

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI CHIA SẺ TRI THỨC CỦA GIỚI TRẺ HÀ NỘI

TS. Phan Đình Quyết*

Khi kiến thức ngày càng trở nên đa dạng và phức tạp, nó đòi hỏi con người phải không ngừng học hỏi và chia sẻ kiến thức với nhau. Trong đó giới trẻ là lực lượng lao động trẻ, năng động, luôn nhạy bén với những biến đổi trong xã hội, từ đó có khả năng tiếp thu và ứng dụng kiến thức mới một cách nhanh chóng và nền tảng cốt lõi cho sự phát triển của giới trẻ. Mục đích của nghiên cứu này là tìm hiểu các yếu tố tác động tới hành vi chia sẻ kiến thức của giới trẻ Hà Nội. Mô hình nghiên cứu của đề tài được phát triển dựa trên lý thuyết nhận thức xã hội (SET) và động lực của hành vi chia sẻ tri thức với các giả thuyết với yếu tố tích cực tác động tới hành vi chia sẻ tri thức của giới trẻ (người hướng ngoại, nhận thức nâng cao danh tiếng, nhận thức về lợi ích tương hỗ, thích giúp đỡ người khác) nhằm đạt được thái độ về chia sẻ kiến thức, từ đó dẫn đến hành vi chia sẻ kiến thức.

• Từ khóa: hành vi chia sẻ, giới trẻ.

The purpose of this study is to explore the factors influencing the knowledge-sharing behavior of young people in Hanoi. The research model of the study is developed based on Social Exchange Theory (SET) and the motivation for knowledge-sharing behavior, with hypotheses on the positive factors influencing the knowledge-sharing behavior of youth (such as extroversion, perceived reputation enhancement, perceived mutual benefits, and a willingness to help others), aiming to achieve an attitude towards knowledge sharing, which in turn leads to actual knowledge-sharing behavior.

• Key words: sharing behavior, youth.

JEL codes: A10, D00, E00, M00

Ngày gửi bài: 02/01/2025

Ngày gửi phản biện: 03/02/2025

Ngày nhận kết quả và sửa phản biện: 14/3/2025

Ngày chấp nhận đăng: 20/3/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfarv.v25.i286.09>

1. Cơ sở lý luận

1.1. Một số khái niệm cơ bản

Chia sẻ tri thức

Nhìn nhận về tri thức có nhiều thảo luận khác nhau. Trong nghiên cứu của mình, Hussin J. Hejase (2014) cho rằng “tri thức là một tập hợp bao gồm kinh nghiệm, giá trị, thông tin, và sự hiểu biết thông thái mà có thể giúp đánh giá và thu nạp thêm những kinh nghiệm và thông tin mới. Tri thức được tạo ra và ứng dụng trong đầu óc của những người có nó. Trong một tổ chức, tri thức không chỉ được hàm chứa trong các

văn bản và tài liệu, mà còn nằm trong thủ tục, quy trình, thông lệ, và nguyên tắc của tổ chức đó”. Đồng quan điểm đó một số tác giả khác cho rằng chia sẻ tri thức là việc cung cấp thông tin với mọi người để cùng nhau thảo luận giải quyết vấn đề hay cùng nhau học hỏi, rút kinh nghiệm nâng cao hiệu quả trong công việc, trong đời sống. Chia sẻ tri thức là quá trình trao đổi tri thức giữa các cá nhân, trong hoặc giữa các nhóm làm việc, các đơn vị trong tổ chức và giữa các tổ chức với nhau. (Sharratt & Usoro, 2003; Bock & cộng sự, 2005; Grant & cộng sự, 1996; Gupta & cộng sự, 2000; Hsu và cộng sự, 2007).

