

QUẢN LÝ TRI THỨC VÀ SỰ ĐỔI MỚI

● PHẠM ANH TUẤN

TÓM TẮT:

Quản lý tri thức chính là động lực của sự đổi mới, là công cụ quan trọng giúp các tổ chức có thể tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay. Bài viết xem xét các nghiên cứu thực nghiệm về mối quan hệ giữa quản lý tri thức và sự đổi mới, từ đó đưa ra các khuyến nghị để các tổ chức xây dựng chính sách quản lý tri thức phù hợp, thúc đẩy sự đổi mới nhằm cải thiện hiệu quả của tổ chức.

Từ khóa: Quản lý tri thức, đổi mới, doanh nghiệp, sáng tạo.

1. Đặt vấn đề

1.1. Khái quát chung

Tri thức là một trong những yếu tố làm nên thành công của doanh nghiệp (DN), quản lý tri thức (QLTT) trở thành một chiến lược cạnh tranh hiệu quả và quan trọng nhất (Grant, 1996). Tri thức được tạo ra bởi cá nhân và là nguồn tạo ra lợi thế cạnh tranh duy nhất của tổ chức trong bối cảnh kinh doanh hiện đại (Nonaka & Takeuchi, 1995). Tri thức được coi là một cách tiếp cận chiến lược trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh (Asgarian, 2012). Mặt khác, tri thức có thể là một yếu tố thuận lợi trong việc tạo ra các giá trị (Chen, Lin, & Chang, 2009).

Tuy nhiên, tri thức đơn thuần không thể cung cấp những lợi thế nêu trên mà cần được quản lý. QLTT được đề cập đến như là một nhu cầu cơ bản trong thời đại ngày nay. Trong đó, QLTT là cơ sở của sự đổi mới, tạo ra những ý tưởng mới và khám phá ra sức mạnh ý tưởng của tổ chức (Alaei

et al., 2012). QLTT là công cụ giúp cho các DN hoạt động hiệu quả hơn, đặc biệt là hỗ trợ cho sự đổi mới (Soniewicki, 2016; Paez-Logreira et al., 2016). Áp dụng nhiều đổi mới hơn thì các DN sẽ thành công hơn trong việc ứng phó với những thay đổi của môi trường. Phát triển các khả năng mới sẽ giúp họ đạt được hiệu quả cao hơn (Nouri et al., 2017).

Thực tế, theo cả giới học thuật lẫn kinh doanh, để sáng tạo và duy trì lợi thế cạnh tranh, cần dùng đến tri thức thay cho các nguồn lực truyền thống như tài nguyên, vốn hoặc đất đai (Drucker, 1993) bởi tri thức được con người tạo ra. Đối thủ cạnh tranh không thể biểu cách thức mà một DN tạo ra tri thức nếu không hiểu vai trò và chức năng của yếu tố chủ quan con người trong quá trình đó. Chính vì vậy, để thành công, DN cần quản trị dựa vào tri thức. Hiện nay, các DN phụ thuộc nhiều vào tài sản tri thức mà họ sở hữu dưới dạng nhân viên tổ chức. Sự tồn tại và

thịnh vượng của bất kỳ DN nào và thậm chí là bất kỳ quốc gia nào cũng phụ thuộc vào sự có mặt của tri thức cạnh tranh. Do đó, tri thức (như kỹ năng, kinh nghiệm và chuyên môn) khi được sử dụng trong thực tiễn kinh doanh hàng ngày của một tổ chức đóng vai trò là lợi thế cạnh tranh (Akram et al., 2017).

Tại Việt Nam, ngày càng có nhiều DN nhận thức được việc quản lý và khai thác có hiệu quả tri thức đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển bền vững của DN. Đặc biệt, các khái niệm “nền kinh tế tri thức” và “đổi mới sáng tạo” được đề cập ở các mức độ ngày càng thường xuyên hơn trong các văn kiện của Đảng và Nhà nước, trong kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của các bộ, ngành, địa phương. Tuy nhiên, mức độ hiểu biết về phạm trù QLTT ở Việt Nam, cả cấp độ lý luận và thực tiễn, vẫn còn khá hạn chế (Phạm Anh Tuấn, 2016).

