

TẠP CHÍ KHOA HỌC PHÁP LÝ VIỆT NAM



1996

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT
TP. HỒ CHÍ MINH

KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ KINH TẾ



Thông tin
về Tạp chí

SỐ 01(01)
NĂM 2025

BA KỶ MỖI NĂM

**SỐ 01(01)/2025
NĂM THỨ I**

TỔNG BIÊN TẬP

GS-TS Đỗ Văn Đại

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

PGS-TS Trần Việt Dũng
PGS-TS Trần Thị Thùy Dương

THU KÝ TÒA SOẠN

ThS Ngô Nguyễn Thảo Vy

BỘ PHẬN TRỊ SỰ

ThS Hà Ngọc Quỳnh Anh, ThS Đặng Phước Thông, Trần Minh Thành

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS-TS TRẦN THỊ THÙY DƯƠNG

Trường Đại học Luật TP. HCM (Chủ tịch)

PGS-TS CAO MINH TRÍ

Trường Đại học Luật TP. HCM (Phó Chủ tịch)

GS-TS ZAFAR U. AHMED

Academy for Global Business Advancement (Hoa Kỳ)

PGS-TS TRỊNH DOÀN CHÍNH

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,

Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

TS LA MAI THI GIA

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,

Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

TS ĐÌNH LƯ GIANG

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

GS-TS HÀ NAM KHÁNH GIAO

Học viện Hàng không Việt Nam

GS-TS NGUYỄN MINH HÀ

Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh

TS NGUYỄN THANH HẢI

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

PGS-TS NGUYỄN VŨ HÙNG

Đại học Kinh tế Quốc dân

TS PHAN THỊ HÀ

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

TS HOÀNG VĂN LONG

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

TS PHAN TUẤN LY

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

PGS-TS PHẠM ĐÌNH NGHIÊM

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

GS-TS TRẦN VĂN PHÒNG

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

PGS-TS VƯƠNG ĐỨC HOÀNG QUÂN

TT Cách mạng công nghiệp 4.0, TP. Hồ Chí Minh

PGS-TS NGUYỄN ANH THU

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

PGS-TS TRỊNH QUỐC TRUNG

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

TS NGUYỄN QUỐC VINH

Trường Đại học Luật TP. HCM

PGS-TS NGUYỄN NGỌC VŨ

Trường Đại học Ngoại ngữ – Tin học TP. HCM

PGS-TS TRƯƠNG VĂN VỸ

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ KINH TẾ

Số 01(01)/2025

KINH TẾ

- ThS Phạm Ngọc Ánh, PGS-TS Cao Minh Trí, ThS Hồ Thị Mỹ Ngọc**
- Xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên đại học: Bối cảnh Việt Nam 1
- ThS Vũ Thanh An, Trần Thị Lan, Đỗ Lê Hoài Đức, Phạm Thị Hương Giang, Lê Minh Hưng, Đỗ Thị Diệu Huyền** - Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường Đại học công lập trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh 17
- ThS Nguyễn Hoàng Phước Hiền, Đặng Nguyễn Xuân Tiên, Nguyễn Thị Thảo Anh, Nguyễn Huỳnh Đức Thiên, Phạm Trần Khánh Uyên** - Các yếu tố ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp ở nhân viên độ tuổi Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh 29
- TS Lại Nam Tuấn** - Định hướng thể chế cho phát triển tài chính xanh và chuyển đổi năng lượng trong khu vực tư nhân 43

NGÔN NGỮ HỌC

- TS Phan Tuấn Ly, ThS Ngô Hải Quân, ThS Phạm Thị Thùy Dung** - Chỉ tố rào đón trong hội thoại văn học: Nghiên cứu tập truyện ngắn “Đảo” của Nguyễn Ngọc Tư 52
- ThS Nguyễn Thị Ngọc Mai, ThS Lê Phương Thảo** - Phân tích một số lỗi thường gặp khi học tiếng Hàn trình độ sơ cấp: Nghiên cứu trường hợp học viên học tiếng Hàn tại Trung tâm Hàn quốc học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh 65

TRIẾT HỌC – XÃ HỘI HỌC – CHÍNH TRỊ HỌC

- PGS-TS Nguyễn Xuân Tế, ThS Hồ Quốc Tịnh** - Vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng đội ngũ doanh nhân các tỉnh, thành phố phía Nam trong bối cảnh mới 77
- TS Nguyễn Thanh Hải** - Biện chứng của tự do cá nhân với trách nhiệm xã hội 87
- TS Lưu Đình Vinh** - Quan điểm của John Rawls về con người – Một số nội dung cơ bản, hạn chế và giá trị hiện thời ở Việt Nam 94
- TS Đặng Trung Kiên, TS Trần Thị Thùy Linh** - Kinh tế học Phật giáo trong bối cảnh phát triển bền vững: Kinh nghiệm từ Việt Nam 104

SOCIAL SCIENCES AND ECONOMICS

Vol. 01, No. 01/2025

ECONOMICS

- LLM Pham Ngoc Anh, Assoc. Prof-Dr. Cao Minh Tri, LLM Ho Thi My Ngoc** - The personal branding of university lecturers: The Vietnamese context 1
- LLM Vu Thanh An, Tran Thi Lan, Do Le Hoai Duc, Pham Thi Huong Giang, Le Minh Hung, Do Thi Dieu Huyen** - Determinants of the intention to adopt digital transformation in Youth Union Activities and movements at public universities in Ho Chi Minh City 17
- LLM Nguyen Hoang Phuoc Hien, Dang Nguyen Xuan Tien, Nguyen Thi Thao Anh, Nguyen Huynh Duc Thien, Pham Tran Khanh Uyen** - Factors affecting career shift shock among Gen Z employees in Ho Chi Minh city 29
- Dr Lai Nam Tuan** - Institutional reform for advancing green finance and energy transition in Vietnam's private sector 43

LINGUISTICS

- Dr Phan Tuan Ly, LLM Ngo Hai Quan, LLM Pham Thi Thuy Dung** - Hedging in literary discourse: A study of Nguyen Ngoc Tu's short story collection *Đảo* 52
- LLM Nguyen Thi Ngoc Mai, LLM Le Phuong Thao** - An analysis of common errors among beginner-level Korean learners: A case study at the Center for Korean Studies, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University, Ho Chi Minh City 65

PHILOSOPHY – SOCIOLOGY – POLITICAL SCIENCE

- Assoc. Prof-Dr. Nguyen Xuan Te, LLM Ho Quoc Tinh** - Applying Ho Chi Minh's ideology on building entrepreneurs in Southern provinces and cities in the new context 77
- Dr Nguyen Thanh Hai** - The dialectic of individual freedom in relation to social responsibility 87
- Dr Luu Dinh Vinh** - John Rawls's conception of the human being – Fundamental contents, limitations, and contemporary relevance in Vietnam 94
- Dr Dang Trung Kien, Dr Tran Thi Thuy Linh** - Buddhist economics in the context of sustainable development: Lessons from Vietnam 104

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN CỦA GIẢNG VIÊN ĐẠI HỌC: BỐI CẢNH VIỆT NAM

ThS PHẠM NGỌC ANH

Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
University of Economics and Law, Vietnam National University, Ho Chi Minh City

Email: anhpn24707@sdh.uel.edu.vn

PGS-TS CAO MINH TRÍ

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh
Ho Chi Minh City University of Law

Email: cmtri@hcmulaw.edu.vn

ThS HỒ THỊ MỸ NGỌC

Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh
Ho Chi Minh City Open University

Email: hongoc0119@gmail.com

Tóm tắt

Xây dựng thương hiệu cá nhân là một yếu tố thiết yếu giúp giảng viên đại học nâng cao tầm ảnh hưởng và uy tín học thuật. Nghiên cứu này đề xuất và kiểm định một mô hình toàn diện về các yếu tố quyết định đến việc xây dựng thương hiệu cá nhân trong môi trường giáo dục đại học. Dữ liệu khảo sát từ 244 giảng viên tại Việt Nam và được phân tích bằng PLS-SEM cho thấy bản sắc cá nhân, năng lực chuyên môn, hình ảnh, sự khác biệt và truyền thông xã hội có tác động tích cực đến ý định xây dựng thương hiệu. Đồng thời, nghiên cứu làm rõ vai trò trung gian của mạng xã hội trong việc chuyển hóa ý định thành hành động xây dựng thương hiệu cụ thể. Kết quả nghiên cứu không chỉ bổ sung vào lý thuyết về thương hiệu cá nhân trong bối cảnh học thuật mà còn mang lại hàm ý chiến lược cho giảng viên và các cơ sở đào tạo nhằm phát triển thương hiệu một cách hiệu quả và bền vững.

Từ khóa: giảng viên, giáo dục đại học, mạng xã hội, thương hiệu cá nhân, truyền thông xã hội

Abstract

Personal branding is an essential factor for university lecturers to enhance their influence and academic reputation. This research proposes and validates a comprehensive model of the factors determining personal brand construction within the higher education setting. An analysis of survey data from 244 lecturers in Vietnam using PLS-SEM indicates that personal identity, professional expertise, image, differentiation, and social media positively influence the intention to build a personal brand. Furthermore, the study clarifies the mediating role of social networks in translating intention into concrete brand-building actions. The results of this study not only add to the literature on personal branding in an academic context but also provide strategic implications for faculty and their institutions to foster brands in an effective and sustainable manner.

Keywords: lecturer, higher education, social networks, personal branding, social media

Ngày nhận bài: 03/10/2025

Ngày duyệt đăng: 12/11/2025

Trong kỷ nguyên kỹ thuật số, xây dựng thương hiệu cá nhân không còn là đặc quyền của lĩnh vực kinh doanh mà đã trở thành một chiến lược thiết yếu cho sự phát triển nghề nghiệp của mỗi cá nhân. Đây là quá trình chủ động quản trị và truyền thông các giá trị độc đáo của bản thân nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh, thu hút cơ hội và khẳng định uy tín trong lĩnh vực hoạt động.¹

Đối với giáo dục đại học, sự chuyển đổi số và mức độ cạnh tranh ngày càng cao đã khiến thương hiệu cá nhân của mỗi giảng viên trở thành một yếu tố quan trọng. Một giảng viên với hình ảnh chuyên môn vững vàng, uy tín học thuật và phong cách

¹ Peter Montoya, Tim Vandehey, *Brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*, McGraw-hill Education-Europe, 2008.

giảng dạy đặc sắc không chỉ giúp gia tăng ảnh hưởng cá nhân mà còn góp phần trực tiếp vào việc nâng cao thương hiệu tổ chức.² Các nghiên cứu trước đây cũng khẳng định thương hiệu cá nhân của giảng viên đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc thu hút sinh viên, phụ huynh và đối tác.³ Một thương hiệu cá nhân mạnh mẽ của giảng viên không chỉ nâng cao uy tín cá nhân mà còn trở thành tài sản giá trị cho thương hiệu tổng thể của cơ sở giáo dục, góp phần quan trọng vào việc thu hút sinh viên tiềm năng và tạo dựng niềm tin nơi phụ huynh.

Johnson chỉ ra rằng thương hiệu cá nhân là quá trình mà một cá nhân chủ động quản lý ấn tượng của người khác về mình thông qua chuyên môn, kỹ năng và kinh nghiệm.⁴ Hearn bổ sung đây là một tiến trình liên tục, trong đó cá nhân không chỉ cập nhật xu hướng truyền thông mới mà còn liên tục điều chỉnh cách thức họ được nhận diện trong tâm trí công chúng.⁵ Đặc biệt, trong bối cảnh số hóa, giảng viên cần duy trì chuyên môn học thuật, vừa biết cách tận dụng các công cụ truyền thông xã hội để xây dựng và lan tỏa thương hiệu cá nhân.⁶

Tại Việt Nam, bối cảnh giáo dục đại học mang những đặc thù riêng. Quá trình tự chủ đại học và cạnh tranh ngày càng gay gắt đang tạo ra áp lực nhưng cũng là thời cơ để giảng viên khẳng định giá trị bản thân. Tuy nhiên, văn hóa coi trọng tính tập thể và các quy định hành chính đôi khi có thể tạo ra những rào cản nhất định đối với việc phát triển thương hiệu cá nhân. Mặc dù vậy, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và mạng xã hội tại Việt Nam đang mở ra những con đường mới để giảng viên kết nối và tạo ảnh hưởng đến sinh viên. Các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung mô tả lợi ích hoặc phân tích các trường hợp điển hình, nhưng còn tồn tại một khoảng trống nghiên cứu quan trọng: chưa xây dựng một mô hình toàn diện và kiểm định thực nghiệm các yếu tố cốt lõi tác động đến ý định và hành động xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên. Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu hướng tới hai mục tiêu chính: (i) xác định và đo lường tác động của các yếu tố: bản sắc cá nhân, năng lực chuyên môn, hình ảnh, sự khác biệt và truyền thông xã hội lên ý định xây dựng thương hiệu cá nhân; và (ii) kiểm định vai trò trung gian của mạng xã hội trong mối quan hệ giữa ý định và hành động xây dựng thương hiệu. Bằng cách thực hiện các mục tiêu trên, nghiên cứu bổ sung lý thuyết về thương hiệu cá nhân trong bối cảnh học thuật đồng thời mang lại hàm ý chiến lược cho giảng viên và các trường đại học ở Việt Nam.

1. Tổng quan nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Thương hiệu cá nhân (*personal branding*) là quá trình một cá nhân xây dựng, quản trị và truyền thông hình ảnh, năng lực, giá trị và tính cách riêng của mình nhằm tạo

2 V.V. Mantulenko, E.Z. Yashina, S.I. Ashmarina, "Personal brand of university teachers in the digital age", *International Scientific Conference "Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends, New Opportunities"*, 2019, tr. 62-70.

3 S. I. Kolodeznikova, E. N. Neustroeva and E. K. Timofeeva, "Personal brand of university teachers in the Arctic regions in the context of digitalization of education", *SHS Web of Conferences*, Vol. 13, 2021, DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111300055>

4 Katelyna M. Johnson, "The importance of personal branding in social media: Educating students to create and manage their personal brand", *International Journal of Education and Social Science*, Vol. 4(1), 2017, tr. 21-27.

5 Alison Hearn, "Meat, mask, burden: Probing the contours of the brandedself", *Journal of Consumer Culture*, Vol. 8(2), tr. 197-217, DOI: <https://doi.org/10.1177/1469540508090086>

6 Tira Nur Fitria, "Lecturer's personal branding in the digital era: Building good reputation and positive image through social media", *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, Vol. 5(2), 2023, tr. 76-87, DOI: <https://doi.org/10.46923/ijbhes.v5i2.269>

đựng uy tín, sự khác biệt và ảnh hưởng trong mắt công chúng.⁷ Trong môi trường giáo dục đại học, giảng viên vừa là người truyền đạt tri thức, vừa là người đại diện cho hình ảnh và danh tiếng của nhà trường. Một thương hiệu cá nhân mạnh giúp giảng viên thu hút sinh viên, nâng cao uy tín học thuật và đóng góp trực tiếp vào thương hiệu tổ chức.⁸

Các lý thuyết như Lý thuyết Nhận dạng xã hội,⁹ Lý thuyết Tín hiệu¹⁰ và Lý thuyết Hành vi có kế hoạch¹¹ cho thấy việc xây dựng thương hiệu cá nhân chịu ảnh hưởng từ cả đặc điểm cá nhân và bối cảnh xã hội. Do đó, để hiểu rõ động lực xây dựng thương hiệu của giảng viên, cần xem xét nhiều yếu tố tiền đề khác nhau.

1.1. Nhận diện bản thân

Trong bối cảnh giáo dục đại học, việc giảng viên tự nhận diện bản thân (*self-identity*) có vai trò quan trọng trong việc hình thành động lực xây dựng thương hiệu cá nhân. Nhận diện bản thân phản ánh cách cá nhân hiểu về giá trị, năng lực và vai trò nghề nghiệp của mình, từ đó định hướng cách thức họ trình bày hình ảnh với cộng đồng học thuật và xã hội.¹² Ở cấp độ cá nhân, việc tự nhận diện giúp giảng viên hiểu rõ điểm mạnh, giá trị cốt lõi và phong cách riêng, từ đó hình thành động lực xây dựng thương hiệu.¹³

Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng bản sắc nghề nghiệp của giảng viên không phải là yếu tố cố định mà được hình thành và tái cấu trúc trong quá trình làm việc. Quá trình chuyển đổi nghề nghiệp¹⁴ và đào tạo tiến sĩ¹⁵ định hình mạnh mẽ cách giảng viên hiểu và xác lập bản thân. Đồng thời, trải nghiệm công việc, văn hóa tổ chức¹⁶ cùng với các yếu tố cá nhân như tuổi, thâm niên và sự ổn định nghề nghiệp¹⁷ cũng

- 7 Lauren I. Labrecque, Ereni Markos, George R. Milne, "Online personal branding: Processes, challenges, and implications", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 25(1), 2011, tr. 37-50, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>; Ifan D. H. Shepherd, "From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and personal branding", *Journal of Marketing Management*, Vol. 21(5-6), 2005, tr. 589-606, DOI: <https://doi.org/10.1362/0267257054307381>
- 8 Sergey Gorbatov, Svetlana N. Khapova, Evgenia I. Lysova, "Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda", *Frontiers in Psychology*, Vol. 9, 2018, tr. 2238, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>; Robert L. Williams Jr., Maktoba Omar, "How branding process activities impact brand equity within Higher Education Institutions", *Taylor & Francis*, Vol. 24(1), 2014, tr. 1-10, DOI: <https://doi.org/10.1080/08841241.2014.920567>
- 9 H. Tajfel & J. C. Turner, "The social identity theory of intergroup behavior", in J. T. Jost & J. Sidanius (eds.), *Political psychology: Key readings*, Psychology Press, 1986, tr. 276-293, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.4324/9780203505984-16>
- 10 Michael Spence, "Job market signaling", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87(3), 1973, tr. 355-374, DOI: <https://doi.org/10.2307/1882010>
- 11 Icek Ajze, "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50(2), 1991, tr. 179-211, DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 12 Ni'matus Solihah, Nuskhan Abid, Muhammad Noor Sulaimansyah, "Social identity of English lecturers at Islamic universities in Central Java in sociological discourse", *Jurnal Sosiologi Agama*, Vol. 18(1), 2024, tr. 101-114, DOI: <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.181-07>
- 13 S. I. Kolodeznikova, E. N. Neustroeva and E. K. Timofeeva, *tlđđ*, tr. 2.
- 14 Jarred Shellhouse, Nicole Stedman, J. C. Bunch, "Am I an imposter? Navigating the research journey of university faculty", *Advancements in Agricultural Development*, Vol. 4(3), 2023, tr. 1-15.
- 15 R. Dann, J. Basford, C. Booth, R. O'Sullivan, J. Scanlon, C. Woodfine & P. Wright, "The impact of doctoral study on university lecturers' construction of self within a changing higher education policy context", *Studies in Higher Education*, Vol. 44(7), 2019, tr. 1166-1182, DOI: <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1421155>
- 16 Lipalesa Mathe and Josphine Hapazari, "The development of professional identity among Lesotho University Lecturers", *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, Vol. 9(4), 2019, tr. 8899, DOI: <http://dx.doi.org/10.29322/IJSRP.9.03.2019.p8899>
- 17 Ariela Giladi, N. Davidovitch, Lilach Ben-Meir, "The professional identity of academic lecturers in higher education post-Covid-19 in Israel", *Education Sciences*, Vol. 12(6), 2022, tr. 408, DOI: <https://doi.org/10.3390/educsci12060408>

tác động trực tiếp đến việc duy trì bản sắc và phát triển thương hiệu cá nhân của giảng viên. Do đó, giả thuyết được đề xuất như sau:

H1: Nhận diện bản thân có ảnh hưởng tích cực đến ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

1.2. Chuyên môn

Năng lực chuyên môn (*expertise*) là nền tảng quan trọng hình thành uy tín của giảng viên, đồng thời là yếu tố cốt lõi trong quá trình xây dựng thương hiệu cá nhân. Trong giáo dục đại học, năng lực giảng dạy và nghiên cứu được xem là những tín hiệu đáng tin cậy phản ánh giá trị của giảng viên trong mắt sinh viên, đồng nghiệp và xã hội.

