

Đánh giá các yếu tố thuộc hành vi kết nối mạng ảnh hưởng đến sự thành công trong sự nghiệp của giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ

NGUYỄN THỊ VĂN ANH*

Tóm tắt

Mục tiêu của bài viết nhằm đánh giá một số yếu tố thuộc hành vi kết nối mạng ảnh hưởng đến sự thành công trong sự nghiệp dưới góc nhìn chủ quan của giám đốc doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 yếu tố thuộc hành vi kết nối mạng ảnh hưởng đến sự thành công trong sự nghiệp xét từ khía cạnh chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam là: Duy trì liên lạc; Xã hội hóa; Tham gia các hoạt động chuyên nghiệp; Tham gia hoạt động cộng đồng; Tăng khả năng hiển thị nội bộ.

Từ khóa: hành vi kết nối mạng, sự thành công trong sự nghiệp, chủ quan

Summary

The paper is to evaluate elements of networking behavior affecting career success from the subjective view of SMEs directors in trade and services sectors in Vietnam. The results determine 5 elements, which are: Maintaining Contacts; Socializing; Engaging in Professional Activities; Participating in community activities. Increasing Internal Visibility.

Keywords: networking behavior, career success, subjective

GIỚI THIỆU

Giám đốc DNNVV có thể là người sáng lập doanh nghiệp, có thể là người quản lý điều hành, đóng vai trò quan trọng trong doanh nghiệp và động cơ thể hiện khát vọng lớn, đảm bảo việc làm cho người lao động, đồng thời là người chịu trách nhiệm chính cho vận hành và hoạt động hiệu quả của doanh nghiệp. Chính vì vậy, hành vi kết nối mạng của các giám đốc đóng vai trò quan trọng giúp doanh nghiệp phát triển, và cũng chính là giúp cho các giám đốc thành công trong sự nghiệp của mình.

Những nghiên cứu thể hiện tầm quan trọng của các hành vi kết nối trong việc xác định thành công trong sự nghiệp cá nhân được nêu bật tại một số nghiên cứu,

như: Orpen, 1996; Bozionelos, 2003; Ismail và Mohd Rasdi, 2007. Tuy nhiên, ở nước ta vẫn chưa có nghiên cứu về sự ảnh hưởng của hành vi kết nối mạng đến sự thành công trong sự nghiệp của giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ. Do đó, nghiên cứu được thực hiện là rất cần thiết, nhất là trong bối cảnh bùng nổ của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

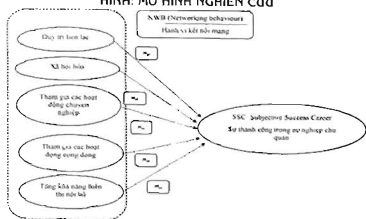
Cơ sở lý thuyết

Hành vi kết nối mạng (Networking behavior) là một chủ đề đang được các học giả quan tâm nghiên cứu và nhiều các bài báo khoa học đã được công bố trong các ấn phẩm quốc tế trong thời gian qua. Theo Forret và Dougherty (2004) hành vi kết nối là nỗ lực của cá nhân để phát triển và duy trì mối quan hệ với người có khả năng giúp đỡ họ trong công việc hoặc nghề nghiệp

*Th.S., Trường Đại học Điện lực

Ngày nhận bài: 11/11/2019; Ngày phản biện: 18/11/2019; Ngày duyệt đăng: 24/11/2019

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU



Nguồn: Tác giả đề xuất

BẢNG 1: CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

Số thứ tự	Nội dung
Giả thuyết H1	Hành vi kết nối có mối quan hệ (tác động) thuận chiều đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành TM&DV ở Việt Nam
Giả thuyết H1a	Duy trì liên lạc có mối quan hệ thuận chiều đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành TM&DV ở Việt Nam
Giả thuyết H1b	Xã hội hóa có mối quan hệ thuận chiều đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành TM&DV ở Việt Nam
Giả thuyết H1c	Tham gia các hoạt động chuyên nghiệp có mối quan hệ thuận chiều đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành TM&DV ở Việt Nam
Giả thuyết H1d	Tham gia nhóm công đồng có mối quan hệ thuận chiều đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành TM&DV ở Việt Nam
Giả thuyết H1e	Tăng khả năng hiển thị nội bộ có mối quan hệ thuận chiều đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành TM&DV ở Việt Nam

Nguồn: Nghiên cứu của tác giả

Hành vi kết nối được hiểu là hành động của cá nhân một doanh nhân (nhà quản lý) để xây dựng, duy trì hoặc mở rộng mạng lưới của cá nhân.