Theo VnEconomy (05/04/2019), lần đầu tiên ở Việt Nam, Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia điều tra thí điểm về hoạt động đổi mới sáng tạo trong các DN. Kết quả cho thấy, hoạt động đổi mới sáng tạo trong các DN Việt Nam nói chung vẫn còn nhiều hạn chế. Mặc dù, QLTT đã được nghiên cứu nhiều nhưng chủ yếu tập trung vào các DN lớn. Bên cạnh đó, QLTT trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) là một trong các chủ đề quan trọng nhưng chưa nhận được sự quan tâm đúng mức. Việc triển khai thành công QLTT trong các DNVVN rất ít được đề cập đến trong các nghiên cứu trước (Cantú et al., 2009; Evangelista et al., 2010; Serenko, 2013; Kurniawati et al., 2019).

Bài viết nhằm giúp các DN Việt Nam có cái nhìn đầy đủ và sâu sắc hơn về tầm quan trọng của QLTT, từ đó làm cơ sở xây dựng một quy trình QLTT sao cho có hiệu quả để thúc đẩy sự đổi mới, cải thiện hiệu quả của tổ chức.

1.2. Đối tượng nghiên cứu

Quy trình quản lý tri thức

Quản lý tri thức tác động đến sự đổi mới

Các nghiên cứu thực nghiệm về mối quan hệ nhân quả giữa QLTT và sự đổi mới.

1.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp mô tả được tác giả áp dụng dựa trên các công trình nghiên cứu thực nghiệm có liên quan, kết quả nghiên cứu đã được công bố trên các tạp chí chuyên ngành và có uy tín thông qua nguồn internet.

Để chi tiết hơn về quy trình QLTT và tác động đến sự đổi mới, bài viết nêu bật kết quả của các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan về tầm quan trọng, cũng như lợi ích mà QLTT đem lại cho các DN. Đồng thời, trình bày các khái niệm có liên quan như tri thức, QLTT, và sự đổi mới, lược khảo các nghiên cứu thực nghiệm cũng như kết quả và bàn luận. Cuối cùng là phần nhận định, kết luận và đề xuất.

2. Một số khái niệm

2.1. Tri thức (Knowledge)

Theo Nonaka và ctg., (1995), tri thức là “niềm tin được minh chứng là đúng”. Nonaka et al. (1995) cũng cho thấy, “tri thức là quá trình năng động của con người trong việc minh chứng các niềm tin cá nhân với những sự thật”. Sự tiến hóa của nhận thức luận khoa học đã hình thành cấu trúc thứ bậc từ dữ liệu -> thông tin -> tri thức, tăng dần theo 2 chiều hướng: Sự hiểu biết và sự độc lập với ngữ cảnh (Serban et al., 2002). Polanyi (1966) đã phân loại tri thức thành 2 loại: (1) Tri thức ẩn (tacit) trong đầu con người, khó nắm bắt; (2) Tri thức hiện (explicit) có thể biểu diễn, nắm bắt dễ dàng.

2.2. Quản lý tri thức (Knowledge Management)

Menkhoff et al. (2002) định nghĩa QLTT là nhiệm vụ phát triển và khai thác cả tài nguyên tri thức hữu hình và vô hình của một tổ chức. Pillania (2006) định nghĩa “QLTT là một quy trình liên tục, có tổ chức, rõ ràng và có chủ ý trong việc tạo, phổ biến, áp dụng, đổi mới và cập nhật tri thức để đạt được các mục tiêu của tổ chức”. QLTT là một quá trình liên quan đến việc QLTT hiện và ẩn (Nonaka & Takeuchi, 1995).

2.3. Đổi mới (Innovation)

Theo định nghĩa của từ điển Oxford, đổi mới là một quá trình, trong đó một sản phẩm, quy

trình, dịch vụ hoặc kỹ thuật mới được phát triển. Đổi mới còn được định nghĩa là "tạo ra tri thức và ý tưởng mới để tạo thuận lợi cho các kết quả kinh doanh mới, nhằm cải thiện các quy trình và cấu trúc kinh doanh nội bộ, tạo ra các sản phẩm và dịch vụ theo định hướng thị trường" (Plessis, 2007).

3. Lược khảo các nghiên cứu thực nghiệm

Theo Bakar & Hashim (2011), Soniewicki (2016), Abdi et al. (2018), sự đổi mới của DN được kết nối sâu sắc với QLTT. Nhiều tác giả đã nhấn mạnh, QLTT đóng một vai trò to lớn trong quá trình đổi mới (Valdez-Juárez et al., 2016).