Các nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng năng lực giảng viên có ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng và lòng trung thành của sinh viên. Latip, Newaz và Ramasamy chứng minh rằng năng lực giảng viên, bao gồm kiến thức chuyên môn, uy tín và khả năng truyền đạt, không chỉ nâng cao sự hài lòng mà còn thúc đẩy sự gắn bó lâu dài của sinh viên với nhà trường.¹⁸ Nghiên cứu của Bakar và Quah cũng nhấn mạnh năng lực giảng dạy và nghiên cứu của giảng viên là xương sống của chất lượng giáo dục, qua đó đóng góp quan trọng vào danh tiếng cá nhân và tổ chức.¹⁹

Bằng chứng thực nghiệm cho thấy năng lực chuyên môn của giảng viên không chỉ nâng cao hiệu quả giảng dạy mà còn là yếu tố quyết định sự thành công nghề nghiệp.²⁰ Ở bình diện quốc tế, năng lực học thuật và thành tích nghiên cứu được xem là chỉ báo quan trọng để xây dựng uy tín và mở rộng ảnh hưởng khoa học.²¹ Do đó, năng lực chuyên môn vừa là nền tảng của chất lượng giáo dục,²² vừa là động lực thúc đẩy ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên, do đó giả thuyết được đề xuất như sau:

H2: Chuyên môn ảnh hưởng tích cực đến ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

1.3. Hình ảnh

Hình ảnh phản ánh cách giảng viên được nhận thức trong mắt sinh viên, đồng nghiệp và xã hội và được coi là yếu tố quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân. Một hình ảnh tích cực củng cố niềm tin, tạo dựng uy tín và gia tăng mức độ ảnh hưởng trong cộng đồng học thuật.²³ Trong bối cảnh giáo dục đại học cạnh

18 Muhammad Safuan Abdul Latip, Farhana Tahmida Newaz and Ravindran Ramasamy, "Students' perception of lecturers' competency and the effect on institution loyalty: The mediating role of students' satisfaction", *Asian Journal of University Education*, Vol. 16(2), 2020, tr. 183-195, DOI: <https://doi.org/10.24191/ajue.v16i2.9155>

19 Tg Nur-Wina Tuan Abu Bakar, Wei Boon Quah, "Lecturer competence and student satisfaction: A roadmap for quality education", *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, Vol. 12(4), 2023, DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARPE/v12-i4/18970>

20 Asia Mbwebwe Rubeba, "Lecturers' teaching competencies towards improving teaching and learning process in universities in Tanzania: Students' perspectives", *Heliyon*, Vol. 11(1), 2025, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41683>

21 Tatiana Fumasoli, Gaële Goastellec, Barbara M. Kehm, "Academic careers and work in Europe: Trends, challenges, perspectives", *The Series: The Changing Academy - The Changing Academic Profession in International Comparative Perspective*, Vol. 12, 2015, tr. 201-214, DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10720-2>

22 Tg Nur-Wina Tuan Abu Bakar, Wei Boon Quah, *tlld*, tr. 4; Muhammad Safuan Abdul Latip, Farhana Tahmida Newaz and Ravindran Ramasamy, *tlld*, tr. 4.

23 Renee B. Kim, Yan Chao, "Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of Chinese millennial generation consumers", *Journal of International Studies*, Vol. 12(3), 2019, DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2019/12-3/1>

tranh, hình ảnh giảng viên còn có tác động trực tiếp đến sự lựa chọn trường học của sinh viên. Nghiên cứu của Effah cho thấy thương hiệu học thuật đóng vai trò đáng kể trong việc thu hút sinh viên,²⁴ trong khi Prastyowati và cộng sự khẳng định rằng danh tiếng học thuật có thể trung gian cho tác động của các hoạt động marketing đến ý định chọn trường.²⁵ Điều này cho thấy hình ảnh của giảng viên không chỉ mang tính cá nhân mà còn góp phần xây dựng thương hiệu tổ chức.

Bên cạnh đó, trong kỷ nguyên số, hình ảnh trực tuyến ngày càng trở thành yếu tố quan trọng của thương hiệu cá nhân. Labrecque, Markos, & Milne chứng minh rằng sự hiện diện trực tuyến có thể định hình nhận diện cá nhân và gia tăng mức độ ghi nhớ thương hiệu.²⁶ Gần đây, Giladi, Davidovitch, & Ben-Meir cũng chỉ ra rằng giảng viên với hình ảnh chuyên nghiệp dễ dàng duy trì bản sắc nghề nghiệp và mở rộng tầm ảnh hưởng.²⁷ Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H3: Hình ảnh có tác động tích cực đến ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

1.4. Sự khác biệt

Sự khác biệt là yếu tố cốt lõi giúp thương hiệu cá nhân trở nên nổi bật và có khả năng cạnh tranh trong môi trường học thuật. Theo quan điểm marketing, sự khác biệt hóa tạo ra giá trị riêng biệt, giúp thương hiệu cá nhân được công chúng ghi nhớ và đánh giá cao.²⁸ Trong bối cảnh giáo dục đại học, sự khác biệt có thể thể hiện qua phong cách giảng dạy, định hướng nghiên cứu hay những kỹ năng và giá trị độc đáo mà giảng viên mang lại cho sinh viên và cộng đồng khoa học.²⁹

Các nghiên cứu gần đây khẳng định rằng xây dựng thương hiệu thành công thường biết xác định và khai thác điểm mạnh độc đáo để tạo ra dấu ấn riêng.³⁰ Arana, Vásquez & González cho thấy thương hiệu cá nhân giúp giảng viên khẳng định giá trị và tạo ra lợi thế khác biệt so với đồng nghiệp, đồng thời gia tăng sự gắn kết với sinh viên thông qua chuyên môn và trải nghiệm độc đáo.³¹ Mitchell và Trusov cũng cho rằng sự khác biệt về phong cách học thuật và cách sử dụng mạng xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao uy tín và cơ hội nghề nghiệp.³²

24 Ebenezer Asare Effah, "The effect of brand image on university preference", *IUP Journal of Brand Management*, Vol. XVII(4), 2020, tr. 41-63, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3817996>

25 Agustin Hari Prastyowati, Isti Fadah, Diah Yulisetiari, Diana Sulanti K. Tobing, "The role of academic branding reputation in mediating the effects of marketing communication on interest in choosing private universities (PTS) in East Java", *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, Vol. 18(4), 2021, tr. 3761-3777, DOI: <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6894>

26 Lauren I. Labrecque, Ereni Markos, George R. Milne, *tlđđ*, tr. 3.

27 Ariela Giladi, N. Davidovitch, Lilach Ben-Meir, *tlđđ*, tr. 4.

28 Phillip Kotler & K. L. Keller, *Marketing management, 15th global edition (Global)*, Harlow: Pearson Education Limited, 2016.

29 William Arruda, Kirsten Dixon, *Career distinction: Stand out by building your brand*, John Wiley & Sons, 2010.

30 Sergey Gorbatov, Svetlana N. Khapova, Evgenia I. Lysova, *tlđđ*, tr. 3; Marie-Agnès Parmentier, Eileen Fischer & A. Rebecca Reuber, "Positioning person brands in established organizational fields", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 41, 2013, tr. 373-387, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-012-0309-2>

31 Juan M. Velásquez Arana, María C. Carvajal Vásquez, Antonio Alonso González, "Implicaciones del uso del personal branding en el profesorado de educación superior", *Libre Empresa*, Vol. 14(2), 2017, tr. 131-150, DOI: <https://doi.org/10.18041/1657-2815/libreempresa.2017v14n2.3036>

32 P. J. Mitchell, E. V. Trusov, "Personal branding for academic faculty: A new social phenomenon for Russian higher education?", *Cultural Studies and Art Criticism*, No. 38, 2020, DOI: <https://doi.org/10.17223/22220836/38/9>

Như vậy, có thể thấy rằng việc tận dụng những đặc trưng và điểm mạnh riêng biệt giúp giảng viên khẳng định giá trị cá nhân, xây dựng bản sắc nghề nghiệp, từ đó thúc đẩy ý định phát triển thương hiệu cá nhân:

H4: Sự khác biệt ảnh hưởng tích cực đến ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

1.5. Truyền thông xã hội

Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông là quá trình truyền tải thông tin, thông điệp và tạo dựng ấn tượng thông qua các hoạt động truyền thông đa dạng. Với sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội, việc chia sẻ thông tin cá nhân và xây dựng nhận diện trực tuyến trở nên dễ dàng hơn.³³ Các giảng viên có thể tận dụng nhiều nền tảng như Blog, LinkedIn, Youtube, Facebook hay các trang web học thuật để tương tác với sinh viên, đồng nghiệp, đồng thời củng cố hình ảnh và thương hiệu cá nhân.³⁴

Bên cạnh đó, các nghiên cứu gần đây nhấn mạnh vai trò chiến lược của truyền thông xã hội trong việc xây dựng thương hiệu học thuật. Mitchell và Trusov phát hiện rằng nhiều giảng viên tại các trường đại học đã sử dụng Facebook, Instagram và các nền tảng khác để quảng bá thương hiệu cá nhân, qua đó nâng cao uy tín và mở rộng cơ hội nghề nghiệp.³⁵ Gomez-Vasquez và cộng sự cho thấy các cộng đồng hashtag như #AcademicTwitter đóng vai trò quan trọng trong việc giảng viên chia sẻ chuyên môn, phát triển mạng lưới và nâng cao vị thế học thuật.³⁶

Trong bối cảnh giáo dục ngày càng cạnh tranh, truyền thông xã hội đã trở thành công cụ chiến lược giúp giảng viên phát triển thương hiệu cá nhân. Các nền tảng như Facebook, LinkedIn, Twitter hay Instagram cho phép giảng viên chia sẻ tri thức, công bố khoa học và kết nối với cộng đồng học thuật rộng lớn, từ đó nâng cao uy tín và mức độ ảnh hưởng cá nhân.³⁷

Truyền thông xã hội không chỉ là công cụ giao tiếp mà còn là phương tiện chiến lược để giảng viên củng cố bản sắc, khẳng định uy tín và thúc đẩy ý định xây dựng thương hiệu cá nhân. Do đó, giả thuyết được đề xuất như sau:

H5: Truyền thông xã hội có tác động tích cực đến ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

1.6. Mạng xã hội

Mạng xã hội trong nghiên cứu này không chỉ giới hạn ở các nền tảng số, mà còn bao gồm các mối quan hệ học thuật và chuyên môn được hình thành thông qua tương tác trực tuyến và ngoại tuyến. Các nghiên cứu cho thấy rằng mạng xã hội đóng vai trò trung gian quan trọng giúp cá nhân biến ý định thành hành động cụ thể thông qua cơ chế lan tỏa, hỗ trợ và cộng hưởng.³⁸ Trong bối cảnh giáo dục đại học,

33 Tira Nur Fitria, *tldd*, tr. 2.

34 Như trên.

35 P. J. Mitchell, E. V. Trusov, *tldd*, tr. 5.

36 Lina Gomez-Vasquez, Laila Forstmane, Carolina Ozi Dias Da Silva, Enilda Romero-Hall, "Personal branding strategies in online hashtag communities: The case of# AcademicTwitter", *Research in Learning Technology*, Vol. 32, 2024, DOI: <https://doi.org/10.25304/rlt.v32.3098>

37 P.J. Mitchell, E.V. Trusov, *tldd*, tr. 5.

38 Nicole B. Ellison, Jessica Vitak, Rebecca Gray, Cliff Lampe, "Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 19(4), 2014, tr. 855-870, DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12078>

giảng viên sở hữu mạng lưới học thuật mạnh thường có nhiều cơ hội hợp tác, dễ dàng nâng cao uy tín và phát triển thương hiệu cá nhân.³⁹ Bateman nhấn mạnh rằng mạng xã hội học thuật trực tuyến mang lại cảm giác thuộc về cộng đồng, sự tự khẳng định và cơ hội học hỏi từ nhiều góc nhìn, từ đó khuyến khích hành động phát triển thương hiệu cá nhân.⁴⁰ Ngoài ra, Grant, Lotto, & Jones chỉ ra rằng sự mở rộng mạng lưới đồng tác giả trong học thuật có tác động mạnh mẽ đến sự công nhận uy tín, đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh và thương hiệu nghề nghiệp.⁴¹

H6: Mạng xã hội có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa ý định xây dựng thương hiệu cá nhân và việc xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

1.7. Ý định xây dựng thương hiệu

Theo Lý thuyết Hành vi có kế hoạch,⁴² ý định là yếu tố dự báo trực tiếp hành vi. Trong bối cảnh giáo dục đại học, ý định xây dựng thương hiệu cá nhân được xem là động lực thúc đẩy giảng viên tham gia các hoạt động học thuật, nghiên cứu và truyền thông nhằm khẳng định vị trí của mình.

Gomez-Vasquez và cộng sự chứng minh rằng cộng đồng hashtag học thuật trên mạng xã hội giúp giảng viên thể hiện chuyên môn,⁴³ mở rộng mạng lưới và gia tăng sức ảnh hưởng cá nhân. Back, Schmukle, & Egloff cho thấy ý định nghề nghiệp là tiền đề cho việc thực hiện hóa các hành động chuyên môn;⁴⁴ trong khi các nghiên cứu gần đây khẳng định rằng ý định xây dựng thương hiệu trên mạng xã hội có mối quan hệ chặt chẽ với hành vi duy trì hình ảnh trực tuyến và mở rộng tầm ảnh hưởng cá nhân.⁴⁵

H7: Ý định xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên có tác động tích cực đến việc xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp hỗn hợp, kết hợp giữa định tính và định lượng để đảm bảo tính toàn diện.

Giai đoạn nghiên cứu định tính được tiến hành thông qua phỏng vấn sâu với 03 chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực giáo dục đại học và thương hiệu cá nhân. Mục tiêu của giai đoạn này là nhằm xác thực và điều chỉnh các khái niệm trong mô hình lý thuyết ban đầu, đồng thời bổ sung các biến quan sát cho phù hợp với bối cảnh đặc thù của giáo dục Việt Nam, đảm bảo tính hợp lệ về nội dung trước khi tiến hành khảo sát định lượng.

39 George Veletsianos, Royce Kimmons, “Scholars in an increasingly open and digital world: How do education professors and students use Twitter?”, *The Internet and Higher Education*, Vol. 30, 2016, tr. 1–10, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.iheduc.2016.02.002>

40 Tiffani Bateman, “Using academic social networks to enhance the student experience in online education”, *Online Learning*, Vol. 25(4), 2021, tr. 296–323, DOI: <https://doi.org/10.24059/olj.v25i4.2532>

41 Maria J. Grant, Robyn R. Lotto, Ian D. Jones, “What we can learn from elite academic staff publication portfolios: A social network analysis”, *Aslib Journal of Information Management*, Vol. 72(4), 2020, tr. 605–624, DOI: <https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2019-0300>

42 Icek Ajze, *tldd*, tr. 3.

43 Lina Gomez-Vasquez, Laila Forstmane, Carolina Ozi Dias Da Silva, Enilda Romero-Hall, *tldd*, tr. 6.

44 Mitja D. Back, Stefan C. Schmukle, Boris Egloff, “Why are narcissists so charming at first sight? Decoding the narcissism–popularity link at zero acquaintance”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 98(1), 2010, tr. 132, DOI: <https://doi.org/10.1037/a0016338>

45 Paschal Kpimekuu Boruzie, Emmanuel Awuni Kolog, Eric Afful-Dazie & Sulemana Bankuoru Egala, “Social network for collaborative learning: what are the determining factors?”, *Universal Access in the Information Society*, Vol. 23(3), 2024, tr. 1015–1029, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10209-022-00942-3>; P.J. Mitchell, E.V. Trusov, *tldd*, tr. 5.

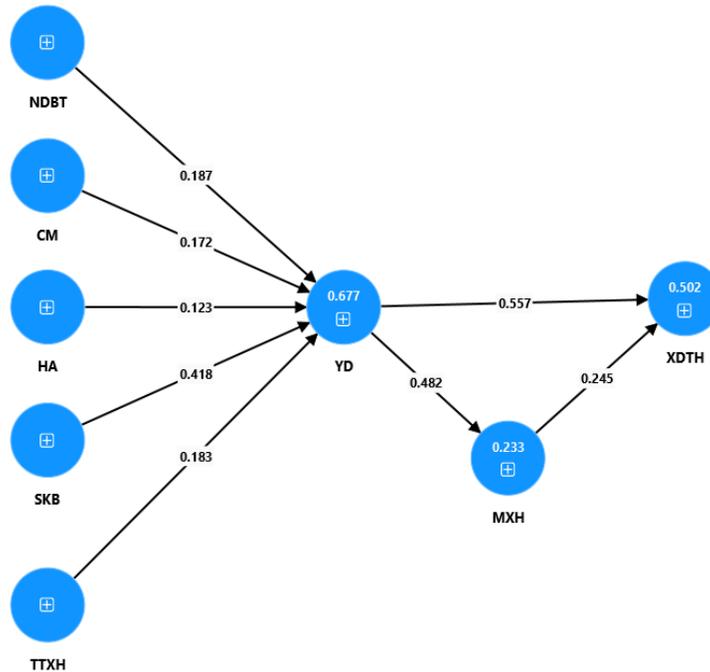
Trên cơ sở thang đo đã hiệu chỉnh, giai đoạn nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng cách khảo sát trực tuyến các giảng viên đại học qua công cụ Google Forms. Dữ liệu thu thập được sàng lọc và phân tích bằng phần mềm SPSS 25 và Smart PLS 4.0, áp dụng mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM.⁴⁶

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất thuận tiện. Kích thước mẫu được xác định dựa trên các khuyến nghị cho mô hình SEM⁴⁷ và phân tích hồi quy bội. Sau khi sàng lọc, 244 mẫu hợp lệ đã được sử dụng cho phân tích cuối cùng.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả

Sau khi loại bỏ các phản hồi không hợp lệ từ những người không phải giảng viên, số mẫu hợp lệ thu được là 244. Trong đó, giới tính nam chiếm tỷ lệ cao nhất với 79,2%, nữ chiếm 20,8%. Xét theo chuyên ngành, nhóm giảng viên Quản trị kinh doanh chiếm tỷ lệ cao nhất (24,8%), tiếp đến là nhóm ngành Tiếng Anh (15,2%); các chuyên ngành còn lại chiếm tỷ lệ khiêm tốn (1,6%). Về độ tuổi, nhóm tuổi từ 40 đến 50 chiếm tỷ trọng lớn nhất với 68%, tiếp theo là nhóm từ 30 đến 40 tuổi (23,2%), sau đó là nhóm dưới 30 tuổi (6,4%) và nhóm trên 50 tuổi (6,4%). Xét theo thu nhập, mức trên 30 triệu đồng chiếm tỷ lệ cao nhất với 64%. Tiếp theo là mức thu nhập từ 20 - 25 triệu đồng, chiếm 17,6%; thứ ba là mức từ 25 - 30 triệu đồng (9,6%) và thấp nhất là mức dưới 20 triệu đồng (8,8%).



Hình 1 Mô hình bằng Smart PLS

Nguồn: Trích xuất từ phần mềm SmartPLS

46 Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review*, Vol. 31(1), 2019, tr. 2-24, DOI: <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

47 Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, *ltd*, tr. 7.

3.1.1. Đánh giá mô hình đo lường

Bảng 1 Độ tin cậy của thang đo

Yếu tố	Biến quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải ngoài	Hệ số Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	AVE
Nhận diện bản thân	NDBT1	3.57	0.986	0.697	0.828	0.838	0.663
	NDBT2	3.69	0.928	0.818			
	NDBT3	3.6	0.88	0.889			
	NDBT4	3.98	0.724	0.841			
Chuyên môn	CM1	4.55	0.677	0.876	0.849	0.863	0.691
	CM2	4.35	0.687	0.883			
	CM3	4.37	0.702	0.845			
	CM4	4.2	0.751	0.711			
Hình ảnh	HA1	3.96	0.817	0.788	0.808	0.813	0.632
	HA2	3.7	0.721	0.773			
	HA3	3.92	0.691	0.831			
	HA4	3.78	0.714	0.785			
Sự khác biệt	SKB1	4.11	0.795	0.874	0.853	0.87	0.697
	SKB2	4.12	0.768	0.895			
	SKB3	4.19	0.849	0.85			
	SKB4	3.79	0.892	0.705			
Truyền thông xã hội	TTXH1	3.98	0.837	0.805	0.734	0.737	0.558
	TTXH2	4.36	0.677	0.717			
	TTXH3	3.77	0.917	0.776			
	TTXH4	3.71	0.878	0.685			
Ý định	YD1	3.81	0.759	0.76	0.798	0.801	0.623
	YD2	3.99	0.847	0.85			
	YD3	3.98	0.762	0.743			
	YD4	4.28	0.703	0.801			
Mạng xã hội	MXH1	4.32	0.725	0.829	0.856	0.868	0.695
	MXH2	4.09	0.871	0.846			
	MXH3	4.21	0.836	0.828			
	MXH4	3.88	0.947	0.831			

Xây dựng thương hiệu	XDTH1	3.96	0.734	0.898	0.906	0.915	0.779
	XDTH2	4.08	0.703	0.889			
	XDTH3	4.09	0.752	0.889			
	XDTH4	3.98	0.783	0.854			

Nguồn: Trích xuất từ phần mềm SmartPLS

λ : outer loading; CA: Cronbach's Alpha;

CR: Composite Reliability; AVE: Average Variance Extracted

Độ tin cậy của thang đo được đánh giá bằng hệ số tải (λ), Composite Reliability (CR) và giá trị trung bình của phương sai trích (AVE). Từ kết quả của bảng 1 cho thấy:

Bollen và Lennox khuyến nghị sử dụng hệ số tải (*loading factor*) λ để đánh giá độ tin cậy của thang đo.⁴⁸ Để mỗi biến quan sát trong mô hình được chấp nhận và đáng tin cậy để phân tích, hệ số tải phải đạt $\lambda \geq 0,7$. Từ bảng 1 cho thấy các hệ số tải λ đều đạt trên 0,7, ngoại trừ biến NDBT1 ($\lambda = 0,697$) và TTXH4 ($\lambda = 0,685$) nhưng vẫn được giữ lại do không vi phạm ngưỡng loại bỏ ($\lambda < 0,4$).⁴⁹

Hair và cộng sự đã đề xuất hệ số CR (*composite reliability*) để đánh giá độ tin cậy tổng hợp.⁵⁰ Với $CR \geq 0,7$, mô hình được xem là đạt độ tin cậy tổng hợp. Kết quả từ Bảng 1 cho thấy, CR nhỏ nhất là 0,73 (TTXH) và CR lớn nhất là 0,915 (XDTH) đều vượt ngưỡng 0,7 cho thấy thang đo đạt độ tin cậy tổng hợp.