Sự thành công trong sự nghiệp được xem xét trên góc độ chủ quan được định nghĩa như là sự linh hoạt hiểu biết mạng tính cá nhân và giá trị của sự nghiệp thông qua bất kỳ đại lượng có giá trị đối với cá nhân đó (Van Maanen, 1977). Mọi người thường khác nhau trong những mong muốn hay khát vọng nghề nghiệp và mỗi cá nhân sẽ đánh giá giá trị khác nhau về: thu nhập, việc làm, vị trí công việc, sự hài lòng và thỏa mãn trong công việc.

Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Kế thừa các nghiên cứu trước đây, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố thuộc hành vi kết nối mạng ảnh hưởng đến sự thành công trong sự nghiệp chủ quan như Hình. Các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như Bảng 1.

Các thang đo được đề xuất bao gồm: Thang đo cho biến "Hành vi kết nối" và Thang đo cho biến "Sự thành công trong sự nghiệp chủ quan" (Bảng 2).

Thang đo cho biến "Hành vi kết nối" bao gồm: (i) Duy trì liên lạc; (ii) Xã hội hóa; (iii) Tham gia hoạt

động chuyên nghiệp; (iv) Tham gia hoạt động cộng đồng; (v) Tăng khả năng hiển thị nội bộ.

Năm thang đo trên là sự áp dụng có điều chỉnh thang đo được đề xuất bởi Forrer and Dougherty (2001, 2004) với nền tảng từ các nghiên cứu của McDermott (1992); Michael và Yuki (1993); Sonnenberg (1990). đồng thời tác giả đã thực hiện loại những thành phần của thang đo không phù hợp với bối cảnh, văn hóa Việt Nam. Sau nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn bán cấu trúc, các thành phần của thang đo sẽ được điều chỉnh, phù hợp, bổ sung nhằm đưa ra bảng hỏi hợp lý nhất với đối tượng là giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam sau khi tổng kết phỏng vấn định tính 10 giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam.

Thang đo cho biến "Sự thành công trong sự nghiệp chủ quan" bao gồm: Sự hài lòng về nghề nghiệp; Nhận thức về thành tựu nghề nghiệp; Ý nghĩa của công việc đối với cá nhân (Bảng 3).

Hackman và Lawler (1971), Dyke and Murphy (2006) cho rằng, sự thành công trong nghề nghiệp xét ở khía cạnh chủ quan có bản chất đa chiều và đề xuất rằng nó bao gồm các nhận thức về nhiều yếu tố, như: thành công trong công việc (sự hài lòng trong công việc được coi là 01 yếu tố thuộc thành công trong công việc), thành công tài chính, thành công về thứ bậc (liên quan đến thăng tiến) và thành công trong cuộc sống.

Greenhaus et al. (1990) xem xét sự thành công trong sự nghiệp qua sự so sánh các tiêu chuẩn như thành công hiện tại của 01 cá nhân với nguyện vọng cá nhân, thành tích trong quá khứ và mục tiêu vào kỳ vọng trong tương lai của họ.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với 600 người là giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam theo nhiều hình thức khác nhau: gửi bằng câu hỏi giấy qua đường bưu điện, gửi đường dẫn bằng hỏi online qua email (google drive)... từ tháng 03-09/2019. Kết thúc điều tra, số phiếu thu về là 450 phiếu, sau khi lọc và làm sạch dữ liệu, số phiếu đạt yêu cầu là 431 phiếu được đưa vào phân tích bằng phần mềm SPSS và AMOS (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo tiêu chuẩn quốc tế).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kiểm định thang đo

Theo kết quả tính toán thống kê, hệ số Cronbach's Alpha của các biến đều đạt yêu cầu, thấp nhất là 0.571 và cao nhất là 0.868, với hệ số tương quan biến tổng đều đạt giá trị > 0.3.

