ái của các hộ gia đình, đã hình thành trong nếp sống của vùng nông thôn Việt Nam từ trước đến nay, điều này giúp tăng sự tương tác, trao đổi cũng như duy trì khả năng chia sẻ kiến thức của các hộ gia đình nông dân.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Tóm lại, nghiên cứu này góp phần kiểm định lại các kết quả nghiên cứu trước đây

trong bối cảnh vùng nông thôn Việt Nam hiện nay, cụ thể là vùng nông thôn tỉnh Bến Tre. Qua thu thập dữ liệu ở các vùng nông thôn tại tỉnh Bến Tre, kết quả nghiên cứu cho thấy, các yếu tố vốn xã hội, bao gồm: mối quan hệ tương tác xã hội, mục tiêu chia sẻ, lòng tin, tầm nhìn chung và nhận biết có ảnh hưởng đến chia sẻ kiến thức. Trong đó, yếu tố mối quan hệ tương tác xã hội có tác động mạnh nhất đến chia sẻ kiến thức. Từ kết quả nghiên cứu này, sẽ giúp các hộ gia đình cũng như chính quyền địa phương có các chính sách, các giải pháp mở rộng nguồn vốn xã hội nhằm góp phần chia sẻ kiến thức giúp tăng hiệu quả sản xuất trong vụ mùa.

Dựa vào kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số chính sách để kiến tạo và khuyến khích chia sẻ kiến thức bằng cách thúc đẩy các yếu tố thuộc về vốn xã hội (cấu trúc mạng lưới xã hội và chất lượng mạng lưới xã hội) như sau:

- Đối với cấu trúc mạng lưới xã hội: thúc đẩy các thành viên hộ gia đình tham gia tích cực vào các tổ chức địa phương như hội khuyến nông, hội nông dân, các câu lạc bộ... nhằm tăng cường giao lưu, trao đổi góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho việc chia sẻ kiến thức. Các mối quan hệ gần gũi, thời gian thiết lập các mối quan hệ và tần suất trao đổi công việc trong mạng lưới có tác động đến chia sẻ kiến thức nông nghiệp của hộ gia đình nông dân hiện nay.

- Đối với chất lượng mạng lưới xã hội: chính quyền địa phương hay chủ tịch các hội, câu lạc bộ nên phân bổ nhiều nguồn lực trong việc xây dựng lòng tin và tăng cường sự cộng tác giữa các hộ gia đình, cũng như giữa hộ gia đình với các hội, câu lạc bộ. Lòng tin được cho là yếu tố quan trọng, muốn có được lòng tin thì cần phải tạo được bầu không khí làm việc thật sự cởi mở, công bằng, minh bạch... Lòng tin là

yếu tố tạo nên sự hợp tác, chia sẻ. Chính quyền, các hội, câu lạc bộ tại địa phương cần phải xây dựng văn hóa tổ chức, tạo sự đồng thuận, gắn kết giữa các thành viên trong tổ chức, từ các nhóm hội, nghề nghiệp, để mọi người đều có tiếng nói, phát huy ý tưởng, sáng kiến trong xây dựng tầm nhìn, để tầm nhìn thực sự là trí tuệ tập thể, là nguồn cảm hứng để vượt qua khó khăn, thách thức nhằm đạt hiệu quả cao trong hoạt động sản xuất.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Al-adaileh M. R. (2011), 'The impact of organizational culture on knowledge sharing: the context of Jordan's phosphate mines company', *International Research Journal of Finance and Economics*, 63, pp.216-228.
2. Akhavan P. and Mahdi Hosseini S. (2016), 'Social capital, knowledge sharing and innovation capability: an empirical study of R and D teams in Iran', *Technology Analysis và Strategic Management*, 28 (1), p.96-113.
3. Amayah A. T. (2013), 'Determinants of knowledge sharing in a public sector organization', *Journal of Knowledge Management*, 17 (3), pp.454-471.
4. Aslam M. H., Shahzad K., Syed A. R. and Ramish A. (2013), 'Social capital and knowledge sharing as determinants of academic performance', *Journal of Behavioral and Applied Management*, 15 (1), pp.25-41.
5. Chang H. H. and Chuang S. S. (2011), 'Social capital and individual motivations on knowledge sharing: participant involvement as a moderator', *Information and Management*, 48 (1), pp.9-18.
6. Chang C. W., Huang H. C., Chiang C. Y., Hsu C. P. and Chang C. C. (2012), 'Social capital and knowledge sharing: effects on patient safety', *Journal of Advanced Nursing*, 68 (8), pp.1793-1803.

7. Chow W. S. and Chan L. S. (2008), 'Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing', *Information và Management* 45 (7), pp.458-465.
8. Chiu C. M., Hsu M. H. and Wang E. T. G. (2006), 'Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories', *Decision Support Systems*, 42 (3), pp.1872-1888.
9. Fathi N. M., U. C. Eze and G. G. G. Goh (2011), 'Key determinants of knowledge sharing in an electronics manufacturing firm in Malaysia', *Library Review*, 60 (1), pp.53-67.
10. Hsieh S. C (1963), 'Socio-economic surveying in China – the experience of rural Taiwan', *Social Research and Problem of Rural Development in South- East Asia*, pp.172-180.
11. Hung S. Y., Durcikova A., Lai H. M. and Lin W. M. (2011), 'The influence of intrinsic and extrinsic motivation on individuals' knowledge sharing behavior', *International Journal of Human Computer Studies*, 69 (6), pp.415-427.
12. Kramer R. M. (2006), 'Social identity and social capital: the collective self at work', *International Public Management Journal*, 9 (1): pp.21-25.
13. Kim T. T., Lee G., Paek S. and Lee S. (2013), 'Social capital, knowledge sharing and organizational performance: what structural relationship do they have in hotels?', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 25, No. 5, 2013, pp.683-704.
14. Lee R. (2009), 'Social capital and business and management: setting a research agenda', *International Journal of Management Reviews*, 11 (3), pp.247-273.
15. Lefebvre V. M., Sorenson D., Henschion M. and Gellynck X. (2016), 'Social capital and knowledge sharing performance of learning networks', *International Journal of Information Management*, 36 (4), pp.570-579.
16. Nahapiet J. and Ghoshal S. (1998), 'Social capital, intellectual capital and the organization advantage', *Academy of Management Review*, Vol.23 (No.02), pp.242 - 266.
17. Tsai W. and Ghoshal S. (1998), 'Social capital and value creation: the role of intra-firm network', *The Academy of Management Journal*, 41 (4), pp.464-476.
18. Yli-Renko H., Autio E. and Sapienza H. J. (2001), 'Social capital, knowledge acquisition and knowledge exploitation in young technology-based firms', *Strategic Management Journal*, 22 (6-7), pp.587-613.

Ngày nhận bài : 27-09-2021

Ngày nhận bản sửa : 01-10-2021

Ngày duyệt đăng : 06-10-2021