Theo Cooper và Schindler và Hair và cộng sự nếu $AVE \geq 0,5$, điều đó cho thấy các biến quan sát đã đạt được một độ chính xác hội tụ nhất định.⁵¹ Bảng 1 cho AVE dao động từ 0,558 (TTXH) đến 0,779 (XDTH), tất cả đều lớn hơn 0,5. Vì vậy, mô hình đạt được độ chính xác về sự hội tụ.

Henseler, Ringle và Sarstedt chỉ ra rằng giá trị phân biệt (*discriminant validity*) giữa các khái niệm được đảm bảo khi chỉ số HTMT $< 0,9$.⁵² Kết quả cho thấy giá trị cao nhất của HTMT là 0,893 (giữa Ý định xây dựng thương hiệu – YD và Sự khác biệt – SKB), nhỏ hơn ngưỡng 0,9 cho thấy mô hình đạt giá trị phân biệt.

3.1.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Theo Hair và cộng sự, nếu $VIF < 3$ thì mô hình được xem là không có hiện tượng đa cộng tuyến.⁵³ Tất cả các giá trị VIF đều nằm trong khoảng từ 1 đến 1,9, đều nhỏ hơn 3, cho thấy mô hình không gặp vấn đề về đa cộng tuyến.

Theo Hair và cộng sự, giá trị $R^2 > 0,1$ là có thể chấp nhận được.⁵⁴ MXH có R^2 là 0,233 (thấp), XDTH có R^2 là 0,502 (trung bình) và Ý định xây dựng thương hiệu có R^2 là 0,677 (trung bình). Điều này cho thấy mô hình có khả năng giải thích các biến phụ thuộc.

48 Kenneth Bollen, Richard Lennox, "Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective", *Psychological Bulletin*, Vol. 110(2), 1991, tr. 305, DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.110.2.305>

49 Kenneth Bollen, Richard Lennox, *tldd*, tr. 9; Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, *tldd*, tr. 7.

50 Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, *tldd*, tr. 7.

51 D. R. Cooper, & P. Schindler, *Business research methods*, McGraw-hill, 2014; Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, *tldd*, tr. 7.

52 Jörg Henseler, Christian M. Ringle & Marko Sarstedt, "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling", *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 43, 2015, tr. 115-135, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

53 Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, *tldd*, tr. 7.

54 Như trên, tr. 7.

Bảng 2 Giá trị f^2

	MXH	XDTH	YD	Ghi chú
CM			0.055	Thấp
HA			0.032	Thấp
MXH		0.092		Thấp
NDBT			0.089	Thấp
SKB			0.293	Trung bình
TTXH			0.069	Thấp
XDTH				
YD	0.303	0.477		Trung bình, cao

Nguồn: Trích xuất từ phần mềm SmartPLS

Tác giả sử dụng kết quả f^2 để giải thích mức độ ảnh hưởng của biến độc lập lên biến phụ thuộc. Theo Cohen, $f^2 < 0,02$ nghĩa là không có tác động, $0,02 \leq f^2 < 0,15$ là tác động nhỏ, $0,15 \leq f^2 < 0,35$ là tác động trung bình, và $f^2 \geq 0,35$ là tác động lớn.⁵⁵ Do đó, kết quả ở Bảng 2 cho thấy các tác động chủ yếu ở mức thấp đến trung bình. Trong đó, SKB --> YD có $f^2 = 0,293$ (trung bình), YD -->XDTH có $f^2 = 0,477$ (cao).

Để kiểm định ý nghĩa thống kê của các giả thuyết, nghiên cứu sử dụng phương pháp bootstrapping với 10000 mẫu lập. Theo Halsey và cộng sự, khi giá trị $p \leq 0,05$, tác động được xem là có ý nghĩa thống kê; ngược lại khi $p > 0,05$, tác động không có ý nghĩa thống kê.⁵⁶

Bảng 3 Kết quả tác động trực tiếp – f^2 , STDEV, P value

Giả thuyết		Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Kết quả
NDBT -> YD	H1	0.187	0.186	0.052	3.576	0.000***	Ứng hộ
CM -> YD	H2	0.172	0.172	0.055	3.144	0.002**	Ứng hộ
HA -> YD	H3	0.123	0.126	0.037	3.297	0.001**	Ứng hộ
SKB -> YD	H4	0.418	0.416	0.058	7.173	0.000***	Ứng hộ
TTXH -> YD	H5	0.183	0.183	0.041	4.400	0.000***	Ứng hộ

55 Jacob Cohen, "Set correlation and contingency tables", *Applied Psychological Measurement*, Vol. 12(4), 1988, tr. 425-434, DOI: <https://doi.org/10.1177/014662168801200410>

56 Lewis G. Halsey, Douglas Curran-Everett, Sarah L. Vowler & Gordon B. Drummond, "The fickle P value generates irreproducible results", *Nature Methods*, Vol. 12(3), 2015, tr. 179-185; Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, *tldd*, tr. 7.

MXH -> XDTH	H6	0.245	0.246	0.054	4.578	0.000***	Ủng hộ
YD -> MXH	H6	0.482	0.481	0.064	7.529	0.000***	Ủng hộ
YD -> XDTH	H7	0.557	0.556	0.047	11.948	0.000***	Ủng hộ

Nguồn: Trích xuất từ phần mềm SmartPLS

Note: * $<0,05$, ** $<0,01$, *** $<0,001$

Từ kết quả của Bảng 3, giá trị $p < 0,05$. Do đó, các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H7 cùng mối quan hệ trung gian H6 đều được ủng hộ, cho thấy các yếu tố được đề xuất trong mô hình có ảnh hưởng tích cực đến Ý định xây dựng thương hiệu và Hành vi xây dựng thương hiệu cá nhân.

3.1.3. Vai trò trung gian của mạng xã hội

Từ kết quả Bảng 3 cho thấy, ý định xây dựng thương hiệu tác động đáng kể đến xây dựng thương hiệu cá nhân ($\beta = 0,557$; $p < 0,001$). Đồng thời, ý định xây dựng thương hiệu còn tác động gián tiếp đến xây dựng thương hiệu cá nhân thông qua MXH ($\beta = 0,118$; $p < 0,001$). Tổng mức tác động trực tiếp và gián tiếp ($\beta = 0,675$; $p < 0,001$).

Giá trị VAF (Tác động gián tiếp/Tác động tổng hợp) là 17,5% cho thấy mạng xã hội chỉ giải thích một phần cho mối quan hệ giữa ý định xây dựng thương hiệu và xây dựng thương hiệu cá nhân. Kết quả này cho thấy MXH có vai trò quan trọng trong việc chuyển hóa ý định thành hành động. Tuy nhiên, vai trò trung gian này không quá lớn (VAF = 17,5%), điều này cho thấy ý định mạnh mẽ có thể dẫn trực tiếp đến hành động xây dựng thương hiệu mà không hoàn toàn phụ thuộc vào MXH.

3.2. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy tất cả các yếu tố trong mô hình đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến Ý định xây dựng thương hiệu và Xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên đại học.

Theo đó, Sự khác biệt được xác định là động lực mạnh mẽ nhất ($\beta = 0,418$; $p < 0,001$) thúc đẩy ý định xây dựng thương hiệu cá nhân. Đây là một phát hiện phù hợp với các nghiên cứu trước đây.⁵⁷ Các yếu tố nền tảng như Chuyên môn ($\beta = 0,172$; $p < 0,01$) và Hình ảnh ($\beta = 0,123$; $p < 0,01$) cũng được xác nhận có tác động tích cực, củng cố các quan điểm của Parmentier, Fischer & Reuber.⁵⁸

Về cơ chế hành vi, nghiên cứu xác nhận vai trò dự báo trực tiếp và mạnh mẽ của Ý định đối với Hành động ($\beta = 0,557$; $p < 0,001$), phù hợp với Thuyết hành vi có kế hoạch (Ajzen, 1991).⁵⁹ Đóng góp quan trọng nhất là việc làm rõ vai trò trung gian một phần của MXH, được thể hiện qua tác động gián tiếp có ý nghĩa ($\beta = 0,118$; $p < 0,001$). Mặc dù MXH là một chất xúc tác hiệu quả,⁶⁰ nó không phải là kênh bắt buộc. Phát hiện này phản ánh đặc thù của bối cảnh Việt Nam, nơi uy tín học thuật truyền thống vẫn là một con đường quan trọng để xây dựng thương hiệu, song song với các kênh kỹ thuật số.

57 Lauren I. Labrecque, Ereni Markos, George R. Milne, *tlđđ*, tr. 3.

58 Marie-Agnès Parmentier, Eileen Fischer & A. Rebecca Reuber, *tlđđ*, tr. 5.

59 Icek Ajze, *tlđđ*, tr. 3.

60 Lauren I. Labrecque, Ereni Markos, George R. Milne, *tlđđ*, tr. 3.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu này đã xây dựng và kiểm định thành công một mô hình toàn diện, làm sáng tỏ các yếu tố then chốt thúc đẩy việc xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên đại học tại Việt Nam. Kết quả phân tích từ 244 mẫu khảo sát đã cung cấp những bằng chứng thực nghiệm vững chắc, khẳng định rằng bản sắc cá nhân, năng lực chuyên môn, hình ảnh, sự khác biệt và truyền thông xã hội đều là những yếu tố tiền đề quan trọng, có tác động tích cực và ý nghĩa thống kê đến ý định xây dựng thương hiệu.

Đặc biệt, nghiên cứu chỉ ra sự khác biệt ($\beta = 0,418$) là động lực mạnh mẽ nhất, cho thấy việc tạo dựng một dấu ấn độc đáo, một giá trị riêng biệt là cốt lõi trong việc khởi động quá trình xây dựng thương hiệu của giảng viên. Nghiên cứu cũng xác nhận mối quan hệ chặt chẽ giữa ý định và hành động xây dựng thương hiệu ($\beta = 0,557$), phù hợp với các lý thuyết hành vi kinh điển.

Một trong những phát hiện quan trọng nhất của nghiên cứu là việc làm rõ vai trò trung gian một phần của MXH. Kết quả cho thấy MXH là một cơ chế quan trọng, giải thích được 17,5% tác động trong việc chuyển hóa suy nghĩ thành hành động cụ thể. Điều này ngụ ý rằng, MXH không phải là con đường duy nhất, nhưng là một chất xúc tác hiệu quả, giúp khuếch đại và hiện thực hóa nỗ lực xây dựng thương hiệu cá nhân trong kỷ nguyên số.

Đối với lãnh đạo các cơ sở giáo dục đại học, cần có sự chuyển đổi tư duy từ việc áp đặt một khuôn mẫu đồng nhất sang kiến tạo một hệ sinh thái nuôi dưỡng sự khác biệt. Điều này bao gồm:

- Về chính sách: Cần xây dựng các chính sách cụ thể công nhận và khuyến khích nỗ lực xây dựng thương hiệu cá nhân của giảng viên, lồng ghép vào các tiêu chí đánh giá thi đua, bổ nhiệm. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh tự chủ đại học ở Việt Nam, nơi thương hiệu của giảng viên góp phần trực tiếp vào năng lực cạnh tranh của nhà trường.

- Tổ chức các buổi đào tạo chuyên sâu về kỹ năng truyền thông số, xây dựng nội dung học thuật hấp dẫn trên các nền tảng mạng xã hội, quản lý hình ảnh cá nhân và xử lý khủng hoảng truyền thông. Cung cấp nguồn lực hỗ trợ như đội ngũ thiết kế, quay dựng video để giúp giảng viên sản xuất các sản phẩm truyền thông chuyên nghiệp. Xây dựng hành lang pháp lý và quy tắc ứng xử rõ ràng trên không gian mạng để bảo vệ và định hướng cho giảng viên.

- Về phía giảng viên, quá trình này bắt đầu từ sự tự định vị để tìm ra giá trị độc đáo của bản thân - dù đó là khả năng giảng dạy lôi cuốn hay chuyên môn sâu trong một lĩnh vực hẹp. Tiếp đó, họ cần chủ động biến ý định thành hành động thông qua các công cụ sẵn có, bắt đầu từ những bước nhỏ trên MXH. Quan trọng hơn cả, việc xây dựng thương hiệu cá nhân phải được xem là một quá trình đầu tư nhất quán và dài hạn, đòi hỏi sự vun đắp liên tục cả về chuyên môn lẫn tương tác cộng đồng.

5. Hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai

Mặc dù nghiên cứu đã đạt được những kết quả quan trọng, việc thừa nhận các hạn chế là cần thiết để định hướng cho các công trình trong tương lai. Trước hết, việc sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện và sự mất cân bằng về nhân khẩu

học trong mẫu (tỷ lệ nam giới cao hơn và tập trung ở một số ngành nhất định) có thể giới hạn tính khái quát của kết quả cho toàn bộ giảng viên đại học tại Việt Nam. Thêm vào đó, thiết kế cắt ngang của nghiên cứu chỉ cho phép kiểm định mối quan hệ tương quan tại một thời điểm duy nhất, chưa thể khẳng định chắc chắn về quan hệ nhân quả theo thời gian. Cuối cùng, việc dựa vào dữ liệu tự báo cáo có thể tiềm ẩn sự sai lệch do nhận thức chủ quan hoặc mong muốn xã hội của người trả lời.

Tuy nhiên, chính những hạn chế này lại mở ra những hướng nghiên cứu giá trị. Các nghiên cứu trong tương lai nên áp dụng thiết kế theo chiều dọc để theo dõi quá trình phát triển thương hiệu cá nhân qua nhiều giai đoạn, từ đó hiểu rõ hơn về sự tiến triển và các yếu tố tác động. Đồng thời, cần xem xét vai trò điều tiết của các yếu tố nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, lĩnh vực chuyên môn) để hiểu rõ hơn sự khác biệt trong nhận thức và hành vi xây dựng thương hiệu cá nhân giữa các nhóm giảng viên khác nhau. Hơn thế nữa, việc mở rộng mô hình nghiên cứu là rất quan trọng, bằng cách tích hợp các yếu tố cấp độ tổ chức như văn hóa, chính sách hỗ trợ của nhà trường với vai trò là biến điều tiết, cũng như xem xét các kết quả đầu ra cụ thể như sự hài lòng trong công việc hay cơ hội hợp tác nghiên cứu. Việc áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp khảo sát định lượng với các nghiên cứu tình huống định tính hoặc phỏng vấn sâu, sẽ giúp khám phá những cơ chế đằng sau các con số thống kê, mang lại một sự thấu hiểu sâu sắc và toàn diện hơn về hiện tượng phức tạp này. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Icek Ajze, “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50(2), 1991, DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- [2] Juan M. Velásquez Arana, María C. Carvajal Vásquez, Antonio Alonso González, “Implicaciones del uso del personal branding en el profesorado de educación superior”, *Libre Empresa*, Vol. 14(2), 2017, DOI: <https://doi.org/10.18041/1657-2815/libreempresa.2017v14n2.3036>
- [3] William Arruda, Kirsten Dixson, *Career distinction: Stand out by building your brand*, John Wiley & Sons, 2010
- [4] Mitja D. Back, Stefan C. Schmukle, Boris Egloff, “Why are narcissists so charming at first sight? Decoding the narcissism–popularity link at zero acquaintance”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 98(1), 2010, DOI: <https://doi.org/10.1037/a0016338>
- [5] Tg Nur-Wina Tuan Abu Bakar, Wei Boon Quah, “Lecturer competence and student satisfaction: A roadmap for quality education”, *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, Vol. 12(4), 2023, DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARPED/v12-i4/18970>
- [6] Tiffani Bateman, “Using academic social networks to enhance the student experience in online education”, *Online Learning*, Vol. 25(4), 2021, DOI: <https://doi.org/10.24059/olj.v25i4.2532>
- [7] Kenneth Bollen, Richard Lennox, “Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective”, *Psychological Bulletin*, Vol. 110(2), 1991, DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.110.2.305>
- [8] Paschal Kpimekuu Boruzie, Emmanuel Awuni Kolog, Eric Afful-Dazie & Sulemana Bankuoru Egala, “Social network for collaborative learning: what are the determining factors?”, *Universal Access in the Information Society*, Vol. 23(3), 2024, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10209-022-00942-3>
- [9] Jacob Cohen, “Set correlation and contingency tables”, *Applied Psychological Measurement*, Vol.12(4), 1988, DOI: <https://doi.org/10.1177/014662168801200410>
- [10] D. R. Cooper, & P. Schindler, *Business research methods*, Mcgraw-hill, 2014

- [11] R. Dann, J. Basford, C. Booth, R. O'Sullivan, J. Scanlon, C. Woodfine & P. Wright, "The impact of doctoral study on university lecturers' construction of self within a changing higher education policy context", *Studies in Higher Education*, Vol. 44(7), 2019, tr. 1166-1182, DOI: <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1421155>
- [12] Ebenezer Asare Effah, "The effect of brand image on university preference", *IUP Journal of Brand Management*, Vol. XVII(4), 2020, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3817996>
- [13] Nicole B. Ellison, Jessica Vitak, Rebecca Gray, Cliff Lampe, "Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 19(4), DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12078>
- [14] Tira Nur Fitria, "Lecturer's personal branding in the digital era: Building good reputation and positive image through social media", *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, Vol. 5(2), 2023, DOI: <https://doi.org/10.46923/ijbhes.v5i2.269>
- [15] Tatiana Fumasoli, Gaële Goastellec, Barbara M. Kehm, "Academic careers and work in Europe: Trends, challenges, perspectives", *The Series: The Changing Academy - The Changing Academic Profession in International Comparative Perspective*, Vol. 12, 2015, DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10720-2>
- [16] Ariela Giladi, N. Davidovitch, Lilach Ben-Meir, "The professional identity of academic lecturers in higher education post-covid-19 in Israel", *Education Sciences*, Vol. 12(6), 2022, DOI: <https://doi.org/10.3390/educsci12060408>
- [17] Lina Gomez-Vasquez, Laila Forstmane, Carolina Ozi Dias Da Silva, Enilda Romero-Hall, "Personal branding strategies in online hashtag communities: The case of# AcademicTwitter", *Research in Learning Technology*, Vol. 32, 2024, DOI: <https://doi.org/10.25304/rlt.v32.3098>
- [18] Sergey Gorbatov, Svetlana N. Khapova, Evgenia I. Lysova, "Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda", *Frontiers in Psychology*, Vol. 9, 2018, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02238>
- [19] Maria J. Grant, Robyn R. Lotto, Ian D. Jones, "What we can learn from elite academic staff publication portfolios: A social network analysis", *Aslib Journal of Information Management*, Vol. 72(4), 2020, DOI: <https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2019-0300>
- [20] Joseph F. Hair, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review*, Vol. 31(1), 2019, DOI: <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- [21] Lewis G. Halsey, Douglas Curran-Everett, Sarah L. Vowler & Gordon B. Drummond, "The fickle P value generates irreproducible results", *Nature Methods*, Vol. 12(3), 2015
- [22] Alison Hearn, "Meat, mask, burden: Probing the contours of the brandedself", *Journal of Consumer Culture*, Vol. 8(2), DOI: <https://doi.org/10.1177/1469540508090086>
- [23] Jörg Henseler, Christian M. Ringle & Marko Sarstedt, "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling", *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol. 43, 2015, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- [24] Katryna M. Johnson, "The importance of personal branding in social media: Educating students to create and manage their personal brand", *International Journal of Education and Social Science*, Vol. 4(1), 2017
- [25] Renee B. Kim, Yan Chao, "Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of Chinese millennial generation consumers", *Journal of International Studies*, Vol. 12(3), 2019, DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2019/12-3/1>
- [26] S. I. Kolodeznikova, E. N. Neustroeva and E. K. Timofeeva, "Personal brand of university teachers in the Arctic regions in the context of digitalization of education", *SHS Web of Conferences*, Vol. 13, 2021, DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111300055>
- [27] Phillip Kotler & K. L. Keller, *Marketing management, 15th global edition (Global)*, Harlow: Pearson Education Limited, 2016

- [28] Lauren I. Labrecque, Ereni Markos, George R. Milne, "Online personal branding: Processes, challenges, and implications", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 25(1), 2011, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.09.002>
- [29] Muhammad Safuan Abdul Latip, Farhana Tahmida Newaz and Ravindran Ramasamy, "Students' perception of lecturers' competency and the effect on institution loyalty: The mediating role of students' satisfaction", *Asian Journal of University Education*, Vol. 16(2), 2020, DOI: <https://doi.org/10.24191/ajue.v16i2.9155>
- [30] V. V. Mantulenko, E. Z. Yashina, S. I. Ashmarina, "Personal brand of university teachers in the digital age", *International Scientific Conference "Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends, New Opportunities"*, 2019
- [31] Lipalesa Mathe and Josphine Hapazari, "The development of professional identity among Lesotho University lecturers", *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, Vol. 9(4), 2019, DOI: <http://dx.doi.org/10.29322/IJSRP.9.03.2019.p8899>
- [32] P. J. Mitchell, E. V. Trusov, "Personal branding for academic faculty: A new social phenomenon for Russian higher education?", *Cultural Studies and Art Criticism*, No. 38, 2020, DOI: <https://doi.org/10.17223/22220836/38/9>
- [33] Marie-Agnès Parmentier, Eileen Fischer & A. Rebecca Reuber, "Positioning person brands in established organizational fields", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 41, 2013, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-012-0309-2>
- [34] Agustin Hari Prastyowati, Isti Fadah, Diah Yulisetiari, Diana Sulanti K. Tobing, "The role of academic branding reputation in mediating the effects of marketing communication on interest in choosing private universities (PTS) in East Java", *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, Vol. 18(4), 2021, DOI: <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6894>
- [35] Asia Mbwebwe Rubeba, "Lecturers' teaching competencies towards improving teaching and learning process in universities in Tanzania: Students' perspectives", *Heliyon*, Vol. 11(1), 2025, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41683>
- [36] Jarred Shellhouse, Nicole Stedman, J. C. Bunch, "Am I an imposter? Navigating the research journey of university faculty", *Advancements in Agricultural Development*, Vol. 4(3), 2023
- [37] Ifan D. H. Shepherd, "From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and personal branding", *Journal of Marketing Management*, Vol. 21(5-6), 2005, DOI: <https://doi.org/10.1362/0267257054307381>
- [38] Ni'matus Solihah, Nuskhan Abid, Muhammad Noor Sulaimansyah, "Social identity of English lecturers at Islamic universities in Central Java in sociological discourse", *Jurnal Sosiologi Agama*, Vol. 18(1), 2024, DOI: <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.181-07>
- [39] Michael Spence, "Job market signaling", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87(3), 1973, DOI: <https://doi.org/10.2307/1882010>
- [40] H. Tajfel & J. C. Turner, "The social identity theory of intergroup behavior", in J. T. Jost & J. Sidanius (eds.), *Political psychology: Key readings*, Psychology Press, 1986, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.4324/9780203505984-16>
- [41] Peter Montoya, Tim Vandehey, *Brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*, Mcgraw-hill Education-Europe, 2008
- [42] George Veletsianos, Royce Kimmons, "Scholars in an increasingly open and digital world: How do education professors and students use Twitter?", *The Internet and Higher Education*, Vol. 30, 2016, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.iheduc.2016.02.002>
- [43] Robert L. Williams Jr., Maktoba Omar, "How branding process activities impact brand equity within higher education institutions", *Taylor & Francis*, Vol. 24(1), 2014, DOI: <https://doi.org/10.1080/08841241.2014.920567>

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH ỨNG DỤNG CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG CÔNG TÁC ĐOÀN, PHONG TRÀO THANH NIÊN CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG LẬP TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS VŨ THANH AN

Khoa Quản trị, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh
Faculty of Management, Ho Chi Minh City University of Law
Email: vtan@hcmulaw.edu.vn

TRẦN THỊ LAN⁽¹⁾; ĐỖ LÊ HOÀI ĐỨC⁽²⁾; PHẠM THỊ HƯƠNG GIANG⁽³⁾;
LÊ MINH HUNG⁽⁴⁾; ĐỖ THỊ DIỆU HUYỀN⁽⁵⁾

Khoa Quản trị, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh
Faculty of Management, Ho Chi Minh City University of Law

Email: (1) 2153401020122@email.hcmulaw.edu.vn; (2) 2153401020051@email.hcmulaw.edu.vn;
(3) 2153401020071@email.hcmulaw.edu.vn; (4) 2153401020099@email.hcmulaw.edu.vn;
(5) 2153401020105@email.hcmulaw.edu.vn

Tóm tắt

Bài viết tìm hiểu những yếu tố tác động đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên tại các trường Đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh, đồng thời phân tích mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đưa ra các hàm ý quản trị cho tổ chức Đoàn tại các trường Đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh nhằm thúc đẩy quá trình chuyển đổi số, góp phần nâng cao hiệu quả công tác Đoàn và phong trào thanh niên.