Akram et al. (2011) đã đối chiếu các lý thuyết về QLTT và đổi mới trong các tổ chức, nghiên cứu tìm cách kiểm tra và xây dựng mối liên kết giữa quy trình QLTT và quy trình đổi mới để khai thác các mối quan hệ và dòng chảy quan trọng của các hoạt động.

Bằng cách lược khảo một số nghiên cứu thực nghiệm và khái niệm, kết quả cho thấy, các thành phần khác nhau của QLTT như các hoạt động tri thức, các loại tri thức, chuyển đổi tri thức và công nghệ có tác động tích cực trong việc đổi mới, thông qua việc chuyển đổi tri thức thành tài sản trong các tổ chức. Sadeghia & Rad (2018) đã chỉ ra, đổi mới là một trong những yếu tố quan trọng giúp phân biệt các tổ chức với các đối thủ trong thị trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay.

Đổi mới tổ chức được coi là quan trọng để phát triển và cải thiện các sản phẩm, thủ tục, quy trình và thị trường, làm tăng thêm giá trị cũng như hiệu quả đối với tổ chức. Khả năng đổi mới là rất quan trọng để đạt được và duy trì lợi thế cạnh tranh. Soniewicki (2016) và Paez - Logreira et al. (2016) đã cho thấy, để duy trì tính cạnh tranh, DN cần quản lý tài nguyên tri thức hiệu quả hơn và phải liên tục đổi mới.

QLTT là công cụ giúp các DN hoạt động hiệu quả hơn, đặc biệt là hỗ trợ các hoạt động cải tiến. Theo Giuthii (2014), môi trường kinh doanh toàn cầu đã thay đổi khi tốc độ đổi mới tăng theo ngày, kết hợp với công nghệ phát triển và vòng đời sản phẩm ngắn. Cùng với quan điểm đó, theo Nielsen

& Razmerita (2016) phương tiện truyền thông xã hội cung cấp các cơ hội mới để QLTT ở cả cấp độ cá nhân và tổ chức thông qua các cơ hội hợp tác xã hội và kết nối mạng. Tri thức cá nhân có thể được hợp nhất thành tri thức tập thể thông qua các quá trình hợp tác xã hội có thể tạo điều kiện cho sự hiểu biết bên ngoài, thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới. Tất cả các quy trình này tạo cơ hội gia tăng khả năng cạnh tranh của DN.

Theo Nawaz et al. (2014), QLTT đã nổi lên như là yếu tố quyết định sự đổi mới. Tri thức, học tập và đổi mới là các cấu trúc liên quan. Nói cách khác, việc học tập diễn ra khi tri thức được sử dụng trong tổ chức và cuối cùng kết quả học tập này sẽ giúp cho việc sáng tạo và đổi mới.

Sự đáp ứng với tri thức và phổ biến tri thức là then chốt để tạo ra vị trí chiến lược của sự đổi mới. Abdi & Senin (2015) đánh giá kết quả của QLTT đối với sự đổi mới thông qua việc học tập tổ chức trong ngành công nghiệp ô tô của Iran. Kết quả cho thấy, học tập tổ chức là nhân tố trung gian liên kết giữa QLTT và đổi mới tổ chức. Nghiên cứu của Nouri et al. (2017) đánh giá tác động của QLTT đối với đổi mới tổ chức liên quan đến vai trò trung gian của học tập tổ chức. Đối tượng khảo sát bao gồm tất cả các nhân viên của Ngân hàng Nông nghiệp tại tỉnh Ardabil. Kết quả cho thấy, QLTT có tác động tích cực đến việc học tập tổ chức.

Học tập tổ chức cũng có tác động tích cực đến sự đổi mới, là nhân tố trung gian giữa QLTT và đổi mới tổ chức. Mặt khác, nghiên cứu của Mohajan (2017) cũng cho thấy, QLTT giúp cải thiện hiệu quả kinh doanh, khả năng cạnh tranh và đổi mới trong thời đại toàn cầu hóa. QLTT được coi là trọng tâm của quá trình đổi mới sản phẩm và quy trình, ra quyết định điều hành, thích ứng và đổi mới tổ chức. Bên cạnh đó, Abdi et al. (2018) đã kiểm tra các tác động trực tiếp và gián tiếp của văn hóa tổ chức, QLTT và học tập tổ chức đến sự đổi mới.