Kiểm định SEM các giả thuyết nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, tác giả sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để phân tích và kiểm tra đồng thời mối quan hệ giữa các biến nghiên cứu trong mô hình, trên cơ sở tính tới các yếu tố sai số do ước lượng để đảm bảo tính chính xác cao (Nguyễn Đình Thọ, 2012).

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính của mô hình nghiên cứu cho thấy, mô hình phù hợp với dữ liệu khảo sát với các tham số: $\chi^2/df=635$; $P=0.000$; $CMIN/df=2.444$; $TLI=0.894$; $CFI=0.908$ và $RMSEA=0.058$. Mặc dù với kết quả $CMIN/df$ nhận giá trị từ 2 đến 3, nhưng các chỉ số khác đều rất phù hợp. Các tham số đã đáp ứng các chỉ số tương đối phù hợp với tiêu chuẩn của mô hình do lường với dữ liệu khảo sát.

Qua Bảng 4 cho thấy, hầu hết các ước lượng đều có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 90% do các giá trị $P < 0.1$. Các hệ số hồi quy chuẩn hóa trong Bảng 4 cho thấy, Hoạt động duy trì liên lạc; Xã hội hóa; Tham gia hoạt động chuyên nghiệp; Tham gia hoạt động cộng đồng; Tăng khả năng hiển thị nội bộ đều có tác động thuận chiều đến Sự thành công trong sự nghiệp chủ quan. Điều đó có nghĩa là các giả thuyết H1a đến H1e đã được ủng hộ bởi dữ liệu nghiên cứu. Đồng thời, Bảng 4 đã tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu về mối quan hệ hành vi kết nối đến sự thành công trong sự nghiệp của các giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam.

KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 yếu tố thuộc hành vi kết nối mang ảnh hưởng đến sự thành công trong sự nghiệp xét từ khía cạnh chủ quan của giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ tại Việt Nam là: Duy trì liên lạc; Xã hội hóa; Tham gia các hoạt động chuyên nghiệp; Tham gia hoạt động cộng đồng;

BẢNG 2: THANG ĐO "HÀNH VI KẾT NỐI MẠNG"

STT	Thang đo	Mã hỏi
	<i>Duy trì liên lạc</i>	
1	Sử dụng điện thoại để trao đổi và giao dịch trong công việc?	
2	Gửi lời cảm ơn hoặc những món quà đến người đã giúp đỡ trong công việc hoặc sự nghiệp	DTLL2
3	Sử dụng danh thiếp cá nhân (name card) trong nhiều hoạt động?	DTLL3
4	Gửi fax, email hoặc những tài liệu có liên quan để duy trì liên lạc?	DTLL4
5	Ăn trưa với những người bên ngoài công ty	DTLL5
6	Tham dự các buổi gặp mặt khi nhận được lời mời, như dự tiệc sinh nhật, chức mừng cá nhân, tiệc cưới... của đối tác	DTLL6
7	Đi chơi, du lịch cùng đối tác	DTLL7
8	Liên lạc và kết nối với người khác thông qua mạng xã hội (Facebook, Zalo,...)	DTLL8
	<i>Xã hội hóa</i>	
9	Tham gia vào giải đấu do công ty tài trợ (bóng bàn, bóng rổ, bóng đá, cầu lông, bowling)	XHH1
10	Tham gia vào các cuộc trò chuyện xã hội với những người khác trong công việc (không bao gồm việc ra ngoài để gặp mặt và ăn uống)	XHH2
11	Tham gia gặp mặt, giao lưu (ăn, uống) với người khác sau thời gian làm việc để tăng sự kết nối?	XHH3
12	Liên hệ với những người bạn học cũ	XHH4
13	Nói về thể thao tại nơi làm việc?	XHH5
14	Tham gia các hoạt động xã hội mang danh nghĩa công ty	XHH6
	<i>Tham gia các hoạt động chuyên nghiệp</i>	
15	Tham gia hội thảo chuyên đề hoặc workshops?	HCCN1
16	Tham gia hoạt động tuyển dụng của công ty?	HCCN2
17	Tham gia với vai trò là người chia sẻ kinh nghiệm hoặc nói thành công của mình trên tạp chí hoặc 01 chương trình truyền hình?	HCCN3
18	Tổng tham gia dạy khóa học với chủ đề nào đó?	HCCN4
19	Tham gia viết báo trên tạp chí chuyên nghiệp, hoặc các ấn phẩm thương mại?	HCCN5
20	Đưa ra thông điệp cho nhân viên hoặc khuyến khích tài đến công đồng?	HCCN6
21	Tổ chức hội thảo chuyên đề hoặc workshops?	HCCN7
22	Tham dự các hội nghị hoặc các triển lãm thương mại?	HCCN8
23	Tham dự các cuộc họp của các tổ chức khác liên quan đến kinh doanh	HCCN9
	<i>Tham gia các hoạt động cộng đồng</i>	
24	Tham gia các dự án cộng đồng	HCCD1
25	Tham dự các cuộc họp của nhóm cộng đồng, xã hội, câu lạc bộ	HCCD2
	<i>Tăng khả năng hiển thị nội bộ</i>	
26	Trực tiếp thực hiện và điều hành các dự án mới	HTNB1
27	Đứng tại đầu phòng để giao tiếp với đồng nghiệp	HTNB2