Từ khóa: chuyển đổi số, công tác đoàn

Abstract

This study investigates the determinants influencing the intention to adopt digital transformation in Youth Union activities and movements at public universities in Ho Chi Minh City. By analyzing the relative impact of each factor, the research identifies key drivers shaping the intention to adopt digital transformation. The findings provide practical managerial implications for Youth Union organizations to support the promotion of digital transformation initiatives and enhance the effectiveness of youth activities and movements in the context of public higher education.

Keywords: digital transformation, youth union activities

Ngày nhận bài: 01/10/2025

Ngày duyệt đăng: 12/11/2025

Trong làn sóng mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số đã trở thành động lực thúc đẩy phát triển kinh tế – xã hội trên mọi lĩnh vực. Hòa nhịp cùng xu thế đó, tổ chức Đoàn và phong trào thanh niên cả nước đang từng bước thay đổi, thích ứng và bứt phá bằng việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động thực tiễn. Với sự chỉ đạo quyết liệt từ Trung ương và tinh thần xung kích của tuổi trẻ, hàng loạt mô hình số hóa đã ra đời như: phần mềm quản lý đoàn viên, hệ thống đếm phiếu tự động, ứng dụng “Thanh niên Việt Nam” giúp nâng cao hiệu quả kết nối, điều hành và tương tác. Việc chọn chủ đề Tháng Thanh niên 2023 là “Tuổi trẻ tiên phong chuyển đổi số” cho thấy kỳ vọng lớn lao vào vai trò của thanh niên, là lực lượng nắm bắt nhanh, sáng tạo và nhạy bén trong thời đại chuyển đổi số mạnh mẽ. Hoạt động công tác Đoàn phải thay đổi những phương pháp tiếp cận mới, thu hút và đáp ứng được các nhu cầu thông tin, sở thích và dịch vụ của thanh niên một cách nhanh chóng và hiệu quả, phù hợp với Đoàn viên, thanh niên trong thời đại hiện nay không chỉ là yêu cầu

của thời đại, mà còn là chìa khóa để giữ lửa, truyền cảm hứng và đồng hành cùng thanh niên trên hành trình hội nhập và phát triển. Tuy nhiên, quá trình ứng dụng chuyển đổi số trong công tác đoàn, phong trào thanh niên tại các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh vẫn còn gặp nhiều thách thức như hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ, chi phí triển khai cao, năng lực công nghệ của cán bộ Đoàn chưa đồng đều, và sự khác biệt trong mức độ sẵn sàng tiếp nhận công nghệ của các đơn vị.

Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu này tập trung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên tại các trường đại học công lập ở TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu không chỉ góp phần bổ sung cơ sở lý luận trong việc làm rõ hành vi ứng dụng công nghệ của Đoàn viên thanh niên, mà còn mang tính thực tiễn cao khi cung cấp cơ sở khoa học để xây dựng các giải pháp chuyển đổi số, góp phần tối ưu hóa hoạt động Đoàn và khẳng định vai trò xung kích của thanh niên trong bối cảnh kỷ nguyên số.

1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

1.1. Cơ sở lý thuyết

1.1.1. Một số khái niệm có liên quan

a) Khái niệm về ý định hành vi

Theo Ajzen, ý định “bao gồm các yếu tố động lực có ảnh hưởng đến hành vi của mỗi cá nhân; các yếu tố này cho thấy mức độ sẵn sàng hoặc nỗ lực mà mỗi cá nhân sẽ bỏ ra để thực hiện hành vi”.¹ Ý định hành vi là yếu tố dùng để đánh giá khả năng, năng lực thực hiện hành vi trong tương lai.

Ý định bị ảnh hưởng trực tiếp bởi “thái độ”, “chuẩn mực chủ quan” và “nhận thức kiểm soát hành vi”. Trong đó, thái độ là “đánh giá của một cá nhân về kết quả thu được từ việc thực hiện một hành vi”. Chuẩn mực chủ quan có thể được mô tả là nhận thức của cá nhân về các áp lực của xã hội đối với việc thực hiện hay không thực hiện một hành vi. Nhận thức kiểm soát hành vi được định nghĩa là cảm nhận của cá nhân về việc dễ hay khó khi thực hiện hành vi.

b) Khái niệm “chuyển đổi số”

Tác giả Demirkan và cộng sự² cho rằng hoạt động chuyển đổi kỹ thuật số được đề cập đến như là một hiện tượng chuyển đổi nhanh chóng và sâu rộng trong đó căn bản dựa vào những tiến bộ về kỹ thuật số nhằm ứng dụng vào các hoạt động sản xuất, kinh doanh, quy trình và mô hình kinh doanh.

Đối với McKinsey và Comany,³ chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo là quá trình tái cấu trúc tổ chức, với mục tiêu tạo ra giá trị bằng cách liên tục triển khai công nghệ ở quy mô lớn. Một chiến lược chuyển đổi số rõ ràng tập trung vào các lĩnh vực cụ thể và được hỗ trợ bởi một tập hợp các năng lực cụ thể là rất quan trọng để các tổ chức không chỉ cạnh tranh mà còn tồn tại. Chuyển đổi số phát triển khả năng về tổ chức và công nghệ cho phép một công ty liên tục cải thiện trải nghiệm khách hàng, giảm chi phí cơ sở và duy trì lợi thế cạnh tranh theo thời gian.

1 Icek Ajzen, “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50(2), 1991, tr. 179–211, DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

2 Haluk Demirkan, James C. Spohrer and Jeffrey J. Welser, “Digital innovation and strategic transformation”, *IT Professional*, Vol. 18(6), tr. 14–18, 2016, DOI: <https://doi.org/10.1109/MITP.2016.115>

3 S. Richards, *McKinsey and Company: People and organizational performance strategic analysis*, Undergraduate Honors Thesis, University of Nebraska-Lincoln, 2023.

Theo nhóm tác giả đề xuất, khái niệm “chuyển đổi số” trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên của các trường Đại học là quá trình ứng dụng công nghệ số vào mọi mặt hoạt động, quản lý và tổ chức phong trào, nhằm đổi mới phương thức hoạt động, nâng cao hiệu quả, tạo ra môi trường sáng tạo, năng động và hiện đại cho đoàn viên, thanh niên. Quá trình này bao gồm việc tích hợp các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, mạng xã hội, các nền tảng trực tuyến và phần mềm quản lý vào các hoạt động Đoàn, từ đó, giúp tối ưu hóa quy trình làm việc, tăng cường tương tác, kết nối giữa tổ chức Đoàn với sinh viên, đổi mới cách thức triển khai các phong trào, sự kiện và hoạt động tình nguyện, đồng thời nâng cao chất lượng đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số cho thanh niên.

c) Khái niệm Đoàn viên thanh niên

Đây là một khái niệm hẹp nhất chỉ một bộ phận đông đảo của thanh niên xung kích, tiên phong tiến lên có học thức về cảm tình Đoàn và có giấy chứng nhận trở thành một thành viên trong hàng ngũ Đoàn TNCS Hồ Chí Minh – có nghĩa là một người Đoàn viên.

1.1.2. Lý thuyết nền tảng

a) Lý thuyết hành động hợp lý

Ajzen và Fishbein cho rằng ý định hành vi quyết định hành vi thực tế chịu ảnh hưởng bởi thái độ đối với hành vi (cảm nhận tích cực/tiêu cực khi thực hiện) và chuẩn mực chủ quan (áp lực xã hội, sự ủng hộ từ người quan trọng).⁴ Lý thuyết hành động hợp lý (*Theory of Reasoned Action, TRA*) giúp lý giải tác động của nhận thức cá nhân và chuẩn mực xã hội đến ý định ứng dụng chuyển đổi số của cán bộ Đoàn và thanh niên.

b) Lý thuyết hành vi có kế hoạch

Ajzen mở rộng TRA bằng cách thêm kiểm soát hành vi cảm nhận (niềm tin về khả năng và mức độ dễ/khó khi thực hiện hành vi). Ý định hành vi phụ thuộc vào thái độ, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận.⁵ Lý thuyết hành vi có kế hoạch (*Theory of Planned Behavior, TPB*) phù hợp với nghiên cứu vì ứng dụng chuyển đổi số chịu ảnh hưởng từ thái độ, tính hữu ích và khả năng dễ sử dụng.

c) Mô hình chấp nhận công nghệ

Davis phát triển từ TRA chuyên về hành vi ứng dụng công nghệ. Hai yếu tố then chốt là tính hữu ích cảm nhận (*Perceived Usefulness, PU*) – công nghệ giúp cải thiện hiệu quả công việc và tính dễ sử dụng cảm nhận (*Perceived Ease of Use, PEOU*) – công nghệ không đòi hỏi nhiều nỗ lực.⁶ Trong công tác Đoàn, nếu Đoàn viên thanh niên thấy công nghệ hữu ích và dễ dùng, họ sẽ tích cực ứng dụng chuyển đổi số.

d) Lý thuyết khung *Technology-Organization-Environment (TOE)*

Tornatzky và Fleischer⁷ giải thích việc áp dụng công nghệ dựa trên ba khía cạnh: Công nghệ (tính sẵn có, lợi ích, tương thích), tổ chức (quy mô, nguồn lực, văn hóa, mức độ sẵn sàng) và môi trường (áp lực cạnh tranh, chính sách, hỗ trợ bên ngoài). TOE giúp phân tích vai trò của tổ chức và bối cảnh chính sách trong thúc đẩy chuyển đổi số tại các trường đại học công lập.

4 Icek Ajzen and Martin Fishbein, *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1980.

5 Icek Ajze, *ibid.*

6 Fred D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 13(3), 1989, tr. 319-340, DOI: <https://doi.org/10.2307/249008>

7 L. Tornatzky and M. Fleischer, *The process of technology innovation*, Lexington Books, 1990.

1.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Trong nước, hầu như chưa có công trình nghiên cứu nào nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số trong lĩnh vực mà nhóm nghiên cứu đang hướng tới. Các công trình nghiên cứu tập trung chủ yếu vào việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình chuyển đổi số trong nhiều lĩnh vực khác, điển hình như:

Chữ Bá Quyết⁸ đã vận dụng khung phân tích TOE để khám phá bảy nhân tố tác động đến chuyển đổi số thành công của doanh nghiệp Việt Nam. Trong đó, chính sách pháp luật và hỗ trợ của chính phủ cùng với yếu tố an toàn, bảo mật thông tin được xác định là có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất. Bổ sung cho hướng tiếp cận này, Nguyễn Thị Mai Hương và Bùi Thị Sen⁹ đã làm rõ ý định thực hiện chuyển đổi số của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy ý định chuyển đổi số chịu sự chi phối của mục tiêu, chiến lược số, cơ sở hạ tầng công nghệ, năng lực tài chính và trình độ công nghệ trong khi văn hóa doanh nghiệp chưa chứng minh được mối quan hệ tuyến tính.

Ở lĩnh vực giáo dục, Nguyễn Thế Cường¹⁰ đã tham khảo kinh nghiệm chuyển đổi số tại các trường đại học ở Anh và chỉ ra bốn yếu tố cốt lõi là lãnh đạo, đội ngũ giảng viên – nhân viên và mô hình kinh doanh và đầu tư, từ đó đưa ra những khuyến nghị cho Việt Nam nhằm hoàn thiện chiến lược chuyển đổi số trong giáo dục đại học. Ở khía cạnh xã hội, Nguyễn Quốc Tuấn¹¹ đã phân tích sự tham gia của thanh niên vào các tổ công nghệ số cộng đồng tại Vĩnh Long. Nghiên cứu này khẳng định rằng thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi đóng vai trò trung gian trong khi cơ hội nghề nghiệp, giá trị bản thân, điều kiện, cảm xúc và yếu tố xã hội là những biến tác động chính.

Đối với các nghiên cứu ngoài nước, nhiều nghiên cứu cũng đã được triển khai với phạm vi rộng hơn cụ thể như: Pedro Fernández-de-Castro và cộng sự¹² tập trung vào công tác thanh niên kỹ thuật số. Trong đó, nhấn mạnh ba khía cạnh then chốt là sự tham gia kỹ thuật số, năng lực số và vai trò của truyền thông trong giáo dục công tác xã hội, qua đó đề xuất các chương trình đào tạo nhằm tăng cường hòa nhập và quyền công dân số cho thanh niên. Trong khi đó, Oliveira và De Souza¹³ đưa ra mô hình *Digital transformation in education* (TADEO) cho giáo dục 4.0 trong bối cảnh đại dịch COVID-19 kết hợp với các động lực từ công nghệ, tổ chức, giảng dạy, kỹ năng của sinh viên và yếu tố sư phạm nhằm trang bị đầy đủ kỹ năng cứng và mềm cho thế hệ học sinh trong kỷ nguyên số.

Nghiên cứu của nhóm tác giả Kazakhstan và cộng sự lại tiếp cận vấn đề từ góc độ chính sách phát triển thanh niên trong bối cảnh chuyển đổi số. Bằng cách phân tích tác động của công nghệ số đến đời sống, việc làm và sự tham gia xã hội của giới

8 Chữ Bá Quyết, “Nghiên cứu khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số thành công của doanh nghiệp ở Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, số 233, 2021, tr. 57-70.

9 Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen, “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định thực hiện chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, số 18(226), 2021, tr. 347-355.

10 Nguyễn Thế Cường, “Chiến lược chuyển đổi số của các trường đại học ở Vương quốc Anh và kinh nghiệm cho các trường đại học Việt Nam”, *Tạp chí KHandCN Trường Đại học Hoa Bình*, số 04, 2022, tr. 83-90.

11 Nguyễn Quốc Tuấn, *Các yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của đoàn viên thanh niên vào các tổ công nghệ số cộng đồng tại tỉnh Vĩnh Long*, Đề án tốt nghiệp, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, 2024.

12 Pedro Fernández-de-Castro, Daniel Aranda, Segundo Moyano and Víctor Sampedro, “Digital youth work: A systematic review with a proposal”, *Social Work Education*, Vol. 42(3), 2023, tr. 318-336, DOI: <https://doi.org/10.1080/02615479.2021.1971187>

13 Katyeudo K. de S. Oliveira, Ricardo A. C. de Souza, “Digital transformation towards education 4.0”, *Informatics in Education*, Vol. 21(2), 2022, tr. 283-309, DOI: <https://doi.org/10.15388/infedu.2022.13>

trẻ, nghiên cứu đã đề xuất một công thức chính sách với các ưu tiên trọng yếu, các nguyên tắc định hướng, cùng những nhiệm vụ và cơ chế thực hiện cụ thể. Kết quả nhấn mạnh vai trò then chốt của thanh niên trong tiến trình hiện đại hóa đất nước và yêu cầu xây dựng hệ thống chính sách toàn diện và bền vững nhằm phát huy tối đa nguồn lực này trong thời đại số.

Trên cơ sở đó, các nhân tố đề xuất có ý nghĩa trong việc xác định những yếu tố tác động đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên tại các trường đại học công lập ở TP. HCM.

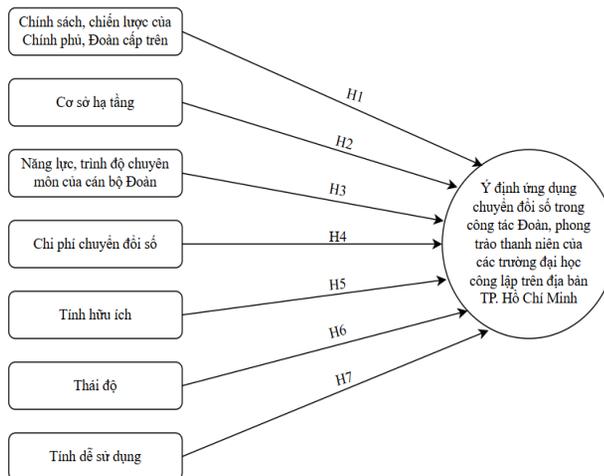
Bảng 1. Tổng hợp các bài nghiên cứu trong nước và ngoài nước

Ký hiệu	Tên yếu tố	Nguồn tham khảo
CS	Chính sách, chiến lược của Chính phủ, Đoàn cấp trên	Chữ Bá Quyết; Ainura Omarova và cộng sự (2024), ¹⁴ Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen (2021), Nguyễn Thế Cường (2022), Oliveira và cộng sự (2022)
CSHT	Cơ sở hạ tầng	Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen (2021), Ainura omarova và cộng sự (2024)
NL	Năng lực, trình độ chuyên môn của cán bộ Đoàn	Chữ Bá Quyết (2021), Nguyễn Thế Cường (2022), Fernández-de-Castro và cộng sự (2021), Oliveira và cộng sự (2022)
CP	Chi phí chuyển đổi số	Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen (2021), Nguyễn Thế Cường (2022)
HI	Tính hữu ích	Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen (2021), Oliveira và cộng sự (2022)
TĐ	Thái độ	Nguyễn Quốc Tuấn (2024)
SD	Tính dễ sử dụng	Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen (2021), Oliveira và cộng sự (2022)

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp)

2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình nghiên cứu



Hình 1. Mô hình nghiên cứu chính thức của nhóm nghiên cứu

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu đề xuất)

14 Mukhambetova, Yerkebulan Mukhambetov, “Socio-economic development of youth policy in the context of digital transformation”, *Montenegrin Journal of Economics*, Vol. 20(1), 2024, tr. 197-208.

Từ mô hình trên, nhóm nghiên cứu đã xây dựng các giả thuyết tương ứng với từng biến độc lập và biến phụ thuộc như sau:

H1: Chính sách, chiến lược của Chính phủ, Đoàn cấp trên có ảnh hưởng tích cực đối với ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

H2: Cơ sở hạ tầng có ảnh hưởng đối với quá trình chuyển đổi số có ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

H3: Năng lực, trình độ chuyên môn của cán bộ Đoàn có ảnh hưởng tích cực đối với ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

H4: Chi phí của chuyển đổi số có ảnh hưởng tiêu cực đối với ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

H5: Tính hữu ích có ảnh hưởng tích cực đối với ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

H6: Thái độ có ảnh hưởng tích cực đối với ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

H7: Tính dễ sử dụng có ảnh hưởng tích cực đối với ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp định tính

Về thang đo sơ bộ, nhóm tác giả đã kế thừa từ các thang đo nghiên cứu trong, ngoài nước của nhiều tác giả có liên quan đến nội dung chuyển đổi số để làm cơ sở xây dựng thang đo sơ bộ. Từ đó, nhóm tác giả tiến hành hiệu chỉnh cho phù hợp với đối tượng và phạm vi trong nghiên cứu. Đồng thời, nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn chuyên gia và thiết kế nghiên cứu để phân tích định lượng chính thức. Sau khi có kết quả nghiên cứu định lượng chính thức, nhóm tác giả một lần nữa tiến hành phỏng vấn lấy ý kiến đóng góp về mặt hàm ý quản trị từ các chuyên gia (các cán bộ Đoàn giữ chức vụ quản lý tại các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh). Trong đó, các cuộc khảo sát và phỏng vấn của nhóm nghiên cứu đã tuân theo quy tắc về đạo đức nghiên cứu và liêm chính học thuật.