Hành vi người tiêu dùng

Lý thuyết hành vi tiêu dùng được nhiều nhà kinh tế học nghiên cứu và phân tích. Một trong số đó là quan điểm của Philip Kotler (1969) khi ông cho rằng “Hành vi người tiêu dùng là những hành vi cụ thể của một cá nhân khi thực hiện các quyết định mua sắm, sử dụng và vứt bỏ sản phẩm hay dịch vụ”. Phát triển quan điểm của Philip Kotler (1969), Michael R. Solomon (1992) và James & cộng sự (1993) cho rằng hành vi người tiêu dùng là một tiến trình cho phép một cá nhân hay một nhóm người lựa chọn, mua sắm, sử dụng hoặc loại bỏ một sản phẩm/ dịch vụ, những suy nghĩ đã có, kinh nghiệm hay tích lũy, nhằm thỏa mãn nhu cầu hay ước muốn của họ. Từ các quan điểm vừa trình bày ở trên của nhiều nhà nghiên cứu, có thể kết luận, hành vi người tiêu dùng là những suy nghĩ, cảm nhận, thái độ và hoạt động mà người tiêu dùng (cá nhân/nhóm) biểu hiện trong tiến trình tìm kiếm, lựa chọn, mua sắm, sử dụng, đánh giá hoặc loại bỏ một sản phẩm/dịch vụ mà họ mong đợi sẽ thỏa mãn nhu cầu của họ.

* Trường Đại học Thương mại; email: quyetphan@tmu.edu.vn

Giới trẻ

Tùy vào từng lĩnh vực mà có những định nghĩa, khái niệm khác nhau về giới trẻ. Về lĩnh vực sinh học, Người trẻ là những người trong lứa tuổi từ 15 tuổi đến 18 tuổi. Còn về lĩnh vực văn hóa, xã hội thì giới trẻ là những người mà nhận thức không còn là trẻ con nhưng chưa đủ chín muồi như một người trưởng thành. Theo Liên Hợp Quốc (UN) xác định “giới trẻ” là những người thuộc độ tuổi từ 15 - 24.

Như vậy, theo tiếp cận độ tuổi của Liên Hợp Quốc, giới trẻ tính ở thời điểm hiện tại là những người thuộc thế hệ Gen Z. Thế hệ Z chủ yếu có thể được phân loại là những người sinh trong khoảng thời gian 1995-2012 (Bassiouni & Hackley, 2014). Trung tâm nghiên cứu Pew định nghĩa: “Thế hệ Z là những người sinh từ năm 1997 trở đi. Mốc này được căn cứ vào nhiều yếu tố như: sự phát triển của công nghệ mới; khả năng truy cập internet không dây cùng dịch vụ di động băng thông rộng; sự kiện quan trọng của thế giới như cuộc tấn công khủng bố ngày 11 tháng 9 năm 2001”.

1.2. Một số lý thuyết nền tảng cho nghiên cứu hành vi chia sẻ tri thức

Lý thuyết nhận thức xã hội

Lý thuyết nhận thức xã hội được sử dụng để tìm hiểu được các động cơ và hành vi của cá nhân trong các tình huống khác nhau. Lý thuyết này cung cấp một góc nhìn để hiểu cách con người chủ động định hình và được định hình như thế nào bởi môi trường sống của họ. Đặc biệt, lý thuyết nhận thức xã hội còn mô tả chi tiết quá trình học tập và bắt chước dựa trên sự quan sát và sự tin tưởng vào năng lực bản thân có ảnh hưởng gì đến quá trình tạo ra hành vi. Theo Kollock (1999), con người có xu hướng thích giúp đỡ người khác và nhận thức rằng việc giúp đỡ người khác đối mặt với những vấn đề khó khăn thông qua sự đóng góp về kiến thức là điều công bằng. Hơn nữa, những người chia sẻ kiến thức trong môi trường trực tuyến, chẳng hạn như môi trường truyền thông xã hội, có nhiều cơ hội giúp đỡ người khác hơn những người trong môi trường ngoại tuyến (Wasko & Faraj, 2000).