BẢNG 3: THANG ĐO "SỰ THÀNH CÔNG TRONG SỰ NGHIỆP CHỦ QUAN"

STT	Thang đo	
	SỰ THÀNH CÔNG TRONG SỰ NGHIỆP CHỦ QUAN	
	<i>SỰ HAI LÒNG VỀ NGHỀ NGHIỆP</i>	
28	Anh/chị hài lòng với quá trình thực hiện nghề nghiệp để hướng tới mục tiêu tương xứng	
29	Anh/chị hài lòng với quá trình thực hiện nghề nghiệp để hướng tới mục tiêu phát triển những kỹ năng mới	
	<i>NHÂN THỨC VỀ THÀNH TỰU NGHỀ NGHIỆP</i>	
30	Hoàn thành một vài điều có giá trị từ sự nghiệp của mình	
31	Hoàn thành những điều muốn làm trong sự nghiệp của mình	
32	Biến một số giấc mơ thành hiện thực từ sự nghiệp của mình	
33	Có cảm xúc về những thành tích mình đạt được	
	<i>Ý NGHĨA CÔNG VIỆC ĐỐI VỚI CÁ NHÂN</i>	
34	Công việc hiện tại rất có ý nghĩa cá nhân	
35	Công việc hiện tại rất thú vị	
36	Công việc hiện tại có khả năng kết nối hữu ích	
37	Cân bằng cuộc sống với công việc tốt hơn	

Tăng khả năng hiển thị nội bộ. Trong đó, yếu tố Tăng khả năng hiển thị nội bộ có ảnh hưởng mạnh nhất; còn yếu tố Tham gia các hoạt động chuyên nghiệp có tác động ít nhất đến sự thành công của giám đốc DNNVV trong ngành thương mại và dịch vụ.

BẢNG 4: KẾT QUẢ ƯỚC LƯỢNG TÁC ĐỘNG CỦA CÁC BIẾN VÀ TỔNG HỢP KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

Tác động		Ước lượng theo phương pháp ML		Sai số chuẩn hóa (SE)	Giá trị t (hạn (CR)	Giá trị P	Kết quả
		Chưa chuẩn hóa	Chuẩn hóa				
Thành công trong sự nghiệp chủ quan	<--- Duy trì liên lạc	0.137	0.196	0.049	1.853	064	Chấp nhận giả thuyết H1a
	<--- Xã hội hóa	0.138	0.132	0.038	3.589	***	Chấp nhận giả thuyết H1b
	<--- Tham gia hoạt động chuyên nghiệp	0.091	0.112	0.063	2.198	.028	Chấp nhận giả thuyết H1c
	<--- Tham gia vào các hoạt động cộng đồng	0.141	0.124	0.058	3.402	***	Chấp nhận giả thuyết H1d
	<--- Tăng khả năng hiển thị nội bộ	0.196	0.210	0.084	1.684	.092	Chấp nhận giả thuyết H1e