2.2.2. Phương pháp định lượng

Thứ nhất, nghiên cứu định lượng sơ bộ được thực hiện bằng cách khảo sát một số đối tượng là cán bộ Đoàn viên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Sau đó, dữ liệu sẽ được kiểm định bằng hệ số Cronbach's Alpha và phân tích yếu tố khám phá EFA bằng phần mềm SPSS 20 với mục đích của nghiên cứu định lượng sơ bộ là để đánh giá độ tin cậy của thang đo. Thang đo sẽ được điều chỉnh để tiếp tục cho nghiên cứu định lượng sau này.

Thứ hai, nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện bằng cách thu thập dữ liệu thông qua khảo sát bằng câu hỏi soạn sẵn. Dữ liệu thu thập được sẽ xử lý bằng

phần mềm thống kê SPSS 20. Từ đó xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh.

3. Kết quả nghiên cứu

Nhằm đảm bảo thang đo phù hợp với mục tiêu nghiên cứu về ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên, nhóm nghiên cứu tiến hành kiểm định độ tin cậy bằng Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA.

Theo Peterson, hệ số Cronbach's Alpha cần đạt tối thiểu 0.6;¹⁵ theo Cristobal và cộng sự, hệ số tương quan biến tổng ≥ 0.3 mới được giữ lại.¹⁶ Kết quả cho thấy tất cả các thang đo đều có Cronbach's Alpha > 0.6 và hệ số tương quan biến tổng > 0.3 , chứng tỏ các yếu tố trong mô hình đạt độ tin cậy và có ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số.

Kết quả EFA sử dụng phương pháp PCA với phép quay Varimax cho thấy hệ số KMO = 0.908 (> 0.5), kiểm định Bartlett có Sig. = 0.000 (< 0.05), chứng tỏ các biến quan sát có tương quan. Có 34 biến được rút gọn thành 7 nhân tố với Eigenvalue = 1.057 (> 1) và tổng phương sai trích đạt 71.543% ($\geq 50\%$), đảm bảo giá trị phân tích.

Sau khi tiến hành phân tích Cronbach's Alpha và nhân tố khám phá EFA thì nhóm tác giả tiếp tục phân tích hồi quy tuyến tính để tìm ra các yếu tố tác động đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên. Quá trình phân tích hồi quy tuyến tính diễn ra 02 lần như sau:

Thứ nhất, phân tích hồi quy tuyến tính lần một: Nhóm nghiên cứu tiến hành các kiểm định về độ phù hợp của mô hình tương quan (R^2 hiệu chỉnh = 0.594 và Sig. của kiểm định F = 0.000 < 0.05), cũng như kiểm định về các khuyết tật của mô hình với giá trị Durbin – Watson = 1.841 nằm trong khoảng (1.5; 2.5), giá trị VIF của các biến NL và TD lần lượt là 2.153 và 2.355 đều lớn hơn 2 nên nhóm nghiên cứu đã tiến hành loại bỏ biến TD (có hệ số VIF lớn nhất) ra khỏi mô hình và phân tích hồi quy lần hai. Biến Thái độ (TD) bị loại bỏ vì trong bối cảnh chuyển đổi số của tổ chức Đoàn, thái độ không trực tiếp quyết định ý định ứng dụng. Thái độ chỉ là kết quả của các yếu tố khác như năng lực cán bộ, chính sách cấp trên, cảm nhận tính hữu ích và dễ sử dụng. Do chuyển đổi số là nhiệm vụ chính trị – định hướng từ cấp trên xuống cấp dưới, ý định hành vi thường chịu ảnh hưởng bởi chuẩn mực chủ quan (áp lực cấp trên, đồng nghiệp) và kiểm soát hành vi cảm nhận (nguồn lực, hỗ trợ). Nhiều nghiên cứu như Morris và Venkatesh¹⁷ và Kim và Lee¹⁸ cũng cho thấy trong khu vực công, chuẩn mực xã hội và hỗ trợ chính sách có tác động mạnh hơn thái độ cá nhân.

15 Robert A. Peterson, "A meta-analysis of cronbach's coefficient alpha get access arrow", *Journal of Consumer Research*, Vol. 21(2), 1994, tr 381–391, DOI: <https://doi.org/10.1086/209405>

16 Eduard Cristobal, Carlos Flavián, Miguel Guinalú, "Perceived e-service quality (PeSQ): Measurement validation and effects on consumer satisfaction and web site loyalty", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 17, 2007, tr. 317–340, DOI: <https://doi.org/10.1108/09604520710744326>

17 Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, "Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior", *MIS Quarterly*, Vol. 24(1), 2000, tr. 115–139, <https://ssrn.com/abstract=3681106>

18 Soonhee Kim, Hyangsoo Lee, "The impact of organizational context and information technology on employee knowledge-sharing capabilities", *Public Administration Review*, Vol. 66(3), 2006, tr. 370–385, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00595.x>

Thứ hai, phân tích hồi quy tuyến tính lần hai: Sau khi tiến hành các kiểm định về độ phù hợp của mô hình tương quan (với giá trị R² hiệu chỉnh = 0.588 và Sig. của kiểm định F = 0.000 < 0.05), cũng như kiểm định về các khuyết tật của mô hình với giá trị Durbin – Watson = 1.841 nằm trong khoảng (1.5; 2.5) và các giá trị VIF đều bé hơn 2. Điều này chứng tỏ mô hình lý thuyết cũng đạt được các yêu cầu để đảm bảo có ý nghĩa trong nghiên cứu.

Về kiểm định mối quan hệ giữa các giả thuyết thống kê thì đối với biến TD (VIF > 2) nên đã bị loại và không được chấp nhận, còn lại 6 giả thuyết tương ứng với 6 mối quan hệ kiểm định được chấp nhận với hệ số hồi quy tương ứng như sau:

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy lần thứ hai

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.807	0.355		5.085	0.224		
	CS	0.142	0.057	0.139	2.496	0.013	0.597	1.676
	CSHT	0.160	0.065	0.141	2.446	0.015	0.560	1.787
	NL	0.248	0.056	0.255	4.423	0.000	0.556	1.798
	CP	- 0.252	0.048	- 0.287	- 5.294	0.000	0.632	1.582
	HI	0.115	0.044	0.143	2.599	0.010	0.612	1.633
	SD	0.046	0.024	0.092	1.974	0.050	0.853	1.172

a. Dependent Variable: YD

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu thực hiện)

Từ kết quả của Bảng [2], phương trình hồi quy chuẩn hóa sẽ được viết lại như sau:
YD = - 0.287*CP + 0.255*NL + 0.143*HI + 0.141*CSHT + 0.139*CS + 0.092*SD

Từ kết quả hồi quy, nhóm nghiên cứu khẳng định rằng ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên chịu ảnh hưởng đáng kể từ sáu yếu tố. Trong đó, chi phí chuyển đổi số (CP, $\beta = - 0.287$) có tác động mạnh nhất, đóng vai trò như một rào cản chính. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Hung và cộng sự, khi chi phí được xác định là yếu tố¹⁹ cản trở hàng đầu trong tiến trình chuyển đổi số tại các tổ chức công. Bên cạnh đó, năng lực chuyên môn của cán bộ Đoàn (NL, $\beta = 0.255$) và tính hữu ích (HI, $\beta = 0.143$) thể hiện tác động tích cực nổi bật, nhấn mạnh vai trò của nguồn nhân lực và giá trị ứng dụng, tương tự với phát hiện của Venkatesh và Davis²⁰ trong mô hình TAM và nghiên cứu của Alalwan và cộng sự²¹ về dịch vụ số. Ngoài ra, các yếu tố cơ sở

19 Tsang-Kai Hung, Chih-Hung Wang, Mu Tian, Ming Lin, Wen-Hsiu Liu, “How to prevent stress in the workplace by emotional regulation? The relationship between compulsory citizen behavior, job engagement, and job performance”, *Sage Open*, Vol. 12(2), 2022, DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440221105483>

20 Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, “A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies”, *Management Science*, Vol. 46(2), 2000, tr. 186-204, <https://www.jstor.org/stable/2634758>

21 Ali Abdallah Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana, “Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust”, *International Journal of Information Management*, Vol. 37(3), 2017, tr. 99-110, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>

hạ tầng (CSHT, $\beta = 0.141$), chính sách và chiến lược từ cấp trên (CS, $\beta = 0.139$) và tính dễ sử dụng (SD, $\beta = 0.092$) cũng góp phần làm gia tăng ý định, dù ở mức thấp hơn. Điều này phù hợp với kết quả của Oliveira và Martins,²² cho thấy hạ tầng, định hướng chính sách và mức độ dễ sử dụng đều có ảnh hưởng tích cực nhưng không mang tính quyết định. Như vậy, việc kiểm soát chi phí, nâng cao năng lực cán bộ và nhấn mạnh tính hữu ích nổi lên như các điều kiện tiên quyết để thúc đẩy chuyển đổi số trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên tại các trường đại học công lập.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

Nhằm xác định “các yếu tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên của các trường đại học công lập trên địa bàn TP. HCM”, nhóm tác giả đã thông qua quá trình lược khảo các cơ sở lý thuyết như học thuyết hành động hợp lý TRA, học thuyết hành vi dự định TPB, học thuyết chấp nhận công nghệ TAM cùng với các nghiên cứu trước đây kết hợp với phân tích định lượng các thang đo nghiên cứu và kết quả đã xác định được các yếu tố tác động đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên bao gồm: (i) chính sách, chiến lược của Chính phủ, Đoàn cấp trên; (ii) cơ sở hạ tầng; (iii) năng lực, trình độ chuyên môn của cán bộ Đoàn; (iv) chi phí của chuyển đổi số; (v) tính hữu ích; và (vi) tính dễ sử dụng. Mặc dù mức độ tác động của mỗi yếu tố đến ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên là khác nhau nhưng về cơ bản thì mỗi sự thay đổi của các yếu tố đều có ảnh hưởng đến ý định ứng dụng chuyển đổi số vào công tác Đoàn, phong trào thanh niên. Để nâng cao hiệu quả ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên tại các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, nhóm nghiên cứu nhận thấy cần ưu tiên giảm chi phí, nâng cao năng lực cán bộ, đồng thời cải thiện hạ tầng, chính sách và trải nghiệm người dùng. Từ các nhận xét trên, nhóm nghiên cứu sẽ đưa ra các hàm ý quản trị ở nội dung tiếp theo nhằm nâng cao ý định ứng dụng chuyển đổi số trong công tác Đoàn, phong trào thanh niên tại các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh như sau:

4.1. Hàm ý quản trị liên quan đến chi phí chuyển đổi số

Thứ nhất, cần tối ưu hóa việc sử dụng nguồn kinh phí. Các cơ sở Đoàn có thể phối hợp, hợp tác giữa nhà trường và cơ quan Đoàn cấp trên để phân bổ chi phí phù hợp cho mục đích chuyển đổi số.

Thứ hai, cần tận dụng nguồn lực và các nền tảng số miễn phí. Nhằm giảm chi phí triển khai, mở rộng khả năng tiếp cận công nghệ cho các đơn vị Đoàn ở nhiều cấp thì cần tận dụng tối ưu các nền tảng miễn phí như Google Classroom, Google Meet, Zoom, Microsoft Teams,... Đồng thời, cần tận dụng nguồn lực nhân sự giảng dạy của trường để lồng ghép kiến thức công nghệ số vào giảng dạy để nâng cao trình độ số cho cán bộ Đoàn.

Thứ ba, cần xây dựng và áp dụng khung đánh giá hiệu quả đầu tư (*Return on Investment, ROI*) cho các dự án chuyển đổi số của Đoàn. Khung đánh giá này sẽ giúp lượng hóa giá trị mang lại so với chi phí đã bỏ ra từ đó sẽ giúp chứng minh rằng các

22 Tiago Oliveira, Maria Fraga Martins, “Literature review of information technology adoption models at firm level”, *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, Vol. 14(1), 2011, tr. 110–121.

khoản đầu tư cho chuyển đổi số là hợp lý, cần thiết và mang lại lợi ích thiết thực cho tổ chức. Việc đánh giá ROI cũng hỗ trợ lãnh đạo Đoàn trong việc ra quyết định, ưu tiên nguồn lực và nâng cao tính minh bạch trong sử dụng ngân sách.

4.2. Hàm ý quản trị liên quan đến năng lực, trình độ chuyên môn của cán bộ Đoàn

Thứ nhất, cần đào tạo nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ số cán bộ Đoàn. Các cơ sở Đoàn cần phối hợp với Thành Đoàn tổ chức tập huấn định kỳ, phân cấp để trang bị kiến thức chuyên sâu, khai thác công nghệ, quản trị dữ liệu và phân tích thông tin, nhằm quản lý Đoàn viên hiệu quả, tổ chức sự kiện trực tuyến và triển khai sáng kiến số hóa.

Thứ hai, cần thiết lập cơ chế khích lệ và khen thưởng kịp thời. Cụ thể, cần có cơ chế khích lệ đổi mới sáng tạo qua các cuộc thi công nghệ (như sáng tạo giải pháp số, thiết kế ứng dụng hỗ trợ công tác Đoàn) và khen thưởng kịp thời cho cán bộ có đóng góp nổi bật trong công tác chuyển đổi số.

4.3. Hàm ý quản trị liên quan đến tính hữu ích

Cần đẩy mạnh tuyên truyền và khuyến khích cán bộ Đoàn ứng dụng chuyển đổi số thông qua chỉ đạo từ cấp quản lý và lan tỏa rộng rãi trên các kênh thông tin đại chúng, mạng xã hội. Bên cạnh đó có thể lan tỏa “lan sóng” ứng dụng chuyển đổi số này qua các kênh thông tin đại chúng hoặc các nền tảng mạng xã hội, vừa để thông tin về lợi ích và sự thuận tiện của chuyển đổi số đến mọi người nói chung và các cán bộ Đoàn, thanh niên nói riêng.

4.4. Hàm ý quản trị liên quan đến cơ sở hạ tầng

Thứ nhất, cần nâng cấp hệ thống đường truyền và gia tăng tốc độ truy cập Internet nhằm tạo điều kiện thuận lợi phục vụ cho các hoạt động công tác Đoàn, phong trào thanh niên. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc ứng dụng các công cụ, phần mềm chuyển đổi số, đặc biệt là công nghệ không dây, giúp cán bộ Đoàn truy cập mạng ổn định ở mọi khu vực.

Thứ hai, cần ứng dụng các phần mềm miễn phí hoặc chi phí thấp như Evernote, Jira, Trello, GanttPRO, Microsoft Project.... trong công tác Đoàn. Điều này giúp hỗ trợ lưu trữ tài liệu, tổ chức sự kiện, quản lý Đoàn viên và điều hành từ xa một cách hiệu quả, giúp hỗ trợ quản lý trong công tác Đoàn như: trình văn bản và quản lý dữ liệu... nhằm nâng cao hiệu quả, tính minh bạch và tạo sự thống nhất trong công tác quản lý.

Thứ ba, đề xuất triển khai mở rộng đối tượng sử dụng E-office cho cán bộ Đoàn tại các trường đại học công lập nhằm số hóa quy trình làm việc, giám sát hoạt động và ra quyết định nhanh chóng thay vì phải xử lý khối lượng lớn email rời rạc mất rất nhiều thời gian. Việc đồng bộ hệ thống sẽ tối ưu tài nguyên, giảm chi phí vận hành, xây dựng môi trường số hóa bền vững. Bên cạnh đầu tư hạ tầng (Internet tốc độ cao, thiết bị hiện đại), cần bảo trì định kỳ (năm, quý, tháng) để duy trì ổn định, đảm bảo triển khai ứng dụng số trơn tru và liên tục trong công tác Đoàn.

4.5. Hàm ý quản trị liên quan đến chính sách, chiến lược của Chính phủ, Đoàn cấp trên

Thứ nhất, Chính phủ và cơ quan Đoàn cấp trên cần có thái độ tích cực trong công tác chuyển đổi số trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên. Cần xác định rằng, việc thực hiện chuyển đổi số trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên là

điều tất yếu, ưu tiên chiến lược hàng đầu. Từ đó, đưa nội dung này vào các chính sách, mục tiêu và định hướng về giáo dục chuyển đổi số trong công tác Đoàn để cấp cán bộ Đoàn cấp dưới có cơ sở để vận dụng việc chuyển đổi số trong công tác Đoàn, đảm bảo quá trình triển khai được định hướng rõ ràng và đạt được các kết quả cụ thể.

Thứ hai, Chính phủ và cơ quan Đoàn cấp trên nên có sự phân bổ nguồn ngân sách riêng cho hoạt động chuyển đổi số. Điều này giúp giảm áp lực tài chính cho cấp cơ sở và thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số đồng bộ, hiệu quả. Như vậy, các đơn vị Đoàn sẽ có điều kiện chủ động triển khai các dự án, chương trình số hóa, duy trì và nâng cấp hạ tầng công nghệ, từ đó nâng cao chất lượng hoạt động và khả năng thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số toàn diện.

Thứ ba, Chính phủ và cơ quan Đoàn cấp trên cần hỗ trợ cấp Đoàn cơ sở trong việc đào tạo và bồi dưỡng năng lực chuyển đổi số cho cán bộ Đoàn. Cụ thể như, có thể thiết kế khung năng lực chuyển đổi số dành riêng cho cán bộ Đoàn phù hợp với từng vị trí công tác như Bí thư, Phó Bí thư, cán bộ Đoàn cấp quản lý hay cán bộ Đoàn ở cấp cơ sở. Ngoài ra, có thể tổ chức các khóa bồi dưỡng định kỳ, có cấp giấy chứng nhận hay cấp chứng chỉ để tạo động lực cho cán bộ Đoàn tích cực tham gia, đồng thời góp phần chuẩn hóa năng lực, nâng cao tính chuyên môn và tạo tiền đề cho việc đánh giá năng lực để khen thưởng trong công tác Đoàn.

4.6. Hàm ý quản trị liên quan đến tính dễ sử dụng

Thứ nhất, cần nâng cấp và cải thiện giao diện người dùng để tối ưu tính dễ sử dụng trong khi ứng dụng. Một giao diện được thiết kế rõ ràng, trực quan, khoa học sẽ giúp người dùng, đặc biệt là cán bộ Đoàn khi ứng dụng dễ dàng định hướng, nhận diện các chức năng và thực hiện các thao tác cần thiết mà không gặp trở ngại, kể cả khi không có nhiều kiến thức chuyên môn về công nghệ.