Nghiên cứu kết hợp lý thuyết quan điểm dựa trên tri thức, khung giá trị cạnh tranh để phát triển khung lý thuyết ban đầu nhằm phục vụ cho việc điều tra các yếu tố tạo ra sự đổi mới. Dữ liệu được

thu thập từ một cuộc khảo sát của 279 DN cung cấp phụ tùng ô tô cho DN Iran. Nghiên cứu cho thấy, văn hóa tổ chức và QLTT có ảnh hưởng đến sự đổi mới của tổ chức. Trong đó, học tập tổ chức đóng vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ này. Theo Alaei et al. (2012) và Nouri et al. (2017), việc thực hiện thành công QLTT phụ thuộc vào văn hóa tổ chức và họ tin rằng văn hóa tổ chức là một yếu tố thiết yếu trong QLTT dẫn đến sự đổi mới trong các tổ chức.

Ở một khía cạnh khác, nghiên cứu của Berraies et al. (2014) đã xem xét mối quan hệ giữa QLTT và hiệu quả đổi mới. Kết quả cũng cho thấy, quá trình sáng tạo tri thức có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả đổi mới. Trong đó, văn hóa tổ chức là yếu tố thành công cơ bản nhất của quá trình sáng tạo tri thức. Niềm tin, sự hợp tác và học tập là những yếu tố quyết định chính của quá trình sáng tạo tri thức. Văn hóa dựa trên niềm tin thúc đẩy không khí hợp tác, dẫn đến sự chấp nhận giữa các nhân viên cũng như gia tăng sự sẵn sàng chia sẻ tri thức ẩn và phát triển ý tưởng mới.

Radzi et al. (2017) cho thấy, chia sẻ tri thức (CSTT) đã thu hút sự chú ý ngày càng tăng giữa các nhà nghiên cứu và nhà quản lý vì có thể hỗ trợ các DN tối ưu hóa các mục tiêu kinh doanh và giúp các DN thúc đẩy học tập cá nhân và tổ chức. Chia sẻ có chủ đích tri thức hữu ích cho việc học tập cá nhân và tổ chức có thể dẫn đến sự đổi mới và phát triển các sản phẩm tốt hơn. Asgharian et al. (2013) đã nghiên cứu các yếu tố chính ảnh hưởng đến việc CSTT trong ngành công nghiệp điện tử của Iran. Kết quả cho thấy, có 9 yếu tố được nêu bật dựa trên ý kiến của 122 nhà quản lý từ 18 DN lớn nhất của Iran, bao gồm: Sự tự tin, thái độ của nhà lãnh đạo, nhân sự, đào tạo, công nhận, đánh giá hiệu quả, khen thưởng, nhấn mạnh vào sự đổi mới và khen thưởng. Trong đó, một trong những yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự đổi mới là CSTT.

Bên cạnh đó, Ologbo et al. (2015) đã kiểm tra thực nghiệm ảnh hưởng của việc CSTT đối với năng lực đổi mới của nhân viên. Một cuộc điều

tra khảo sát dựa trên bảng câu hỏi đã được sử dụng cho việc thu thập dữ liệu. Tổng cộng có 204 kỹ sư làm việc cho các DN sản xuất tại Malaysia tham gia vào cuộc khảo sát. Kết quả cho thấy, CSTT có ảnh hưởng đến sự đổi mới của nhân viên. Byukusenge et al. (2016) đã nghiên cứu QLTT theo ba khía cạnh của việc thu nhận tri thức, CSTT và phản ứng với tri thức dẫn tới sự đổi mới trong các DNVVN ở Rwanda. Kết quả cho thấy, chỉ có khía cạnh CSTT được tìm thấy là tích cực và là nhân tố dự đoán có ý nghĩa đối với sự đổi mới. Khi tri thức được chia sẻ hiệu quả sẽ làm tăng khả năng đổi mới.

Nghiên cứu của Valdez-Juárez et al. (2016) với mục đích khám phá khả năng QLTT để đạt được sự đổi mới và hiệu quả tổ chức trong các DNVVN. Dữ liệu được thu thập từ 903 nhà quản lý của các DNVVN thuộc các lĩnh vực xây dựng, thương mại và dịch vụ ở Murcia (Tây Ban Nha). Kết quả cho thấy, QLTT có ảnh hưởng đáng kể đến sự đổi mới. Trong khi đó, Väyrynen et al. (2017) đã so sánh các thực tiễn chính của QLTT và tác động của chúng đối với sự đổi mới mở giữa các DNVVN và các DN lớn. Kết quả cho thấy, sáng tạo tri thức và CSTT hiệu quả sẽ thúc đẩy sự đổi mới. Các DN lớn thường mở để đổi mới hơn so với các DNVVN và các DN lớn cũng coi trọng việc đối thoại mở và CSTT nhiều hơn. Các DNVVN dường như phụ thuộc nhiều hơn vào việc phát triển các hoạt động nội bộ để hỗ trợ cho sự đổi mới. Sự đổi mới toàn diện đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa QLTT và hiệu quả kinh doanh của các DNVVN. (Bảng 1)