Nguồn: Tổng hợp của tác giả sau phân tích SEM

Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả có một số đề xuất sau:

Thứ nhất, giám đốc DNNVV ngành thương mại và dịch vụ nên gia tăng khả năng hiển thị nội bộ thông qua vị trí đứng đầu và điều phối 01 dự án mới hàng năm của doanh nghiệp. Điều này cung cấp cho các giám đốc các cơ hội để chứng tỏ khả năng của họ, từ đó gia tăng sự tin nhiệm từ các nhân viên cấp dưới. Đồng thời, dẫn đến kết quả truyền tải tín hiệu thường

xuyên cho nhân viên cấp dưới về năng lực của mình, tạo nền sự thành công hơn cho những người quản lý.

Thứ hai, các giám đốc DNNVV ngành thương mại và dịch vụ nên thực hiện duy trì liên lạc mạnh mẽ hơn, đặc biệt thông qua các chiến lược xây dựng mạng lưới quan hệ với các đối tác, khách hàng quan trọng. Họ cũng cần duy trì liên lạc ở cấp độ thường xuyên và quan tâm đặc biệt vào những dịp quan trọng, nên tổ chức 01 nhóm trợ lý để hỗ trợ duy trì mạng lưới quan hệ này. Kết quả sẽ giúp gia tăng những khách hàng trung thành với doanh nghiệp, từ đó có tác động tích cực đến sự thành công trong sự nghiệp của giám đốc.

Thứ ba, các giám đốc DNNVV ngành thương mại và dịch vụ nên tích cực tham gia vào các hoạt động chuyên nghiệp (ví dụ như hoạt động của hiệp hội nghề nghiệp) và các hoạt động cộng đồng, các nhóm bạn học, các hoạt động mang danh nghĩa công ty. Từ đó, gia tăng khả năng gặp những cá nhân có ảnh hưởng trong và ngoài tổ chức có thể giúp họ tìm kiếm được nhiều cơ hội tốt hơn. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Nguyễn Đình Thọ (2012). *Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh - Thiết kế và Thực hiện*. Nxb Lao động Xã hội, Hà Nội
- Bozionelos and N. (2003). Intra-organizational network resources: relation to career success and personality. *The International Journal of Organizational Analysis*, 11(1), 41-66
- Dyke, L.S. and Murphy, S.A. (2006). How we define success: a qualitative study of what matters most to women and men. *Sex Roles*, 55(5/6), 357-71
- Greenhaus et al. (1990). Organizational experiences and career success of black and white managers. *Academy of Management Journal*, 33, 64-86
- Hackman, J. R., & Lawler, E. E. (1971). Employee reactions to job characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 55(3), 259-286
- Ismail, M. and Mohd Rasdi, R. (2007). Impact of networking on career development: experience of high-flying women academics. *Human Resource Development International*, 10 (2), 153-68
- Greenhaus et al. (1990). Organizational experiences and career success of black and white managers. *Academy of Management Journal*, 33, 64-86
- Forret, M.L. and Dougherty, T.W. (2001). Correlates of networking behavior for managerial and professional employees. *Group & Organization Management*, 26(3), 283-311
- Forret, M.L. and Dougherty, T.W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women?. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 419-437
- McDermott, L. (1992). Marketing yourself as "Me, Inc.". *Training & Development Journal*, 46, 77-87
- Michael, J. and Yukl, G. (1993). Managerial level and subunit function as determinants of networking behavior in organizations. *Group & Organization Management*, 18(3), 328-351
- Sonnenberg (1990). The professional (and personal) profits of networking. *Training & Development Journal*, 44, 55-60
- Orpen, C. (1996). "Dependency as a moderator of the effects of networking behavior on managerial career success". *The Journal of Psychology*, 30(3), 245-248
- Van Maanen, J. (1977). Experiencing organization: notes on the meaning of careers and socialization. In J. Van Maanen (Eds.), *Organizational careers: Some new perspectives*. New York: Wiley