Lý thuyết trao đổi xã hội

Lý thuyết trao đổi xã hội (The social exchange theory - SET) là một mô hình khái niệm rộng bao trùm một số ngành khoa học xã hội, chẳng hạn như quản trị, tâm lý xã hội và nhân chủng học (Cropanzano, Anthony, Daniels, & Hall, 2017). Trong lĩnh vực quản trị, SET có thể được sử dụng để giải thích cho hành vi công dân của người tiêu dùng (Blau, 2017). Lý thuyết trao đổi xã hội cho rằng mối quan hệ giữa các cá nhân giữa hai bên phụ thuộc vào nhận thức về giá trị và chi phí liên quan đến trao đổi xã hội. Nếu

một bên nhận được giá trị đáng kể sẽ dẫn đến nghĩa vụ đáp lại cho bên kia (Balaji, 2014); có nghĩa là khi đó họ sẽ tham gia vào một cuộc trao đổi một cách tự nguyện để gìn giữ và phát huy hơn nữa mối quan hệ của họ (Anaza & Zhao, 2013).

Động lực của hành vi chia sẻ tri thức

Động lực là yếu tố giúp bản thân định hướng, thúc đẩy và duy trì hành vi nhằm hoàn thành mục tiêu đã đề ra. Động lực của hành vi chia sẻ tri thức là những yếu tố tác động tới việc chuyển giao tri thức. Có hai loại động lực chính là động lực bên trong và động lực bên ngoài. Động lực bên ngoài tập chung vào các yếu tố, lý do để đạt được mục tiêu, phần thưởng, lợi ích cụ thể. Còn động lực bên trong là niềm vui, sự thỏa mãn, hạnh phúc khi con người tham gia vào một hoạt động cụ thể. Sự khác nhau giữa động lực bên trong và động lực bên ngoài là: động lực bên ngoài thì hướng tới sự kiểm soát còn động lực bên trong thì hướng tới sự tự chủ. Các nghiên cứu trước đây đã xác định là động lực bên ngoài có vai trò thúc đẩy hành vi chia sẻ tri thức (Kankanhalli & cộng sự, 2005; Wasko & Faraj, 2005). Các nghiên cứu trước đây cũng đã khẳng định động lực bên trong tác động tích cực tới hành vi chia sẻ tri thức (Hau & cộng sự, 2013).

2. Phương pháp nghiên cứu

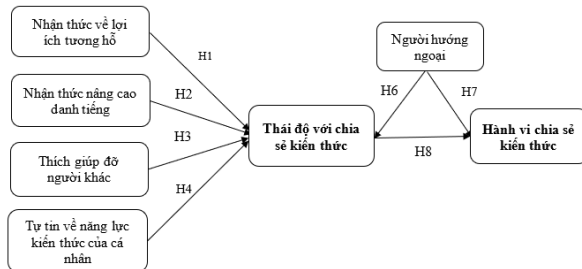
Nghiên cứu này tác giả sử dụng kết hợp hai phương pháp là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng trong giai đoạn thu thập dữ liệu hình thành mô hình nghiên cứu ban đầu, phỏng vấn các chuyên gia nhằm lựa chọn ra các nhân tố quan trọng nhất làm cơ sở để xây dựng mô hình nghiên cứu; bên cạnh đó là phương pháp thảo luận nhóm nhằm phát triển bảng hỏi phục vụ cho khảo sát chính thức của đề tài nghiên cứu. Ngoài ra, phương pháp nghiên cứu định tính này còn được sử dụng trong giai đoạn thảo luận về kết quả nghiên cứu. Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng trong giai đoạn khảo sát nhằm đánh giá độ tin cậy của mô hình, kiểm định mối quan hệ giữa các biến trong mô hình nghiên cứu để đưa ra ý kiến chấp nhận hay không chấp nhận giả thuyết nghiên cứu. Phân tích các dữ liệu thu thập được từ bảng câu hỏi chính thức thông qua sử dụng phần mềm Smart PLS phiên bản 4.0.

3. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Từ lý thuyết nền tảng (Lý thuyết nhận thức xã hội, Lý thuyết trao đổi xã hội, động lực của hành vi chia sẻ tri thức), tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về động cơ dẫn tới hành vi chia sẻ tri thức của giới trẻ tại Việt Nam. Dựa trên sự chỉ dẫn của các lý thuyết nền tảng, nghiên cứu này chia các nhân tố tác động tới hành

vi chia sẻ tri thức thành hai nhóm: (1) Nhóm nhân tố thuộc cá nhân, gồm: Thích giúp đỡ người khác, tự tin về năng lực kiến thức của cá nhân, và đặc điểm người hướng ngoại; (2) Các nhân tố thuộc bên ngoài, gồm: Nhận thức nâng cao danh tiếng, nhận thức về lợi ích tương hỗ. Biến trung gian là “Thái độ với chia sẻ kiến thức” và biến phụ thuộc là “Hành vi chia sẻ kiến thức”.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả

Từ mô hình nghiên cứu các giả thuyết nghiên cứu được xây dựng cụ thể như sau:

H1: Sự nhận thức về lợi ích tương hỗ có tác động tích cực đến thái độ với hành vi chia sẻ kiến thức của giới trẻ.

H2: Nhận thức nâng cao danh tiếng về danh tiếng có ảnh hưởng tích cực đến thái độ chia sẻ kiến thức của giới trẻ.

H3: Niềm vui từ việc giúp đỡ người khác có ảnh hưởng tích cực đến thái độ và hành vi chia sẻ kiến thức của giới trẻ.

H4: Năng lực chia sẻ kiến thức có tác động tích cực đối với thái độ và hành vi chia sẻ kiến thức của giới trẻ

H5: Người có tính cách hướng ngoại có thái độ tích cực với việc chia sẻ kiến thức.

H6: Người có tính cách hướng ngoại có xu hướng tích cực chia sẻ kiến thức.

H7: Thái độ có mối quan hệ cùng chiều với việc chia sẻ kiến thức của giới trẻ.

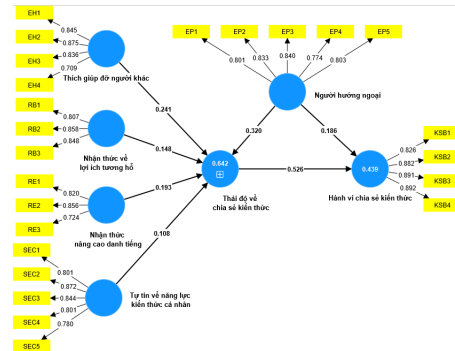
4. Kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng 100% hình thức tiếp cận đối tượng khảo sát là trực tuyến, thông qua gửi link khảo sát (qua Google Forms) đến đối tượng điều tra trên địa bàn Hà Nội. Sau thời gian 1 tháng thực hiện khảo sát (từ tháng 12/2023 đến tháng 1/2024) thu được 254 phiếu hồi đáp qua link. Sau khi thực hiện sàng lọc loại bỏ những phiếu không hợp lệ cuối cùng còn lại 225 phiếu hợp lệ được đưa vào sử dụng. Kích cỡ mẫu này đã vượt qua khuyến nghị của Hoyle (1995) về quy mô tối thiểu để đảm bảo tính tin cậy của kết quả phân tích.

Mô hình đo lường gồm các mối quan hệ giữa biến tiềm ẩn và biến quan sát tương ứng. Mô hình đo lường

nhằm xác định chất lượng của các thang đo thông qua các tiêu chuẩn về độ tin cậy, tính nhất quán, tính hội tụ, và giá trị phân biệt thông qua PLS - SEM.

Hình 2. Mô hình đo lường PLS - SEM



Nguồn: Kết quả xử lý bằng Smart PLS

Để đánh giá mô hình cũng như kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, giá trị hệ số đường dẫn cho biến tiềm ẩn nội sinh, T-value, P-value, quy mô ảnh hưởng và khoảng tin cậy CI và được sử dụng.