Thứ hai, cần tích hợp toàn bộ các hoạt động trong công tác Đoàn và phong trào thanh niên vào một tác vụ chung trong ứng dụng chuyển đổi số để nâng cao tính tiện lợi và tối ưu trải nghiệm người dùng. Việc gom nhóm và tập trung các chức năng như tham mưu, xin ý kiến lãnh đạo, quản lý tài liệu, lưu trữ công văn, hồ sơ, giấy tờ hành chính... vào cùng một khu vực có chức năng rõ ràng sẽ giúp giảm thiểu tối đa sự phân tán trong thao tác, từ đó tăng tính mạch lạc và nhất quán trong quá trình sử dụng. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Icek Ajzen, “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50(2), 1991, DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- [2] Icek Ajzen and Martin Fishbein, *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1980
- [3] Ali Abdallah Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana, “Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust”, *International Journal of Information Management*, Vol. 37(3), 2017, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- [4] Nguyễn Thế Cường, “Chiến lược chuyển đổi số của các trường đại học ở Vương quốc Anh và kinh nghiệm cho các trường đại học Việt Nam”, *Tạp chí KHandCN Trường Đại học Hoa Bình*, số 04, 2022 [trans: Nguyen The Cuong, “Digital transformation strategies of universities in the UK and experiences for Vietnamese universities”, *Journal of Science and Technology of Hoa Binh University*, No. 04, 2022]

- [5] Fred D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, *MIS Quarterly*, Voi. 13(3), 1989, DOI: <https://doi.org/10.2307/249008>
- [6] Haluk Demirkan, James C. Spohrer; Jeffrey J. Welsler, “Digital innovation and strategic transformation”, *IT Professional*, Vol. 18(6), DOI: <https://doi.org/10.1109/MITP.2016.115>
- [7] Pedro Fernández-de-Castro, Daniel Aranda, Segundo Moyano and Víctor Sampredo, “Digital youth work: A systematic review with a proposal”, *Social Work Education*, Vol. 42(3), 2023, DOI: <https://doi.org/10.1080/02615479.2021.1971187>
- [8] Tsang-Kai Hung, Chih-Hung Wang, Mu Tian, Ming Lin, Wen-Hsiu Liu, “How to prevent stress in the workplace by emotional regulation? The relationship between compulsory citizen behavior, job engagement, and job performance”, *Sage Open*, Vol. 12(2), 2022, DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440221105483>
- [9] Nguyễn Thị Mai Hương, Bùi Thị Sen, “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định thực hiện chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, số 18(226), 2021 [trans: Nguyen Thi Mai Huong, Bui Thi Sen, “Factors affecting the intention to implement digital transformation in small and medium enterprises in Hanoi”, *Journal of Science and Technology - Thai Nguyen University*, No. 18(226), 2021]
- [10] Soonhee Kim, Hyangsoo Lee, “The impact of organizational context and information technology on employee knowledge-sharing capabilities”, *Public Administration Review*, Vol. 66(3), 2006, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00595.x>
- [11] Katyeudo K. de S. Oliveira, Ricardo A. C. de Souza, “Digital transformation towards education 4.0”, *Informatics in Education*, Vol. 21(2), 2022, DOI: <https://doi.org/10.15388/infedu.2022.13>
- [12] Tiago Oliveira, Maria Fraga Martins, “Literature review of information technology adoption models at firm level”, *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, Vol. 14(1), 2011
- [13] A. Omarova, M. Niyazov, Assiya Turekulova, Dametken Turekulova, Lyazzat Mukhambetova, Yerkebulan Mukhambetov, “Socio-economic development of youth policy in the context of digital transformation”, *Montenegrin Journal of Economics*, Vol. 20(1), 2024
- [14] Robert A. Peterson, “A meta-analysis of cronbach’s coefficient alpha get access arrow”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 21(2), 1994, DOI: <https://doi.org/10.1086/209405>
- [15] Chủ Bá Quyết, “Nghiên cứu khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số thành công của doanh nghiệp ở Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học and Đào tạo Ngân hàng*, số 233, 2021 [trans: Chu Ba Quiet, “Research to explore factors affecting successful digital transformation of enterprises in Vietnam”, *Journal of Banking Science and Training*, No. 233, 2021]
- [16] S. Richards, *McKinsey and Company: People and organizational performance strategic analysis*, Undergraduate Honors Thesis, University of Nebraska-Lincoln, 2023
- [17] L. Tornatsky, and M. Fleischer, *The Process of technology innovation*, Lexington Books, 1990
- [18] Nguyễn Quốc Tuấn, *Các yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của đoàn viên thanh niên vào các tổ công nghệ số cộng đồng tại tỉnh Vĩnh Long*, Đề án tốt nghiệp, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, 2024 [trans: Nguyen Quoc Tuan, *Factors affecting the participation of youth union members in community digital technology groups in Vĩnh Long province*, Graduation project, Ho Chi Minh City University of Economics, 2024]
- [19] Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, “A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies”, *Management Science*, Vol. 46(2), 2000, <https://www.jstor.org/stable/2634758>
- [20] Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, “Why don’t men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior”, *MIS Quarterly*, Vol. 24(1), 2000, SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3681106>

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ KHỦNG HOẢNG KỶ VỌNG NGHỀ NGHIỆP Ở NHÂN VIÊN ĐỘ TUỔI GEN Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS NGUYỄN HOÀNG PHƯỚC HIỀN

Khoa Quản trị, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

Ho Chi Minh City University of Law

Email: nhphien@hcmulaw.edu.vn

**ĐẶNG NGUYỄN XUÂN TIÊN⁽¹⁾, NGUYỄN THỊ THẢO ANH⁽²⁾,
NGUYỄN HUỲNH ĐỨC THIÊN⁽³⁾, PHẠM TRẦN KHÁNH UYÊN⁽⁴⁾**

Faculty of Management, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

Ho Chi Minh City University of Law

Email: (1) xuantien2003@gmail.com; (2) nguyenthithaoanh2003@gmail.com;

(3) duckthin2509@gmail.com; (4) phamtrankhanhuyen@gmail.com

Tóm tắt

Thị trường lao động tại Việt Nam đang chứng kiến sự biến động mạnh, trong đó sự khủng hoảng kỷ vọng nghề nghiệp được cho là một trong những nguyên nhân. Nghiên cứu này nhằm phân tích và đánh giá các yếu tố tác động đến khủng hoảng kỷ vọng nghề nghiệp ở nhân viên độ tuổi Gen Z, sử dụng mô hình hồi quy đa biến trên phần mềm SPSS để phân tích dữ liệu từ 238 nhân viên Gen Z tại địa bàn TP. Hồ Chí Minh. 07 yếu tố ảnh hưởng: mục tiêu nghề nghiệp, sự hài lòng trong công việc, năng lực nghề nghiệp, môi trường làm việc, chính sách phúc lợi, lương thưởng, cơ hội thăng tiến, phát triển đều có mối quan hệ tương quan ngược đến sự khủng hoảng kỷ vọng nghề nghiệp. Trong đó, tính chất công việc có tác động mạnh nhất. Nghiên cứu đề xuất cho doanh nghiệp những chiến lược quản trị nhân sự để giảm thiểu khủng hoảng này, đồng thời cung cấp thông tin thực tế cho nhà trường, khoa chuyên môn để đào tạo nguồn nhân lực trẻ đáp ứng kỷ vọng của thị trường lao động hiện nay.

Từ khóa: sự khủng hoảng kỷ vọng nghề nghiệp, Gen Z, tính chất công việc, quản trị nhân sự, thị trường lao động

Abstract

The Vietnamese labor market is experiencing significant volatility, with career shift shock among GenZ employees identified as a key contributor. This study analyzes and evaluates the determinants influencing career shift shock among 238 Gen Z employees in Ho Chi Minh City, employing a multivariate regression model via SPSS. Seven factors including: career goals, job satisfaction, professional competence, work environment, compensation and benefits policies, career advancement opportunities, and job characteristics were found to have an inverse relationship with career shift shock, with job characteristics exerting the strongest impact. The research proposes HRM strategies for businesses to mitigate career shift shock and provides practical insights for educational institutions to enhance training programs, fostering a young workforce capable of meeting market expectations.

Keywords: career shift shock, Gen Z, human resources management, Vietnamese labor market, job characteristics

Ngày nhận bài: 04/10/2025

Ngày duyệt đăng: 14/11/2025

Sau đại dịch Covid-19, thị trường lao động đã chứng kiến nhiều biến động. Với quy mô lớn trong cơ cấu nguồn nhân lực của tổ chức.¹ Hiện tượng nghỉ việc và nhảy việc hàng loạt ngày càng trở nên phổ biến, đặc biệt là ở giới trẻ trong độ tuổi Gen Z.² Tỷ lệ nhảy việc của Gen Z đã tăng vọt 134% so với những năm trước đại dịch.³ Theo cuộc khảo sát gần đây của Anphabe năm 2024 với 14,000 sinh viên toàn quốc đã ra trường và có việc làm, theo thống kê, 62% nhân viên trẻ Gen Z đã nhảy việc trong năm đầu tiên nhận việc làm. Theo báo cáo của The Muse với 2,500 người

1 McKinsey and Company, "The future of work after COVID-19", 2021, <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-after-covid-19>, truy cập ngày 24/5/2025.

2 Jyothi Pawar, Ruchira Sanjay Pandit, "A study on the trend in job hopping post pandemic among millennials and Gen Z", *PARIDNYA - The MIBM Research Journal*, Vol. 9(1), 2023, tr. 01-12, DOI: <https://www.mibmparidnya.in/index.php/PARIDNYA/article/view/172912>

3 George Anders, "Is Gen Z the boldest generation? Its job-hunt priorities are off the charts", *LinkedIn*, 2022, <https://www.linkedin.com/pulse/gen-z-boldest-generation-its-job-hunt-priorities-off-charts-anders/>, truy cập ngày 26/5/2025.

tham gia khảo sát, nguyên nhân dẫn đến hiện tượng trên là vì người lao động đã trải qua hiện tượng tâm lý “khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp” khi được tuyển dụng.⁴ Điều này trở thành một thách thức lớn đối với cả cá nhân và doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện tượng này mới chỉ được ghi nhận thông qua các cuộc khảo sát, các bài viết trên báo, mạng xã hội, và chưa được khai thác bởi các nghiên cứu nào trước đây.

Một số công trình trước đây đã nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định nghỉ việc, nhảy việc của nhân viên dựa trên lý thuyết hai nhân tố của Herzberg⁵ và lý thuyết sự phù hợp giữa cá nhân và môi trường⁶ nhưng chỉ dừng lại ở việc tiếp cận các yếu tố của cá nhân hoặc tổ chức ảnh hưởng trực tiếp đến ý định nghỉ việc mà đã bỏ qua sự chênh lệch giữa các yếu tố đó dẫn đến hiện tượng khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp, và quyết định nhảy việc, nghỉ việc. Trên thực tế đã có những minh chứng cho rằng sự chênh lệch kỳ vọng này ảnh hưởng đến ý định nhảy việc, nghỉ việc của nhân viên.⁷ Tuy nhiên các yếu tố tác động đến hiện tượng tâm lý này vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ và làm rõ. Dựa vào những khoảng trống nghiên cứu và nền tảng lý thuyết trên, nghiên cứu này sẽ phân tích tổng thể các yếu tố cả tổ chức và cá nhân để đánh giá các tác động đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp.

Từ những khoảng trống nghiên cứu và tính cấp thiết, nghiên cứu đặt ra 3 mục tiêu: (i) xác định các yếu tố tác động đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên độ tuổi Gen Z; (ii) đánh giá mức độ tác động của các yếu tố đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của Gen Z; (iii) đề xuất chiến lược quản trị nhân sự giúp các doanh nghiệp, tổ chức Việt Nam giảm thiểu tình trạng khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp với nguồn nhân lực của họ. Những phát hiện của nghiên cứu không chỉ đóng góp về mặt học thuật, mở rộng cơ sở lý thuyết mà còn đề xuất hàm ý quản trị giúp doanh nghiệp giảm thiểu và hạn chế thực trạng trên ở môi trường làm việc, giúp doanh nghiệp ổn định nguồn nhân lực, tránh rủi ro thiếu hụt nhân sự và nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh thị trường lao động biến động.

1. Tổng quan nghiên cứu

1.1. Khái niệm về sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên

“Sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên” là cách diễn đạt ngắn gọn dùng cho “*shift shock*” – thuật ngữ dùng để mô tả trạng thái, thường là tiêu cực, mà một người cảm thấy khi bắt đầu một công việc mới và nhận thấy vị trí hoặc nội dung công

4 Devin Tomb, “72% of muse survey respondents say they’ve experienced “Shift shock””, *The Muse*, 2022, <https://www.themuse.com/advice/shift-shock-muse-survey-2022>, truy cập ngày 26/5/2025.

5 April Kemp, Timothy D. Butler, David Wyld, David Brauer, and Tará Lopez, “Understanding the Gen Z job hopping phenomenon: An exploration of the next generation of sales professionals”, *Journal of Selling*, Vol. 25, 2025; Jyothi Pawar, Ruchira Sanjay Pandit, *tlđđ*.

6 Ali Dalgıç, “The effects of person-job fit and person-organization fit on turnover intention: The mediation effect of job resourcefulness”, *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, Vol. 5(1), 2022, DOI: <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.136>; Arkadiusz M. Jasiński, Romuald Derbis, and Jakub Filipkowski, “Person-environment fit, turnover intention and satisfaction with life. The role of seniority”, *Health Psychology Report*, Vol. 13(1), 2024, tr. 67, DOI: <https://doi.org/10.5114/hpr/192142>

7 Dongping Yu, Dongping Yu, Ke Yang, Ke Yang, Xinsi Zhao, Xinsi Zhao, Yongsong Liu, Yongsong Liu, Shanshan Wang, Shanshan Wang, Maria Teresa D’Agostino, Giuseppe Russo, “Psychological contract breach and job performance of new generation of employees: Considering the mediating effect of job burnout and the moderating effect of past breach experience”, *Frontiers in Psychology*, Vol. 13, 2022, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.985604>; Gabriel C. Kanu, Lawrence E. Ugwu, Francisca N. Ogba, Ikechukwu V. Ujoatunonu, Michael A. Ezech, Adaobi Eze, Chinwendu Okoro, Moses Agudiegwu, Leonard I. Ugwu, “Psychological contract breach and turnover intentions among lecturers: The moderating role of organizational climate”, *Frontiers in Education*, *Frontiers Media SA*, Vol. 7, 2022, DOI: <https://doi.org/10.3389/educ.2022.784166>

việc đó khác biệt đáng kể so với kỳ vọng ban đầu. Kathryn Minshew cho rằng hiện tượng này bắt nguồn từ sự chênh lệch giữa mô tả công việc trong quá trình tuyển dụng và nội dung công việc thực tế, dẫn đến “cú sốc văn hóa” khiến nhân viên mất động lực hay vô vọng, đặc biệt phổ biến ở thế hệ Millennials và Gen Z.⁸ Tương tự, trong bài viết “Shift shock in your new job? Here’s how to overcome and thrive” được đăng tải trên Gupta, Navid Nazemian đã định nghĩa sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên là “cảm giác bất ngờ, thất vọng hoặc hối tiếc mà một số nhân viên mới trải qua sau khi bắt đầu một công việc mới”.⁹ Cũng trong bài viết, Divya Mohan đã bổ sung rằng “shift shock” là hiện tượng mà “nhân viên mới đối mặt với giai đoạn ban đầu của sự xa lạ và mất phương hướng trong công việc và nơi làm việc, thường đi kèm với sự tiếc nuối, căng thẳng và lo âu”. Ý nghĩa của hiện tượng này không dừng ở phạm vi doanh nghiệp, mà còn tác động đến phạm vi xã hội. Khi thế hệ Z dần trở thành lực lượng lao động chính, một cú sốc kỳ vọng nghề nghiệp kéo dài có thể gây ra một chu kỳ liên tục từ nghỉ việc, tuyển dụng, tái đào tạo gây ra chi phí đáng kể cho toàn bộ hệ thống kinh tế. Ở cấp độ cá nhân, sự khác biệt lặp đi lặp lại giữa kỳ vọng và thực tế có thể làm xói mòn lòng tin cá nhân, tạo ra cảm giác bất an dai dẳng về sự nghiệp, làm gia tăng căng thẳng tâm lý và ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe tinh thần. Ở cấp độ quốc gia, lực lượng lao động trẻ vẫn bị mắc kẹt trong guồng quay “thử và bỏ cuộc” liên tục sẽ khó có cơ hội tích lũy kinh nghiệm chuyên sâu, gây ảnh hưởng đến năng suất lao động dài hạn và khả năng cạnh tranh của nền kinh tế đất nước.

1.2. Cơ sở lý thuyết nền tảng

1.2.1. Mô hình JDI và mô hình AJDI

Nhóm nhà khoa học Smith, Kendall và Hulin¹⁰ đã nghiên cứu và xây dựng mô hình JDI (*job descriptive index*), một dạng thang đo mô tả công việc để đánh giá sự hài lòng trong công việc của người lao động. Mô hình này giúp khám phá năm khía cạnh, bao gồm bản chất công việc, cơ hội đào tạo và thăng tiến, lãnh đạo, tiền lương và đồng nghiệp. Dựa trên JDI và thuyết bậc thang nhu cầu của Maslow, TS. Trần Kim Dung¹¹ đã phát triển nên mô hình thang đo mô tả công việc điều chỉnh AJDI (*adjust job descriptive index*), bổ sung thêm hai khía cạnh trong công việc nhằm tăng tính phù hợp: tiền lương, phúc lợi; điều kiện làm việc. Bất kỳ sự thiếu minh bạch hoặc không nhất quán nào trong các yếu tố trên đều có thể làm giảm đi niềm tin và gia tăng sự khủng hoảng kỳ vọng.

2.2.2. Thuyết sự phù hợp giữa cá nhân và môi trường (*Theory of P-E fit*)

Thuyết sự phù hợp giữa cá nhân và môi trường nhấn mạnh rằng mức độ tương thích giữa cá nhân (*person*) và môi trường xung quanh họ (*environment*) quyết định các kết quả tâm lý, hành vi và hiệu suất. Kurt Lewin là người đã đặt nền móng cho cơ sở lý thuyết này với công thức $B = f(P, E)$,¹² sau đó Robert D. Caplan đã phát triển nên

8 Devin Tomb, *ltd.*

9 Cherry Gupta, “‘Shift shock’ in your new job? Here’s how to overcome and thrive”, *The Indian Express*, 2024, <https://indianexpress.com/article/lifestyle/workplace/shift-shock-in-your-new-job-heres-how-to-overcome-and-thrive-9244435/>, truy cập ngày 02/4/2025.

10 Patricia C. Smith, Lorne M. Kendall, Charles L. Hulin, “The measurement of satisfaction in work and retirement: A strategy for the study of attitudes”, Bowling Green State University, 1969, <https://eric.ed.gov/?id=ED051271>

11 Trần Kim Dung, “The measurement of job satisfaction in a Vietnamese context”, *VNUHCM Journal of Science and Technology Development*, Vol. 8(12), 2005, tr. 85-91, DOI: <https://doi.org/10.32508/stdj.v8i12.3112>

12 Kurt Lewin, *Field Theory in Social Science*, New York: Harper and Row, 1951.

định nghĩa của thuyết.¹³ Thuyết P-E Fit được xây dựng dựa trên hai hướng tiếp cận chính là sự bổ sung (*complementary fit*) và sự tương đồng (*supplementary fit*), đồng thời thuyết cũng được phân chia thành 6 nhánh nhỏ, mỗi nhánh tập trung vào một khía cạnh cụ thể của sự tương thích giữa cá nhân và môi trường làm việc. Thuyết P-E Fit cho thấy sự chênh lệch giữa các giá trị cá nhân, phong cách làm việc và văn hóa tổ chức từ đó nhanh chóng dẫn đến cảm giác không phù hợp. Khi nội dung công việc khác với mô tả, cơ chế quản lý thiếu hỗ trợ hoặc văn hóa không đồng nhất, thế hệ nhân viên trẻ dễ cảm thấy mất kết nối và bắt đầu nghi ngờ về sự lựa chọn của mình.

1.2.3. Thuyết hai nhân tố của Herzberg (*Herzberg's two-factor theory*)

Thuyết hai nhân tố của Herzberg cho rằng có hai nhóm yếu tố ảnh hưởng đến động lực của nhân viên tại nơi làm việc, đó là các nhân tố duy trì và các nhân tố động viên. Nhóm nhân tố duy trì là các nhân tố tuy không thúc đẩy nhân viên nhưng khi chúng thiếu sót hoặc không đầy đủ thì có thể gây nên sự không hài lòng ở nơi làm việc, gồm các yếu tố như tiền lương, tính ổn định của công việc, chính sách của doanh nghiệp, điều kiện làm việc, năng lực của lãnh đạo và mối quan hệ giữa người giám sát, cấp dưới và đồng nghiệp. Nhóm còn lại là các nhân tố động viên, phát sinh từ các điều kiện nội tại của công việc, bao gồm trách nhiệm, sự hài lòng trong công việc, sự công nhận, thành tích, cơ hội phát triển và thăng tiến, đóng vai trò thúc đẩy động lực và sự gắn bó của nhân viên. Theo Herzberg, thiếu hụt ở cả hai yếu tố dễ khiến nhân viên rơi vào trạng thái thất vọng, chán nản vì kỳ vọng ban đầu không được đáp ứng.