4. Kết quả và bàn luận

Tài sản tri thức của một DN sẽ hình thành nên sự sáng tạo. Vì vậy, nhà quản lý cần phát triển những tài sản này sao cho phù hợp với tầm nhìn tri thức của đơn vị và QLTT được coi là trọng tâm trong quá trình đổi mới sản phẩm và quy trình, ra quyết định điều hành, thích ứng và đổi mới tổ chức. Trong đó, khía cạnh CSTT là nhân tố tích cực và có ý nghĩa đối với sự đổi mới. Khi có sự chia sẻ và thu thập tri thức mới trong tổ chức, năng lực của nhân viên sẽ tăng lên, giúp họ có

Bảng 1. Tóm tắt lược khảo về QLTT

Tác giả (năm)	Mục tiêu nghiên cứu	Kết quả
Abdi et al. (2018)	Kiểm tra tác động trực tiếp và gián tiếp của văn hóa tổ chức, QLTT và học tập tổ chức đến sự đổi mới.	Văn hóa tổ chức và QLTT có ảnh hưởng đến sự đổi mới. Trong đó, học tập tổ chức đóng vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ này.
Pham & Le (2018)	Tìm hiểu các yếu tố tác động đến hoạt động đổi mới của các DNVVN ở tỉnh Lâm Đồng.	Các yếu tố ảnh hưởng đến sự đổi mới như: Sự tin tưởng, hợp tác, học tập, khen thưởng, phân cấp, chính thức hóa, sự hỗ trợ của CNTT và kỹ năng hình chữ T.
Sadeghia & Rad (2018)	Điều tra mối quan hệ giữa lãnh đạo dựa trên tri thức, QLTT và hiệu quả đổi mới.	Tồn tại một mối quan hệ giữa lãnh đạo dựa trên tri thức, thực tiễn QLTT và hiệu quả đổi mới.
Väyrynen et al. (2017)	So sánh thực tiễn của QLTT và tác động đối với sự đổi mới mở giữa các DNVVN và các DN lớn.	Các DN lớn thường mở để đổi mới hơn so với các DNVVN và các DN lớn coi trọng việc đổi mới mở và CSTT nhiều hơn. Các DNVVN phụ thuộc nhiều hơn vào việc phát triển các hoạt động nội bộ của họ để hỗ trợ cho sự đổi mới.
Nouri et al. (2017)	Đánh giá tác động của QLTT đối với sự đổi mới của tổ chức, liên quan đến vai trò trung gian của học tập tổ chức.	Học tập tổ chức có tác động tích cực đến sự đổi mới và là nhân tố trung gian giữa QLTT và đổi mới tổ chức.
Mohajan (2017)	Quản lý, sự đổi mới và hiệu quả kinh doanh.	QLTT là trọng tâm của quá trình đổi mới sản phẩm và quy trình, ra quyết định điều hành, thích ứng và đổi mới tổ chức.
Radzi et al. (2017)	Kiểm tra tác động của các yếu tố nội bộ đến sự thành công của các doanh nghiệp nhỏ.	CSTT có chủ đích giúp ích cho việc học tập cá nhân và tổ chức, có thể dẫn đến sự đổi mới và phát triển các sản phẩm tốt hơn.
Valkes-Juárez et al. (2016)	Khám phá khả năng QLTT để đạt được sự đổi mới và hiệu quả tổ chức trong các DNVVN	QLTT có ảnh hưởng đáng kể đến sự đổi mới.
Nielsen & Razmerita (2016)	Phương tiện truyền thông xã hội cung cấp các cơ hội mới để QLTT ở cả cấp độ cá nhân và tổ chức, thông qua các cơ hội hợp tác xã hội và kết nối mạng.	Tri thức cá nhân có thể được hợp nhất thành tri thức tập thể thông qua các quá trình hợp tác xã hội, tạo điều kiện cho sự hiểu biết bên ngoài, thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới.
Ologbo et al. (2015)	Kiểm tra thực nghiệm ảnh hưởng của việc CSTT đối với năng lực đổi mới của nhân viên.	CSTT có ảnh hưởng đến sự đổi mới của nhân viên.

thể biến đổi, tạo ra tri thức mới. Khi các thành viên của tổ chức chia sẻ và trao đổi tri thức, mức độ tham gia học tập và tri thức sẽ tăng lên, dẫn đến sự phát triển các ý tưởng sáng tạo hơn.