Bảng 1. Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

Mối quan hệ	Hệ số đường dẫn (β)	Độ lệch chuẩn	Giá trị T	Giá trị P	Khoảng tin cậy	
					UL	LL
RB $\Rightarrow$ ATT	0,148	0,056	2,66	0,008	0,033	0,254
RE $\Rightarrow$ ATT	0,193	0,067	2,875	0,004	0,060	0,320
EH $\Rightarrow$ ATT	0,241	0,075	3,227	0,001	0,100	0,386
SEC $\Rightarrow$ ATT	0,108	0,059	1,84	0,066	-0,012	0,223
EP $\Rightarrow$ ATT	0,320	0,064	5,015	0,000	0,193	0,442
EP $\Rightarrow$ KSB	0,186	0,082	2,275	0,023	0,022	0,344
ATT $\Rightarrow$ KBS	0,526	0,524	6,625	0,000	0,363	0,671

Ghi chú: KSB: Hành vi chia sẻ kiến thức; EP: Người hướng ngoại; RE: Nhận thức nâng cao danh tiếng; RB: Nhận thức về lợi ích tương hỗ; ATT: Thái độ về chia sẻ kiến thức; EH: Thích giúp đỡ người khác; SEC: Tự tin về năng lực kiến thức cá nhân.

Nguồn: Kết quả xử lý bằng Smart PLS 4.0

Căn cứ vào các chỉ số được thể hiện trong bảng 1 và kết quả bảng 2, có 6 giả thuyết H1, H2, H3, H5, H6, H7 đều được chấp nhận với giá trị P-value < 0,05, T-value > 1,65. Chỉ riêng giả thuyết H4 có giá trị cận dưới (LL) và giá trị cận trên (UL) trái dấu nhau nên giả thuyết này chưa đủ tin cậy để chấp nhận. Điều đó có nghĩa rằng, các yếu tố “người hướng ngoại”, “nhận thức nâng cao danh tiếng”, “nhận thức về lợi ích tương hỗ” và “thích giúp đỡ người khác” đều có tác động trực tiếp đến “Thái độ chia sẻ kiến thức”; các yếu tố “người hướng ngoại” và “thái độ về chia sẻ kiến thức” lại có tác động đến hành vi chia sẻ kiến thức.

Bảng 2. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	Giá trị P	Kết quả
H1	Nhận thức về lợi ích tương hỗ có tác động tích cực tới thái độ về chia sẻ kiến thức	**	Chấp nhận
H2	Nhận thức nâng cao danh tiếng có tác động tích cực tới thái độ về chia sẻ kiến thức	**	Chấp nhận
H3	Sự thích giúp đỡ người khác có tác động tích cực tới thái độ về chia sẻ kiến thức	**	Chấp nhận
H4	Sự tự tin về năng lực kiến thức cá nhân có tác động tích cực tới thái độ về chia sẻ kiến thức	0,066	Từ chối
H5	Người có tính cách hướng ngoại có thái độ tích cực với việc chia sẻ kiến thức	***	Chấp nhận

Giả thuyết	Mối quan hệ	Giá trị P	Kết quả
H6	Người có tính cách hướng ngoại có xu hướng tích cực chia sẻ kiến thức	*	Chấp nhận
H7	Thái độ có mối quan hệ cùng chiều với việc chia sẻ kiến thức của giới trẻ	***	Chấp nhận

Chú thích: ***: Giá trị $P < 0,000$; **: Giá trị $P < 0,01$; * Giá trị $P < 0,05$

Nguồn: Kết quả xử lý bằng Smart PLS 4.0

5. Kết luận

Từ kết quả kiểm định mô hình và giả thuyết, có thể thấy:

Thái độ về chia sẻ kiến thức có tác động trực tiếp và khá đáng kể tới hành vi chia sẻ kiến thức. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu trước đó của Mustika & cộng sự (2022) và Zhao & cộng sự (2016). Bên cạnh đó, các yếu tố “nhận thức về lợi ích tương hỗ”, “nhận thức nâng cao danh tiếng”, “thích giúp đỡ người khác”, “người hướng ngoại” đều có tác động trực tiếp đến thái độ về chia sẻ kiến thức. Điều này có nghĩa rằng, các giả thuyết H1, H2, H3 và H5 được chấp nhận.