1.3. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Dựa trên cơ sở lý thuyết, nghiên cứu đề xuất mô hình với 7 biến độc lập ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên ở độ tuổi Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

1.3.1. Mục tiêu nghề nghiệp

Mục tiêu nghề nghiệp (MT) là một biểu hiện cụ thể của trạng thái mong muốn trong tương lai mà cá nhân hướng tới.¹⁴ Theo Locke¹⁵ và Meyer và Allen, nhân viên sẽ có mức độ hài lòng và gắn bó cao hơn nếu công việc của họ thúc đẩy việc đạt được những mục tiêu có giá trị. Lý thuyết đặt mục tiêu của Locke và Latham¹⁶ cũng nhấn mạnh rằng mục tiêu rõ ràng và khả thi giúp tăng hiệu suất và cam kết với tổ chức. Nếu các mục tiêu nghề nghiệp không được đáp ứng, nhân viên dễ thất vọng và giảm động lực, dẫn đến sự thiếu cam kết và khả năng nghỉ việc cao.¹⁷ Thang đo Career goal clarity của Locke và Latham đã tham khảo để điều chỉnh theo bối cảnh Gen Z dựa trên các mục tiêu nghề nghiệp đa dạng mà Ying và cộng sự¹⁸ ghi nhận. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

- 13 Robert D. Caplan, "Person-environment fit theory and organizations: Commensurate dimensions, time perspectives, and mechanisms", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 31(3), 1987, tr. 248-267, DOI: [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(87\)90042-X](https://doi.org/10.1016/0001-8791(87)90042-X)
- 14 James T. Austin and Jeffrey B. Vancouver, "Goal constructs in psychology: Structure, process, and content", *Psychological Bulletin*, Vol. 120(3), 1996, tr. 338, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.120.3.338>
- 15 Edwin A. Locke, "The nature and causes of job satisfaction", in M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Vol. 1, 1976, tr. 1297-1343.
- 16 Edwin A. Locke and Gary P. Latham, "Work motivation and satisfaction: Light at the end of the tunnel", *Psychological Science*, Vol. 1(4), 1990, tr. 240-246, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1990.tb00207.x>
- 17 Thomas W. H. Ng, Daniel C. Feldman, "Occupational embeddedness and job performance", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 30(7), 2009, tr. 863-891, DOI: <https://doi.org/10.1002/job.580>
- 18 Ying Zhang, Jian Zhang, and Jingjing Li, "The effect of intrinsic and extrinsic goals on work performance: Prospective and empirical studies on goal content theory", *Personnel Review*, Vol. 47(4), 2018, tr. 900-912, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1108/PR-03-2017-0086>

H1: Mục tiêu nghề nghiệp có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

1.3.2. Sự hài lòng trong công việc

Sự hài lòng trong công việc là một trạng thái tâm lý then chốt, có mối liên hệ chặt chẽ và ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu suất, động lực làm việc và mức độ gắn kết với tổ chức.¹⁹ Theo thuyết hai nhân tố của Herzberg,²⁰ các yếu tố động viên như thành tích, cơ hội thăng tiến, sự ghi nhận góp phần tạo nên sự hài lòng, trong khi các yếu tố duy trì như lương, phúc lợi giúp giảm đi sự bất mãn. Sự hài lòng trong công việc sẽ đạt mức tích cực khi kỳ vọng của cá nhân phù hợp với kết quả thực tế. Do đó, sự hài lòng trong công việc (HL) được kế thừa từ thang đo Job Satisfaction thuộc thuyết hai nhân tố của Herzberg và bộ câu hỏi của Noah và Steve.²¹ Từ đó giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H2: Sự hài lòng công việc có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

1.3.3. Năng lực nghề nghiệp

Năng lực nghề nghiệp được xem là yếu tố nền tảng quan trọng, bao gồm trình độ học vấn, kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và kinh nghiệm thực tiễn. Theo Lý thuyết Vốn con người của Becker,²² năng lực càng cao giúp nhân viên xử lý công việc hiệu quả hơn và xây dựng kỳ vọng nghề nghiệp rõ ràng, thực tế hơn. Nhân viên có năng lực tốt thường kỳ vọng vào cơ hội phát triển và thể hiện sự cam kết cao hơn.²³ Ngược lại, sự thiếu hụt kỹ năng hay trình độ học vấn không cao khiến nhân viên khó đạt mục tiêu, dễ thất vọng và giảm động lực. Do đó, năng lực nghề nghiệp (NL) điều chỉnh từ thang đo *Human Capital* của Becker, bổ sung thêm các yếu tố về kỹ năng, kinh nghiệm thực tế, kiến thức chuyên môn và khả năng thích ứng theo Wright và McMahan.²⁴ Giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H3: Năng lực nghề nghiệp có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

1.3.4. Tính chất công việc

Tính chất công việc phản ánh những đặc điểm như khối lượng, độ phức tạp, sự rõ ràng của nhiệm vụ và mức độ tương đồng giữa mô tả ban đầu với nhiệm vụ thực tế mà nhân viên đảm nhận. Theo lý thuyết *Person-job fit*,²⁵ sự phù hợp giữa tính chất

19 Maurizio Pugno, and Sara Depedri, "Job performance and job satisfaction: an integrated survey", *Economia Politica- Journal of Analytical and Institutional Economics*, Vol. 27(1), 2010, tr. 175-210, DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1402566>; Hannes Leroy, Frederik Anseel, William L. Gardner, Luc Sels, "Authentic leadership, authentic followership, basic need satisfaction, and work role performance: A cross-level study", *Journal of Management*, Vol. 41(6), 2015, tr. 1677-1697, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/0149206312457822>

20 F. Herzberg, B. Mausner and B. -C. Snyderman, *The motivation to work*, Transaction Publishers 1959.

21 Yusuf Noah and Metiboba Steve, "Work environment and job attitude among employees in a Nigerian work organization", *Journal of Sustainable Society*, Vol. 1(2), 2012, tr. 36-43, DOI: <https://doi.org/10.11634/21682585140398>

22 Gary S. Becker, *Human capita*, New York: National Bureau of Economic Research, 1964.

23 Patrick M. Wright and Gary C. McMahan, "Exploring human capital: Putting 'human' back into strategic human resource management", *Human Resource Management Journal*, Vol. 21(2), 2011, tr. 93-104, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2010.00165.x>

24 Patrick M. Wright and Gary C. McMahan, *tldd*.

25 Jeffrey R. Edwards, "Person-job fit: A conceptual integration, literature review, and methodological critique", in C. L. Cooper and I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology*, Vol. 6, John Wiley and Sons, 1991, tr. 283-357, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2010.00165.x>

công việc và năng lực cá nhân giúp gia tăng động lực nội tại và sự hài lòng lâu dài trong công việc của nhân viên.²⁶ Ngược lại, công việc có khối lượng quá lớn hoặc quá khác biệt với mô tả ban đầu có thể gây căng thẳng, thất vọng, giảm động lực và thiếu gắn kết với tổ chức. Vì vậy tính chất công việc (TC) dựa trên thang đo Person–job fit theo Edwards và mô hình *Job characteristics model* của Hackman và Oldham.²⁷ Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H4: *Tính chất công việc có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.*

1.3.5. Môi trường làm việc

Môi trường làm việc bao gồm các yếu tố như điều kiện cơ sở vật chất, văn hóa doanh nghiệp, quan hệ đồng nghiệp, sự hỗ trợ từ cấp trên hay hệ thống công nhận và khen thưởng của doanh nghiệp. Theo Lý thuyết Môi trường làm việc của Amabile và Kramer,²⁸ môi trường tích cực thúc đẩy năng lực sáng tạo, gia tăng sự hài lòng và động lực làm việc. Ngược lại, môi trường căng thẳng, thiếu thân thiện hoặc thiếu sự hỗ trợ dễ gây ra cảm giác bị cô lập, bất mãn, từ đó trực tiếp dẫn đến sự giảm sút về hiệu suất, mức độ cam kết và nguy cơ nghỉ việc của nhân viên tăng cao.²⁹ Do đó, môi trường làm việc (MTR) được thừa kế từ thang đo *Work environment* của Amabile và Kramer và một phần nội dung của Eisenberger và cộng sự về sự hỗ trợ tổ chức, điều chỉnh theo các đặc điểm văn hóa doanh nghiệp Việt Nam. Giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H5: *Môi trường làm việc có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.*

1.3.6. Chính sách phúc lợi, lương thưởng

Chính sách phúc lợi, lương thưởng đề cập hệ thống đãi ngộ và các biện pháp quản trị nhằm đảm bảo lợi ích vật chất và tinh thần cho người lao động, gồm lương, thưởng, bảo hiểm và các hỗ trợ đời sống cho nhân viên. Theo Thuyết công bằng của Adams,³⁰ nhân viên thường so sánh lợi ích họ nhận được với công sức bỏ ra và với các đồng nghiệp để đánh giá mức độ công bằng. Chính sách đãi ngộ tốt và minh bạch giúp tăng sự hài lòng, gắn bó và hiệu suất.³¹ Ngược lại, chế độ đãi ngộ kém cạnh tranh hay thiếu công bằng dễ dẫn đến thất vọng và nguy cơ nghỉ việc cao, đặc biệt với Gen Z.³² Do đó, chính sách phúc lợi, lương thưởng (CS) tham khảo từ thuyết công bằng Adams (1965) và thang đo của Milkovic, Newman và Milkovich. Giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

26 A. L. Kristof-Brown, R. D. Zimmerman and E. C. Johnson, “Consequences of individuals’ fit at work: A meta-analysis of person–job, person–organization, person–group, and person–supervisor fit”, *Personnel Psychology*, Vol. 58(2), 2005, tr. 281–342, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2005.00672.x>

27 J. Richard Hackman, Greg R. Oldham, *Work Redesign*, 1st edition, Addison-Wesley Publishing Company, 1980.

28 Teresa M. Amabile and Steve J. Kramer, *The progress principle: Using small wins to ignite joy, engagement, and creativity at work*, 1st edition, Harvard Business Review Press, 2011.

29 R. Eisenberger, S. Armeli, B. Rexwinkel, P. Lynch and L. Rhoades, “Perceived organizational support and employee creativity”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 87(6), 2002, tr. 1053–1060.

30 J. Stacy Adams, “Inequity in social exchange”, *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 2, 1965, tr. 267–299, DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60108-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60108-2)

31 George T. Milkovich, Jerry M. Newman, Carolyn Milkovich, *Compensation*, 9th edition, McGraw-Hill Education, 2008.

32 Holly Schroth, “Are you ready for generation Z in the workplace?”, *California Management Review*, Vol. 61(3), tr. 5–18, 2019, tr. 19–28, DOI: <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>

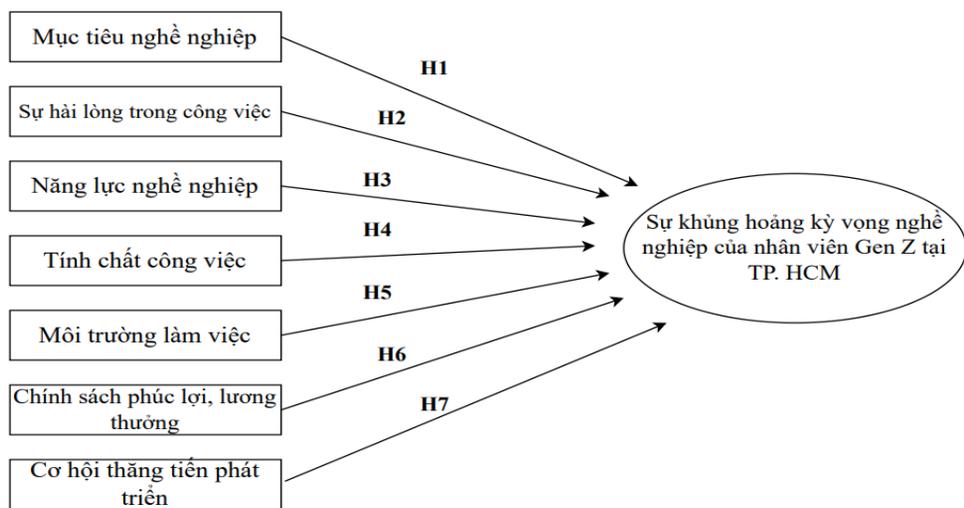
H6: Chính sách phúc lợi và lương thưởng có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

1.3.7. Cơ hội thăng tiến, phát triển

Cơ hội thăng tiến và phát triển là khả năng nhân viên được đào tạo, nâng cao kỹ năng và thăng tiến trong tổ chức. Theo Lý thuyết về động lực nghề nghiệp của Herzberg, đây là yếu tố động viên quan trọng, thúc đẩy sự hài lòng và cam kết lâu dài. Ngược lại, thiếu các cơ hội phát triển, thăng tiến hay chính sách đề bạt thiếu minh bạch dễ dẫn tới thất vọng, giảm niềm tin vào tổ chức, từ đó dẫn tới suy giảm động lực làm việc, mất dần sự cam kết và xuất hiện xu hướng tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp khác.³³ Cơ hội thăng tiến và phát triển (CH) dựa trên thang đo *Career advancement opportunity* của Herzberg và nghiên cứu của Ng và Feldman về kỳ vọng phát triển sự nghiệp của thế hệ trẻ. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H7: Cơ hội thăng tiến và phát triển có ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

Dựa trên quá trình tổng hợp và phân tích các tài liệu trong và ngoài nước cùng với các cơ sở lý thuyết nền tảng, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu dựa trên 7 biến quan sát thông qua chủ yếu 02 giai đoạn:

(1) Phương pháp nghiên cứu định tính bằng cách phỏng vấn sâu đối tượng là các nhân sự trẻ Gen Z trong các phòng kinh doanh, bán hàng, cung cấp dịch vụ tại TP. Hồ Chí Minh. Các dữ liệu thu thập được sử dụng để xây dựng và hoàn thiện bảng hỏi.

(2) Phương pháp định lượng sau đó được dùng để đo lường tác động các bảng thang đo Likert 5 bậc thông qua biểu mẫu Google Form. Kết quả thu thập được là 238 mẫu khảo sát, tất cả mẫu đều hợp lệ và được phân tích bằng phần mềm SPSS

33 Thomas W. H. Ng, Daniel C. Feldman, "The relationships of age with job attitudes: A meta-analysis", *Personnel Psychology*, Vol. 63(3), 2010, tr. 677-718, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1744-6570.2010.01184.x>

20.0. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích thống kê như kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, kiểm định nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan hồi quy...

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Theo phân tích thống kê nhân khẩu học thì không có sự khác biệt về hành vi trong sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z có độ tuổi khác nhau. Điều này cho thấy rằng độ tuổi không phải là yếu tố quyết định hành vi trong tình huống này. Bên cạnh đó, không tồn tại sự khác biệt đáng kể về hành vi trong khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp giữa các nhóm nhân viên Gen Z theo giới tính. Vì vậy giới tính không phải là nhân tố chủ đạo ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp ở nhân viên Gen Z. Ngược lại, trình độ học vấn lại là một yếu tố ảnh hưởng đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh.

3.2. Kết quả nghiên cứu

3.2.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Bảng 1 . Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của các nhân tố

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo về Sự hài lòng công việc: Cronbach's Alpha = 0.822				
HL1	11.57	11.335	0.678	0.768
HL2	11.90	11.750	0.634	0.782
HL3	11.89	11.929	0.628	0.784
HL4	11.67	12.484	0.589	0.795
HL5	11.50	13.129	0.550	0.805
Thang đo về Mục tiêu nghề nghiệp: Cronbach's Alpha = 0.850				
MT1	9.97	8.071	0.723	0.795
MT2	10.11	8.115	0.736	0.789
MT3	9.78	9.186	0.629	0.834
MT4	10.00	8.684	0.673	0.817
Thang đo về Tính chất công việc: Cronbach's Alpha = 0.860				
TC1	12.72	12.539	0.689	0.829
TC2	12.82	12.759	0.696	0.827
TC3	12.62	13.080	0.674	0.832
TC4	12.79	13.207	0.694	0.828
TC5	12.60	13.557	0.639	0.841

Thang đo về Năng lực nghề nghiệp: Cronbach's Alpha = 0.828				
NL1	10.27	7.244	0.700	0.761
NL2	10.15	8.374	0.590	0.810
NL3	10.28	8.009	0.645	0.787
NL4	10.25	7.616	0.682	0.769
Thang đo về Môi trường làm việc: Cronbach's Alpha = 0.778				
MTR1	12.49	8.479	0.613	0.715
MTR2	12.71	8.865	0.563	0.733
MTR3	12.65	9.023	0.535	0.743
MTR4	12.58	9.233	0.537	0.742
MTR5	12.57	9.420	0.509	0.751
Thang đo về Chính sách phúc lợi, lương thưởng: Cronbach's Alpha = 0.812				
CS1	12.36	10.543	0.657	0.757
CS2	12.59	11.340	0.571	0.783
CS3	12.58	10.794	0.622	0.768
CS4	12.50	10.572	0.659	0.757
CS5	12.29	11.719	0.490	0.807
Thang đo về Cơ hội thăng tiến, phát triển: Cronbach's Alpha = 0.822				
CH1	11.57	11.335	0.678	0.768
CH2	11.90	11.750	0.634	0.782
CH3	11.89	11.929	0.628	0.784
CH4	11.67	12.484	0.589	0.795
CH5	11.50	13.129	0.550	0.805
Thang đo về Sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh: Cronbach's Alpha = 0.860				
KH1	12.72	12.539	0.689	0.829
KH2	12.82	12.759	0.696	0.827
KH3	12.62	13.080	0.674	0.832
KH4	12.79	13.207	0.694	0.828
KH5	12.60	13.557	0.639	0.841

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu (2025)

Bảng 1 cho thấy, nhân tố “môi trường làm việc” có hệ số Cronbach’s Alpha thấp nhất là 0.778, và 2 nhân tố là “tính chất công việc” và “sự khùng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp” của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh có hệ số Cronbach’s Alpha cao nhất bằng 0.860. Trong khi các yếu tố còn lại là đều có giá trị Cronbach’s Alpha > 0.6 và < 0.86 nên đạt độ tin cậy cao và đảm bảo của công cụ đo lường. Do đó, 8 yếu tố trong mô hình của bài nghiên cứu đều được giữ lại.

3.2.2. Phân tích EFA

Phân tích nhân tố khám phá (*Exploratory Factor Analysis*, EFA) được tiến hành qua 8 vòng xoay, loại bỏ các biến quan sát có hệ số tải nhân tố thấp hoặc tải chéo cao, nhằm đảm bảo tính hội tụ và phân biệt. Sau 8 vòng, bộ biến quan sát còn lại được nhóm thành 07 nhân tố đại diện cho các khái niệm nghiên cứu là MT, HL, NL, TC, MTR, CS, CH. Tổng phương sai mà 7 nhân tố này trích được là 63.193% > 50%, cho thấy 7 nhân tố trích ra giải thích được 63.193% biến thiên dữ liệu của 33 biến tham gia vào EFA.

3.2.3. Phân tích hồi quy tuyến tính

Bảng 2 . Bảng tổng hợp kết quả mô hình

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R bình phương	Hệ số R bình phương hiệu chỉnh	Sai số tiêu chuẩn của ước lượng	Hệ số Durbin - Watson
1	.847 ^a	.717	.704	.71244	2.050
a. Dự đoán (Hàng số), CH, CS, TC, NL, MTR, MT, HL					
b. Biến phụ thuộc: KH					

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu (2025)

Bảng 2 cho thấy, $R^2 = 0.717$ có thể khẳng định, 71.7% sự thay đổi của biến phụ thuộc KH được giải thích bởi 7 biến độc lập (CH, CS, TC, NL, MTR, MT, HL).

Bảng 3. Bảng ANOVA trong phân tích hồi quy

Mô hình	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	Kiểm định F	Mức ý nghĩa (Sig.)	
1	Hồi quy	204.349	7	29.193	57.514	.000 ^b
	Phần dư	80.704	159	.508	-	-
	Tổng	285.053	166	-	-	-
a. Biến phụ thuộc: KH						
b. Dự đoán (Hàng số), CH, CS, TC, NL, MTR, MT, HL						

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu (2025)

Giá trị phép thử $F = 0,000$, nhỏ hơn mức ý nghĩa 0.05, được chứng minh trong Bảng 3. Do đó, H_0 được chấp thuận trong khi H_0 thì không. Vậy nên tất cả các biến trong mô hình đều có khả năng ảnh hưởng đến biến phụ thuộc.

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Hệ số Beta			Tolerance	VIF	
1	Hằng số	5.611	.306	-	18.315	.000	-	-
	MT	-.144	.060	-.123	-2.377	.019	.667	1.500
	HL	-.408	.060	-.359	-6.795	.000	.638	1.567
	NL	-.139	.064	-.123	-2.164	.032	.550	1.818
	TC	-.464	.059	-.445	-7.822	.000	.550	1.818
	MTR	-.099	.049	-.087	-2.019	.045	.953	1.050
	CS	-.109	.054	-.087	-2.008	.046	.942	1.062
	CH	-.024	.061	-.123	-2.348	.021	.764	1.308

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu (2025)

Từ bảng 4, phương trình hồi quy có dạng như sau:

$$KH = -0.123*MT - 0.359*HL - 0.123*NL - 0.455*TC - 0.087*MTR - 0.087*CS - 0.123*CH$$

3.3. Thảo luận

Phân tích mô hình hồi quy tuyến tính cho để kiểm định giả thuyết và kết quả cho thấy được rằng tất cả giả thuyết nghiên cứu từ H1 đến H7 đều được chấp nhận ở mức ý nghĩa thống kê 5% (Sig. < 0.05). Do đó các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 đều được chấp nhận và không cái nào bị loại trừ. Tất cả các hệ số hồi quy chuẩn hóa đều mang giá trị âm, phản ánh mối quan hệ ngược chiều giữa các yếu tố với sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh. Vì vậy khi người lao động trẻ có trải nghiệm tích cực hơn với các yếu tố như định hướng nghề nghiệp, môi trường làm việc hay chính sách đãi ngộ, mức độ khủng hoảng kỳ vọng của họ sẽ giảm tương ứng. Việc giữ lại toàn bộ các biến trong mô hình được xem là hợp lý, không chỉ dựa trên giá trị thống kê mà còn phù hợp với các lý thuyết nền tảng và bằng chứng thực nghiệm từ các nghiên cứu trước.

4. Đóng góp học thuật và hàm ý quản trị

4.1. Đóng góp học thuật

Nghiên cứu này đã góp phần hệ thống hóa, mở rộng và làm phong phú thêm cơ sở lý luận về khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp - một chủ đề chưa được khai thác triệt để trong bối cảnh lực lượng lao động Việt Nam, đặc biệt là trong nhóm lao động trẻ thế hệ Z. Trên cơ sở kế thừa lý thuyết hai nhân tố của Herzberg và lý thuyết phù hợp giữa cá nhân và môi trường, nghiên cứu không chỉ khẳng định lại vai trò của các yếu tố cá nhân và tổ chức trong việc hình thành và điều chỉnh kỳ vọng nghề nghiệp, mà còn bổ sung thêm một chiều hướng mới liên quan đến đặc điểm thế hệ và điều kiện thị trường lao động hiện đại.

Bằng cách phân tích tác động đồng thời của bảy yếu tố, bao gồm cả các yếu tố nội sinh (như mục tiêu nghề nghiệp, năng lực nghề nghiệp...) và các yếu tố ngoại sinh

(như môi trường làm việc, chính sách phúc lợi, lương thưởng...), nghiên cứu đã mở rộng phạm vi phân tích so với các nghiên cứu trước đây thường chỉ tập trung vào một nhóm yếu tố duy nhất. Cách tiếp cận này không chỉ cho phép đánh giá sự ảnh hưởng độc lập của từng biến trong mô hình mà còn tạo cơ sở nền tảng để hiểu rõ hơn về cách các yếu tố tương tác để hình thành sự khủng hoảng kỳ vọng trong quá trình làm việc.

4.2. Hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu cho thấy bảy nhân tố đề xuất trong mô hình đều có tác động tiêu cực đến sự khủng hoảng kỳ vọng nghề nghiệp của nhân viên thế hệ Z tại TP. Hồ Chí Minh. Trong đó, tính chất công việc và sự hài lòng trong công việc được xác định là hai nhân tố có tác động mạnh mẽ nhất.