Như vậy, sự đổi mới là một mục tiêu trong khi QLTT là một phương pháp. Việc ứng dụng tri thức là một yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự đổi mới. Các tổ chức cần nhận ra tri thức tổ chức của mình, đó là nguồn chi phối phát triển lợi thế cạnh tranh bền vững, đặc biệt là trong môi trường kinh doanh năng động nhưng đầy biến động như hiện nay. Học tập tổ chức là nhân tố trung gian liên kết giữa QLTT và đổi mới tổ chức. Mặt khác, văn hóa tổ chức và QLTT cũng có ảnh hưởng đến sự đổi mới của tổ chức.

Xét về quy mô DN, các nghiên cứu trước cũng cho thấy, DN lớn thường hưởng ra bên ngoài để đổi mới hơn cũng như coi trọng việc đổi mới mở và CSTT nhiều hơn. Trong khi đó, các DNVVN phụ thuộc phần lớn vào việc phát triển các hoạt động nội bộ để hỗ trợ cho sự đổi mới. Điều quan trọng đối với các nhà lãnh đạo là phải cởi mở hơn với những thay đổi trong việc thực hiện và thực hiện đúng quy trình QLTT. Kết quả khảo cũng cho thấy, hiệu quả đổi mới của các DNVVN bị ảnh hưởng bởi quá trình sáng tạo tri thức. Quá trình này bị ảnh hưởng bởi các yếu tố hỗ trợ QLTT như niềm tin, hợp tác, học tập, khen thưởng, phân cấp, chính thức hóa, sự hỗ trợ của CNTT và kỹ năng hình chữ T.

Bên cạnh đó, các phương tiện truyền thông xã hội cung cấp nhiều cơ hội mới để QLTT ở cả cấp độ cá nhân và tổ chức thông qua cơ hội hợp tác xã hội và kết nối mạng. Tri thức cá nhân có thể được hợp nhất thành tri thức tập thể thông qua các quá trình hợp tác xã hội có thể tạo điều kiện cho sự hiểu biết bên ngoài, thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới. Tất cả các quy trình này tạo cơ hội gia tăng khả năng cạnh tranh của DN.

QLTT hiệu quả đã được đưa ra như là tiền đề quan trọng của sự đổi mới. QLTT là một công cụ hữu ích cho các DN trong việc tạo ra sản phẩm mới, quy trình mới, công nghệ mới... và nó được coi là tổ chức, sáng tạo, chia sẻ và là dòng

chảy tri thức trong các tổ chức. Các tiêu chuẩn cải tiến quá trình QLTT cần có thêm nhiều chương trình đào tạo, khuyến khích để tăng cường sự sáng tạo và CSTT cũng như cần có chiến lược QLTT phù hợp một cách rõ ràng cùng các tiêu chuẩn thành công, sự cam kết và hỗ trợ của ban quản lý cấp cao.

5. Kết luận và hướng phát triển

Tri thức càng được khai thác, sử dụng thì càng phát triển, hoàn thiện và được bồi đắp thêm, trong khi các nguồn tài nguyên khác càng sử dụng thì càng hao mòn và cạn kiệt. QLTT là công cụ để khai thác trí tuệ tập thể, nhằm nâng cao khả năng ứng phó, năng lực đổi mới và hiệu quả của tổ chức. Để thành công trong nền kinh tế tri thức, các tổ chức cần thúc đẩy đổi mới sáng tạo cũng như khai thác tối nhất nguồn lực tri thức của tổ chức. Cùng với đà phát triển của CNTT, mạng lưới internet và xu thế toàn cầu hóa, nền kinh tế thế giới đang chuyển mình sang nền kinh tế tri thức. Trong đó, các DN đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu, phát triển, tạo ra nhiều sản phẩm và dịch vụ mới có hàm lượng tri thức cao hơn. Trong bối cảnh đó, vốn tri thức và rộng hơn là QLTT đang trở thành nhân tố chủ đạo tạo nên những bước tiến thần kỳ cho mỗi quốc gia và các DN. Trong đó, các tri thức cần thiết cho sự thành công của tổ chức được tạo ra, nắm giữ, chia sẻ và phát triển.