Trong các yếu tố tác động tới “thái độ về chia sẻ kiến thức”, tính cách hướng ngoại là yếu tố có tác động tích cực nhất với hệ số $\beta = 0,32$. Điều này có thể giải thích rằng, tính cách hướng ngoại có thể tác động tích cực đến thái độ về chia sẻ kiến thức theo nhiều cách. Người hướng ngoại thường năng động, tự tin, ham học hỏi và thích giao tiếp, do đó họ có xu hướng cởi mở và sẵn sàng chia sẻ kiến thức với người khác. Họ cũng có khả năng truyền cảm hứng, tạo động lực và khuyến khích mọi người cùng tham gia vào các hoạt động chia sẻ kiến thức. Kết quả này cũng được chứng minh trong nghiên cứu của Dư Thị Chung & Phạm Thị Trâm Anh (2022), rằng tính hướng ngoại là một trong những yếu tố cốt lõi tác động tới hành vi chia sẻ kiến thức.

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố “thích giúp đỡ người khác” là yếu tố tiếp theo, chỉ sau tính cách hướng ngoại có tác động tích cực ở mức độ trung bình tới thái độ về chia sẻ kiến thức với hệ số $\beta = 0,241$. Cụ thể, một người sẽ thích thú trong việc giúp đỡ người khác khi đối tác của họ tỏ rõ sự nhiệt tình, từ đó có sự đồng điệu trong thái độ về chia sẻ kiến thức, thúc đẩy hành vi chia sẻ kiến thức. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với nghiên cứu của Zhao & cộng sự (2016), rằng niềm vui thích giúp đỡ người khác là yếu tố tác động hành vi chia sẻ kiến thức.

Kế đến, yếu tố “nhận thức nâng cao danh tiếng” có tác động tới thái độ về chia sẻ kiến thức với hệ số đường dẫn $\beta = 0,193$. Điều này có nghĩa rằng, khi một người mong muốn thể hiện bản thân bằng cách chia sẻ kiến thức, đặc biệt là kiến thức chuyên môn của mình với người khác, các cá nhân khác sẽ tỏ thái độ tôn trọng, từ đó nâng cao sự tin cậy cũng như danh tiếng cho chủ thể

Bên cạnh đó, yếu tố “nhận thức về lợi ích tương hỗ” có tác động tới thái độ về chia sẻ kiến thức với hệ số $\beta = 0,148$. Điều này có thể giải thích rằng, khi một người nhận thức được những lợi ích mà họ có thể nhận được từ việc chia sẻ kiến thức, họ sẽ có thái độ tích cực hơn và sẵn sàng chia sẻ kiến thức của mình với người khác. Kết quả này cũng đã được chứng minh trong nghiên cứu của Dư Thị Chung & Phạm Thị Trâm Anh (2022).

Ngoài ra, yếu tố “tự tin về năng lực kiến thức cá nhân” chưa thể chứng tỏ được sức ảnh hưởng tới thái độ về chia sẻ kiến thức vì chưa thể thỏa mãn được khoảng tin cậy. Kết quả này trái ngược với kết quả nghiên cứu của Mustika & cộng sự (2022). Sự tự tin vào năng lực kiến thức vốn là yếu tố quan trọng trong việc xác định rằng liệu một người có sẵn sàng cho hành vi chia sẻ kiến thức của họ cho người khác hay không. Lý giải cho điều này, có thể do đối tượng nghiên cứu của nghiên cứu chủ yếu là sinh viên, họ ít có cơ hội để tích lũy kinh nghiệm thực tế cũng như các kỹ năng mềm như giao tiếp, thuyết trình và làm việc nhóm chưa tốt dẫn đến việc họ cảm thấy mình không đủ giỏi để có thể chia sẻ kiến thức cho người khác. Mặt khác, khi quá tự tin vào kiến thức của bản thân, họ có thể sợ bị đánh giá vì những thiếu sót trong kiến thức của mình. Một số người có thể tự mãn với kiến thức của mình, từ đó dẫn đến sự bảo thủ trong quan điểm của họ.