Nghiên cứu này nhằm cung cấp cho các nhà quản lý DN cái nhìn sâu sắc và toàn diện hơn về QLTT, giúp các DN định hướng xây dựng một quy trình QLTT sao cho có hiệu quả nhất, thúc đẩy sự đổi mới nhằm cải thiện hiệu quả tổ chức.

Mặc dù QLTT đã được nghiên cứu nhiều nhưng chủ yếu tập trung vào các DN lớn tại các nước phát triển. QLTT trong các DNVVN là một trong các chủ đề quan trọng nhưng chưa nhận được sự quan tâm đúng mức và việc triển khai thành công QLTT trong các doanh nghiệp này rất ít được đề cập đến trong các nghiên cứu trước đó. Do vậy, cần có thêm nhiều nghiên cứu hơn nữa về chủ đề này, đặc biệt là ở các nước đang phát triển như Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Abdi, K., & Senin, A. A. (2015). The Impact of Knowledge Management on Organizational Innovation: An Empirical Study. *Asian Social Science*, Vol. 11, No. 23, 153-168.
2. Abdi, K., Mardani, A., Senin, A. A., Tupenaite, L., Naimaviciene, J., Kanapeckiene, L., & Kutut, V. (2018). The effect of knowledge management, organizational culture and organizational learning on innovation in automotive industry. *Journal of Business Economics and Management*, Volume 19, Issue 1, 1-19.
3. Akram, K., Siddiqui, S. H., Nawaz, M. A., Ghauri, T. A., & Cheema, A. K. H. (2011). Role of Knowledge Management to Bring Innovation: An Integrated Approach. *International Bulletin of Business Administration*, Issue 11, 121-134.
4. Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., Hussain, S. T., & Puig, L. C. M. (2017). The effect of organizational justice on knowledge sharing: Empirical evidence from the Chinese telecommunications sector. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2, 134-145.
5. Alaei, A., Shafee, J., Ariana, A., & Maghvan, T. S. (2012). The Role of Knowledge Management in Created Organizational Innovation. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), 1136-1141.
6. Asgarian, N. (2012). Knowledge management capacity and innovation performance. *Management Science Letters*, 2(8), 2739-2746.
7. Asgharian, R., Zohoori, M., Malakouei, M., & Attarnezhad, O. (2013). Factors Influencing Knowledge sharing toward Innovation: A study of Electronic Industry of Iran. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 5, No. 1, May, 708-721.
8. Bakar, A. R. A., & Hashim, R. (2011). Knowledge Management Innovation: Perspectives from the Islamic Development Bank. *Journal of Organizational Knowledge Management*. Vol. 2011, 1-8.
9. Berraies, S., Chaher, M., & Ben-Yahia, K. (2014). Knowledge management enablers, knowledge creation process and innovation performance: An empirical study in Tunisian information and communication technologies sector. *BMS Business Management and Strategy*. Vol. 5, No. 1, 1-26.
10. Bykusenge, E., Munene, J. C., & Orobia, L. (2016). Does Knowledge Management Lead to Innovation? An Empirical Study on SMEs in Rwanda, *International Journal of Management Science and Business Administration*, Volume 2, Issue 9, August, 7-19.
11. Cantù, L. Z., Criado, J. R., & Criado, A. R. (2009). Generation and transfer of knowledge in IT-related SMEs. *Journal of Knowledge Management*. Vol. 13 No. 5, pp. 243-256.
12. Chen, Y. S., Lin, M. J. J., & Chang, C. H. (2009). The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 38, 152-158.
13. Evangelista, P., Esposito, E., Lauro, V., & Raffa, M. (2010). The Adoption of Knowledge Management Systems in Small Firms. *Electronic Journal of Knowledge Management*, Volume 8, Issue 1, 33-42.
14. Githui, S. K. (2014). Knowledge management practices and innovation performance: a literature review. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Volume 16, Issue 2, Ver. 1 (Feb), 89-94.
15. Kurniawati, A., Wiratmadja, I. I., Sunaryo, I., & Samadhi, T. M. A. A. (2019). Relationship Among Knowledge Management, Innovation, and Performance: A Systematic Literature Review. *IEEE 6th International Conference on Industrial Engineering and Applications*, 700-704.
16. Mohajan, H. K. (2017). The Roles of Knowledge Management for the Development of Organizations. *Journal of Scientific Achievements*, February, Vol. 2, No. 2, 1-27.