Tài liệu tham khảo:

- Arain, G. A., Hameed, I., Khan, A. K., Strologo, A. D., & Dhir, A. (2022). How and when do employees hide knowledge from co-workers?. *Journal of Knowledge Management*, 26(7), 1789-1806.
- Bock, G. W., & Kim, Y. G. (2002). Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 15(2), 14-21
- Blau (1964): exchange and power in social life. *Schlüsselwerke der Netzwerkforschung*, 51-54.
- Casimir, G., Lee, K., & Loon, M. (2012). Knowledge sharing: influences of trust, commitment and cost. *Journal of knowledge management*, 16(5), 740-753.
- Chang, Y. L., Hou, H. T., Pan, C. Y., Sung, Y. T., & Chang, K. E. (2015). Apply an augmented reality in a mobile guidance to increase sense of place for heritage places. *Journal of Educational Technology & Society*, 18(2), 166-178.
- Dư Thị Chung & Phạm Thị Trâm Anh (2022) Factors affecting knowledge sharing behaviour in public higher education institutions: An empirical study of Vietnam. *Cogent Business & Management*, 9:1
- Emler, N. (1990). A social psychology of reputation. *European review of social psychology*, 1(1), 171-193.
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International journal of human-computer studies*, 65(2), 153-169.
- Kang, J., Liu, C., & Kim, S. H. (2013). Environmentally sustainable textile and apparel consumption: the role of consumer knowledge, perceived consumer effectiveness and perceived personal relevance. *International journal of consumer studies*, 37(4), 442-452. Kiesler, A. (2019).
- Li, H., Saucedo-Cuevas, L., Regla-Nava, J. A., Chai, G., Sheets, N., Tang, W., ... & Gleeson, J. G. (2016). Zika virus infects neural progenitors in the adult mouse brain and alters proliferation. *Cell stem cell*, 19(5), 593-598.
- Lin, H. F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of manpower*, 28(3/4), 315-332.
- Mafabi, S., Nasir, S., Muhimbise, E. M., Kasekende, F., & Nakiyonga, C. (2017). The mediation role of intention in knowledge sharing behavior. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 47(2), 172-193.
- Mustika, H., Eliyana, A., Agustina, T. S., & Anwar, A. (2022). "Testing the determining factors of knowledge sharing behavior". *SAGE Open*.
- Nguyen, T. M., Nham, T. P., Froese, F. J., & Malik, A. (2019). Motivation and knowledge sharing: a meta-analysis of main and moderating effects. *Journal of Knowledge Management*, 23(5), 998-1016.
- Nguyễn Thị Thanh Huyền; Trần Thị Thủy Vân; Lương Thị Thu Thảo (2021), "Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi chia sẻ tri thức của sinh viên đại học: Khảo sát thực nghiệm đối với sinh viên trường đại học Duy Tân - Đà Nẵng".
- Wang, H., Ma, B., & Bai, R. (2019). How does green product knowledge effectively promote green purchase intention?. *Sustainability*, 11(4), 1193.
- Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS quarterly*, 35-57.
- Xing, L. N., Chen, Y. W., Wang, P., Zhao, Q. S., & Xiong, J. (2010). A knowledge-based ant colony optimization for flexible job shop scheduling problems. *Applied Soft Computing*, 10(3), 888-896.
- Zhao, Li Dettlor, Brian Connelly, Catherine E (2016), "Sharing knowledge in social Q&A sites: The unintended consequences of extrinsic motivation", *Journal of Management Information Systems*, 70-100.