17. Nawaz, M. S., Hassan, M., & Shaukat, S. (2014). Impact of Knowledge Management Practices on Firm Performance: Testing the Mediation Role of Innovation in the Manufacturing Sector of Pakistan. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 8 (1), 99-111.
18. Nielsen, P., & Rasmussen, L. (2016). Motivation and Knowledge Sharing through Social Media within Danish Organizations. Birgitta Bergvall-Kjareborn; Peter Axel Nielsen. Transfer and Diffusion of IT (TDIT), Jun 2014, Aalborg, Denmark.
19. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-creating Company*. New York: Oxford University Press.
20. Nouri, B. A., Ghorbani, R., & Soltani, M. (2017). The Effect of Knowledge Management on Organizational Innovation with the Mediating Role of Organizational Learning (Case Study: Agricultural Bank in Iran). *Journal of Applied Economics and Business Research (JAEBR)*, 7(3), 194-211.
21. Ologbo, A. C., Nor, K. M., & Okyere-Kwakye, E. (2015). The Influence of Knowledge Sharing on Employee Innovation Capabilities. *International Journal of Human Resource Studies*, Vol. 5, No. 3, 102-110.
22. Páez-Logreira, H., Zamora-Musa, R., & Velez-Zapata, J. (2016). Relation Analysis of Knowledge Management, Research, and Innovation in University Research Groups. *Journal of Technology Management & Innovation*, Volume 11, Issue 4, 5-11.
23. Phạm Anh Tuấn - Tác động của quản trị tri thức đối với đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp, *Luận án Tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh*, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội, 2016.
24. Pham, Q. T., & Le, M. H. (2018). The impact of knowledge management on innovation performance of small and medium enterprises - an empirical study in lam dong province. *Journal of Science Ho Chi Minh City Open University*, 8(3), 117-132.
25. Pillania, R. K. (2006). State-of-Art of knowledge storage and access in Indian industry. *Journal of Information & Knowledge Management*, 5(1), 55-61.
26. Plessis, M. D. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 11 No 4, 20-29.
27. Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. Gloucester, Peter Smith, MA.
28. Radzi, K. M., Nor, M. N. M., & Ali, S. M. (2017). The impact of internal factors on small business success: a case of small enterprises under the felda scheme. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 22, No. 1, 27-55.
29. Sadeghia, A., & Rad, F. M. (2018). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management and innovation. *Management Science Letters* 8, 151-160.
30. Serban, A. M., & Luan, J. (2002). Overview of knowledge management. *New Direction for Institutional Research*, 113, 5-16.
31. Serenko, A. (2013). Meta-analysis of scientometric research of knowledge management: discovering the identity of the discipline. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 17, No. 5, 773-812.
32. Soniewicki, M. (2016). The Importance of Attitude to Knowledge and Innovation for Performance of Manufacturing Enterprises Operating Either Locally Or Internationally. *International Journal of Management, Knowledge and Learning*, 5(1), 23-36.
33. Valdez-Juárez, L. E., García-Pérez de Lema, D., & Maldonado-Guzmán, G. (2016). Management of knowledge, innovation and performance in SMEs. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, Volume 11, 141-176.
34. Väyrynen, H., Hclander, N., & Vasell, T. (2017). Knowledge management for open innovation comparing research results between SMEs and large companies. *The ISPIM Innovation Forum, Toronto, Canada* on 19-22 March, 1-21.

Ngày nhận bài: 17/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/5/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM ANH TUẤN

Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh

KNOWLEDGE MANAGEMENT AND INNOVATION

● Master. **PHAM ANH TUAN**

Ho Chi Minh City University of Food Industry

ABSTRACT:

Nowadays, knowledge management is considered the basic of innovation which plays a key role in businesses and allows businesses to maximize their innovation capabilities in processes, services and products development. By reviewing empirical studies on the relationship between knowledge management and innovation, this article finds that the knowledge management is the driving force of innovation and is an important tool to help organizations survive and thrive amid an increasingly competitive environment. This article also provides recommendations for organizations to develop appropriate knowledge management policies which promote innovation to improve organizational effectiveness.

Keywords: Knowledge management, innovation, businesses, creation.