Trước hết, tính chất công việc cần được thiết kế theo hướng tăng cường mức độ thách thức tích cực và phù hợp với năng lực của mỗi cá nhân. Trong bối cảnh hiện nay, nhân sự trẻ đề cao sự cá nhân hóa và trải nghiệm, công việc nên là không gian để họ khám phá và phát triển năng lực bản thân thay vì chỉ là nơi lặp lại các thao tác máy móc theo một chu kỳ được thiết lập sẵn. Mặt khác, việc thiếu cơ chế ghi nhận, công nhận và phản hồi có thể dễ dàng khiến nhân viên Gen Z dần mất kết nối với tổ chức.

Sự hài lòng trong công việc cũng đóng vai trò như một yếu tố quan trọng giúp giảm thiểu sự dao động, cảm giác bất an trong kỳ vọng nghề nghiệp. Khi nhân viên được lắng nghe, đánh giá công bằng, họ sẽ chủ động hơn trong việc duy trì mối quan hệ tích cực với tổ chức. Việc xây dựng hệ thống phúc lợi linh hoạt, chế độ làm việc và chú trọng đến các yếu tố tinh thần, chẳng hạn như hỗ trợ sức khỏe tinh thần, chính sách làm việc từ xa hay môi trường làm việc tôn trọng sự đa dạng, sẽ là những khoản đầu tư cần thiết để nâng cao trải nghiệm tích cực của nhân viên. Đồng thời, việc thiết lập cơ chế phản hồi hai chiều và tổ chức các hoạt động định hướng nội bộ là vô cùng quan trọng, giúp duy trì sự hài lòng lâu dài của nhân viên.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng cho thấy mục tiêu nghề nghiệp rõ ràng là nền tảng giúp nhân viên Gen Z giảm đi cảm giác hoang mang và tăng cường khả năng hoạch định lộ trình, chiến lược cá nhân. Điều này ngụ ý rằng trách nhiệm của doanh nghiệp không chỉ dừng lại ở việc giao nhiệm vụ, mà còn phải đồng hành cùng nhân viên xây dựng mục tiêu nghề nghiệp thực tế và phù hợp. Các chính sách phát triển nguồn nhân lực nên được thiết kế cá nhân hóa thông qua các chương trình đào tạo dựa trên năng lực, khuôn khổ đánh giá định kỳ có mục tiêu hoặc cơ chế *mentor-mentee* nhằm hỗ trợ nhân viên đạt được kỳ vọng của tổ chức và đồng thời nuôi dưỡng kỳ vọng cá nhân theo cách tích cực và thực tế.

Các yếu tố khác như năng lực nghề nghiệp, cơ hội thăng tiến, phát triển và chính sách phúc lợi, lương thưởng tuy không có tác động lớn nhưng vẫn đóng vai trò tích lũy quan trọng trong việc hình thành nhận thức và cảm nhận của người lao động. Việc thiếu sự đào tạo, thiếu minh bạch trong công tác trả lương hay lộ trình thăng tiến không chỉ ảnh hưởng đến kỳ vọng cá nhân mà còn làm suy giảm động lực và niềm tin vào tổ chức. Do đó, doanh nghiệp cần đầu tư vào việc chuẩn hóa hệ thống đánh giá năng lực, công khai tiêu chí, lộ trình thăng tiến rõ ràng và xây dựng chế độ lương thưởng minh bạch để hạn chế tình trạng chênh lệch giữa kỳ vọng và thực tế từ phía nhân sự trẻ.

Cuối cùng, môi trường làm việc, dù không phải là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất trong mô hình, vẫn giữ vai trò thiết yếu trong việc duy trì sự ổn định về mặt tâm lý

và cảm giác an toàn trong công việc cho nhân viên. Văn hóa nội bộ tích cực, khuyến khích học hỏi, phản hồi và sáng tạo sẽ tạo ra một hệ sinh thái phát triển bền vững, nơi thế hệ Z cảm thấy được lắng nghe, bảo vệ và tin tưởng.

5. Hạn chế và hướng đi nghiên cứu tiếp theo

5.1. Hạn chế

Do tính mới của đề tài cùng với sự hạn chế về tài liệu tham khảo và các nghiên cứu liên quan từ trong nước và quốc tế, việc áp dụng và xây dựng khung lý thuyết nền cho nghiên cứu còn khá đơn giản, chưa đề cập đầy đủ đến những yếu tố tác động phức tạp khác. Bên cạnh đó, do giới hạn về thời gian, nghiên cứu chưa thể thu thập mẫu dữ liệu với quy mô đủ lớn để đại diện đầy đủ cho toàn bộ nhân viên Gen Z. Hạn chế này có thể làm giảm độ chính xác và tính khái quát hóa của các kết quả phân tích mối quan hệ giữa các yếu tố trong mô hình nghiên cứu. Vai trò, sự tác động của biến trung gian “sự phù hợp giữa cá nhân và môi trường làm việc” chưa được xem xét làm hạn chế khả năng giải thích toàn diện các yếu tố phức tạp dẫn đến khủng hoảng kỳ vọng và hành vi nghề nghiệp của nhân viên trong bối cảnh nghiên cứu hiện nay.

5.2. Hướng đi nghiên cứu tiếp theo

Nhằm khắc phục những hạn chế của nghiên cứu này, các nghiên cứu sau nên mở rộng phạm vi khảo sát ra nhiều tỉnh thành khác ngoài TP. Hồ Chí Minh; áp dụng phương pháp chọn mẫu với quy mô lớn hơn và đa dạng hơn, cùng với thực hiện khảo sát dài hạn, theo dõi cùng một nhóm Gen Z qua nhiều thời điểm, nhằm nhận biết sự thay đổi trong mong muốn và hành vi làm việc của họ. Ngoài ra, yếu tố biến trung gian “sự phù hợp giữa cá nhân và môi trường làm việc” cần được xem xét, để có thể phản ánh được toàn diện tâm lý hành vi nhân sự trong bối cảnh lao động có nhiều biến động như hiện nay. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] J. Stacy Adams, “Inequity in social exchange”, *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 2, 1965, DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60108-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60108-2)
- [2] Teresa M. Amabile and Steve J. Kramer, *The progress principle: Using small wins to ignite joy, engagement, and creativity at work*, 1st edition, Harvard Business Review Press, 2011
- [3] George Anders, “Is Gen Z the boldest generation? Its job-hunt priorities are off the charts”, *LinkedIn*, 2022
- [4] James T. Austin and Jeffrey B. Vancouver, “Goal constructs in psychology: Structure, process, and content”, *Psychological Bulletin*, Vol. 120(3), 1996, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.120.3.338>
- [5] Gary S. Becker, *Human capita*, New York: National Bureau of Economic Research, 1964
- [6] Robert D. Caplan, “Person–environment fit theory and organizations: Commensurate dimensions, time perspectives, and mechanisms”, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 31(3), 1987, DOI: [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(87\)90042-X](https://doi.org/10.1016/0001-8791(87)90042-X)
- [7] Ali Dalgıç, “The effects of person-job fit and person-organization fit on turnover intention: The mediation effect of job resourcefulness”, *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, Vol. 5(1), 2022, DOI: <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.136>
- [8] Tran Kim Dung, “The measurement of job satisfaction in a Vietnamese context.”, *VNUHCM Journal of Science and Technology Development*, Vol. 8(12), 2005, DOI: <https://doi.org/10.32508/stdj.v8i12.3112>
- [9] Jeffrey R. Edwards, “Person–job fit: A conceptual integration, literature review, and methodological critique”, in C. L. Cooper and I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology*, Vol. 6, John Wiley and Sons, 1991, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2010.00165.x>
- [10] R. Eisenberger, S. Armeli, B. Rexwinkel, P. Lynch, and L. Rhoades, “Perceived organizational support and employee creativity”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 87(6), 2002
- [11] Cherry Gupta, “‘Shift shock’ in your new job? Here’s how to overcome and thrive”, *The Indian Express*, 2024

- [12] J. Richard Hackman, Greg R. Oldham, *Work Redesign*, 1st edition, Addison-Wesley Publishing Company, 1980
- [13] F. Herzberg, B. Mausner and B. -C. Snyderman, *The Motivation to Work*, Transaction Publishers, 1959
- [14] Arkadiusz M. Jasiński, Romuald Derbis, and Jakub Filipkowski, "Person-environment fit, turnover intention and satisfaction with life. The role of seniority", *Health Psychology Report*, Vol. 13(1), 2024, DOI: <https://doi.org/10.5114/hpr/192142>
- [15] Gabriel C. Kanu, Lawrence E. Ugwu, Francisca N. Ogba, Ikechukwu V. Ujoatuonu, Michael A. Ezeh, Adaobi Eze, Chinwendu Okoro, Moses Agudiegwu, Leonard I. Ugwu, "Psychological contract breach and turnover intentions among lecturers: The moderating role of organizational climate", *Frontiers in Education, Frontiers Media SA*, Vol. 7, 2022, DOI: <https://doi.org/10.3389/educ.2022.784166>
- [16] April Kemp, Timothy D. Butler, David Wyld, David Brauer, and Tará Lopez, "Understanding the Gen Z job hopping phenomenon: An exploration of the next generation of sales professionals", *Journal of Selling*, Vol. 25, 2025
- [17] A. L. Kristof-Brown, R. D. Zimmerman and E. C. Johnson, "Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit", *Personnel Psychology*, Vol. 58(2), 2005, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2005.00672.x>
- [18] Hannes Leroy, Frederik Anseel, William L. Gardner, Luc Sels, "Authentic leadership, authentic followership, basic need satisfaction, and work role performance: A cross-level study", *Journal of Management*, Vol. 41(6), 2015, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/0149206312457822>
- [19] Kurt Lewin, *Field Theory in Social Science*, New York: Harper and Row, 1951
- [20] Edwin A. Locke and Gary P. Latham, "Work motivation and satisfaction: Light at the end of the tunnel", *Psychological Science*, Vol. 1(4), 1990, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1990.tb00207.x>
- [21] Edwin A. Locke, "The nature and causes of job satisfaction", in M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Vol. 1, 1976
- [22] McKinsey and Company, "The future of work after COVID-19", 2021
- [23] George T. Milkovich, Jerry M. Newman, Carolyn Milkovich, *Compensation*, 9th edition, McGraw-Hill Education, 2008
- [24] Thomas W. H. Ng, Daniel C. Feldman, "Occupational embeddedness and job performance", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 30(7), 2009, DOI: <https://doi.org/10.1002/job.580>
- [25] Thomas W. H. Ng, Daniel C. Feldman, "The relationships of age with job attitudes: A meta-analysis", *Personnel Psychology*, Vol. 63(3), 2010, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1744-6570.2010.01184.x>
- [26] Yusuf Noah, and Metiboba Steve, "Work environment and job attitude among employees in a Nigerian work organization", *Journal of Sustainable Society*, Vol. 1(2), 2012, DOI: <https://doi.org/10.11634/21682585140398>
- [27] Jyothi Pawar, Ruchira Sanjay Pandit, "A study on the trend in job hopping post pandemic among millennials and Gen Z", *PARIDNYA - The MIBM Research Journal*, Vol. 9(1), 2023, DOI: <https://www.mibmparidnya.in/index.php/PARIDNYA/article/view/172912>
- [28] Maurizio Pugno, and Sara Depedri, "Job performance and job satisfaction: an integrated survey", *Economia Politica - Journal of Analytical and Institutional Economics*, Vol. 27(1), 2010, DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1402566>
- [29] Holly Schroth, "Are you ready for generation Z in the workplace?", *California Management Review*, Vol. 61(3), 2019, DOI: <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>
- [30] Patricia C. Smith, Lorne M. Kendall, Charles L. Hulin, "The measurement of satisfaction in work and retirement: A strategy for the study of attitudes", *Bowling Green State University*, 1969, <https://eric.ed.gov/?id=ED051271>
- [31] Devin Tomb, "72% of muse survey respondents say they've experienced 'Shift shock'", *The Muse*, 2022
- [32] Patrick M. Wright and Gary C. McMahan, "Exploring human capital: Putting 'human' back into strategic human resource management", *Human Resource Management Journal*, Vol. 21(2), 2011, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2010.00165.x>
- [33] Dongping Yu, Dongping Yu, Ke YangKe Yang, Xinsi ZhaoXinsi Zhao, Yongsong Liu, Yongsong Liu, Shanshan Wang, Shanshan Wang, Maria Teresa D'Agostino, Giuseppe Russo, "Psychological contract breach and job performance of new generation of employees: Considering the mediating effect of job burnout and the moderating effect of past breach experience", *Frontiers in Psychology*, Vol. 13, 2022, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.985604>
- [34] Ying Zhang, Jian Zhang, and Jingjing Li, "The effect of intrinsic and extrinsic goals on work performance: Prospective and empirical studies on goal content theory", *Personnel Review*, Vol. 47(4), 2018, DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1108/PR-03-2017-0086>

ĐỊNH HƯỚNG THỂ CHẾ CHO PHÁT TRIỂN TÀI CHÍNH XANH VÀ CHUYỂN ĐỔI NĂNG LƯỢNG TRONG KHU VỰC TƯ NHÂN

TS LẠI NAM TUẤN

Khoa Quản trị, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh
Faculty of Management, Ho Chi Minh City University of Law
Email: Intuan@hcmulaw.edu.vn

Tóm tắt

Bài nghiên cứu này phân tích vai trò then chốt của tài chính xanh đối với tiến trình chuyển đổi năng lượng và phát triển bền vững tại Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng định hình bởi các chuẩn mực xanh. Dựa trên kinh nghiệm từ các nền kinh tế ASEAN như Singapore, Malaysia, Thái Lan và khung tham chiếu quốc tế (EU Taxonomy, ASEAN Taxonomy), nghiên cứu nhấn mạnh sự cần thiết của một chiến lược cải cách thể chế toàn diện về tài chính xanh. Những cải cách này không chỉ tháo gỡ rào cản chính sách, khơi thông dòng vốn tư nhân, mà còn biến khu vực tư nhân trở thành động lực trung tâm trong lộ trình đạt mục tiêu phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào năm 2050.

Từ khóa: cải cách thể chế, chuyển đổi năng lượng, tài chính xanh, phát triển bền vững

Abstract

This study examines the critical role of green finance in Vietnam's energy transition and sustainable development, emphasizing its strategic importance for enhancing national competitiveness in a global supply chain increasingly shaped by sustainability standards. Drawing on comparative experiences from ASEAN economies such as Singapore, Malaysia, and Thailand, as well as international frameworks like the EU Taxonomy and ASEAN Taxonomy, the research highlights the urgent need for a comprehensive institutional reform in Vietnam's green finance system. By removing regulatory barriers and mobilizing private capital, these reforms would enable the private sector to become a substantive and sustainable partner in Vietnam's Net Zero pathway by 2050.

Keywords: green finance, energy transition, sustainable development, institutional reform

Ngày nhận bài: 24/9/2025

Ngày duyệt đăng: 18/11/2025

Cam kết đạt mức phát thải ròng bằng 0 (Net Zero) vào năm 2050 của Việt Nam tại Hội nghị COP26 thể hiện quyết tâm của Việt Nam trong việc phát triển bền vững và giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu. Để hiện thực hóa mục tiêu này, Việt Nam cần một nguồn lực tài chính lớn. Theo ước tính của Ngân hàng Thế giới (2022),¹ tổng nhu cầu vốn để đạt mục tiêu giảm phát thải ròng đến năm 2040 lên tới khoảng 368 tỷ USD, tương đương hơn 6,8% GDP mỗi năm. Con số này cho thấy mức độ cấp thiết của việc xây dựng một cơ chế tài chính hiệu quả, đặc biệt là huy động vốn từ khu vực tư nhân. Trong bối cảnh đó, tài chính xanh không chỉ được nhìn nhận như một kênh đầu tư, mà còn là công cụ thể chế quan trọng định hướng lại dòng vốn theo hướng phát triển bền vững và giảm phát thải carbon. Các hình thức phổ biến hiện nay gồm: trái phiếu xanh, quỹ đầu tư xanh, tín dụng ưu đãi xanh, và các công cụ thị trường như tín chỉ carbon hoặc các khoản vay gắn với chỉ số bền vững (sustainability-linked loans). Nguồn vốn này sẽ tập trung vào các lĩnh vực ưu tiên như năng lượng tái tạo, hạ tầng xanh, giao thông bền vững, và công nghệ giảm phát thải.

Theo Báo cáo Toàn cầu về tình trạng thị trường của Sáng kiến Trái phiếu Khí hậu (Climate Bonds Initiative),² thị trường trái phiếu xanh toàn cầu đã chứng kiến sự

1 World Bank, "Báo cáo mới của Nhóm Ngân hàng Thế giới đề xuất lộ trình để Việt Nam giải quyết các rủi ro khí hậu đồng thời duy trì tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ", World Bank Group, 2022, <https://www.worldbank.org/vi/news/press-release/2022/07/01/new-world-bank-group-report-proposes-path-for-vietnam-to-address-climate-risks-while-sustaining-robust-economic-growth>, truy cập ngày 23/9/2025

2 Clodagh Muldoon, Caroline Harrison and Deepak Sharma, Sustainable debt: Global state of the market 2024, Published by Climate Bonds Initiative, May 2025, https://www.climatebonds.net/files/documents/publications/Climate-Bonds_Sustainable_Debt_2024_Global-State-of-the-Market_24-Sep-2025.pdf, truy cập ngày 23/9/2025.

tăng trưởng vượt bậc, từ 1.5 tỷ USD năm 2007 lên hơn 500 tỷ USD vào năm 2021. Xu hướng này không chỉ phản ánh nhu cầu vốn cho các dự án xanh mà còn cho thấy sự chuyển dịch trong tư duy đầu tư toàn cầu, từ lợi nhuận đơn thuần sang các yếu tố bền vững và trách nhiệm xã hội. Ở cấp độ khu vực, ASEAN đã trở thành một điểm đến hấp dẫn cho các nhà đầu tư tài chính xanh. Báo cáo của Ngân hàng Phát triển Châu Á (*Asian Development Bank, ADB*) chỉ ra rằng thị trường trái phiếu bền vững tại ASEAN+3 đã tăng trưởng 29.3% trong năm 2024, vượt xa mức tăng trưởng toàn cầu. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy một phần bởi “*greenium*”, một khoản chênh lệch lợi suất thấp hơn so với trái phiếu thông thường, giúp giảm chi phí vay vốn cho các dự án xanh. Đặc biệt, các nền kinh tế tiên phong như Singapore, Malaysia và Thái Lan đã xây dựng danh mục phân loại xanh (*green taxonomy*) quốc gia để định nghĩa và chuẩn hóa các hoạt động bền vững. Danh mục này đóng vai trò then chốt trong việc giảm thiểu rủi ro “*greenwashing*” (“tẩy xanh”), củng cố niềm tin của thị trường và thu hút nhà đầu tư quốc tế bằng cách thiết lập các tiêu chí rõ ràng, từ đó giảm sự bất đối xứng thông tin và tăng tính minh bạch của thị trường.

Tại Việt Nam, chính sách tài chính xanh đang được đẩy mạnh với nhiều văn bản quy phạm pháp luật mới được ban hành trong giai đoạn 2022–2024, thể hiện định hướng rõ ràng về việc tạo dựng môi trường pháp lý thuận lợi cho chuyển đổi xanh. Đáng chú ý, Nghị định số 08/2022/NĐ-CP quy định chi tiết việc giảm nhẹ phát thải khí nhà kính và bảo vệ tầng ozone, đồng thời đặt nền tảng cho việc xây dựng thị trường carbon trong nước. Đây là công cụ tài chính xanh trọng yếu nhằm định giá và kiểm soát lượng phát thải. Song song đó, Quyết định số 1677/QĐ-TTg năm 2022 phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021–2030, tầm nhìn 2050 này nhấn mạnh vai trò của khu vực tư nhân và thị trường vốn trong việc huy động nguồn lực đầu tư cho các dự án năng lượng sạch, hạ tầng xanh và đổi mới công nghệ. Hai văn bản này đánh dấu bước chuyển quan trọng từ định hướng vĩ mô sang thực thi thể chế cụ thể trong quản lý tài chính xanh. Tuy nhiên, hiệu quả của các chính sách này trong việc thu hút vốn tư nhân vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ. Phần lớn các công trình trong nước chủ yếu dừng lại ở mô tả thực trạng hoặc phân tích chính sách ở cấp khái quát.³ Các nghiên cứu trước chưa làm rõ mức độ hiệu lực của khung thể chế tài chính xanh và cơ chế tham gia của khu vực tư nhân trong huy động vốn cho chuyển đổi năng lượng. Khoảng trống nghiên cứu hiện nay nằm ở việc thiếu các phân tích về cách các công cụ pháp lý mới (như Nghị định số 08/2022/NĐ-CP và Quyết định số 1677/QĐ-TTg) có thể được vận dụng để kích hoạt dòng vốn tư nhân, đặc biệt trong các dự án năng lượng tái tạo quy mô lớn.

Do đó, nghiên cứu này tập trung vào góc độ thể chế, cụ thể là khung chính sách và cơ chế điều tiết, nhằm khơi thông và huy động nguồn vốn tư nhân cho chuyển đổi năng lượng xanh ở Việt Nam. Cách tiếp cận này mang tính ứng dụng cao, giúp lấp đầy khoảng trống giữa chủ trương vĩ mô và thực thi chính sách tài chính xanh. Các dữ liệu được thu thập có hệ thống từ các nguồn chính thống, bao gồm các báo cáo quốc gia của MAS Singapore, Malaysia, SEC Thailand; và các nghiên cứu học thuật trong giai đoạn gần đây. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích so sánh định tính kết hợp phân tích nội dung và lập ma trận đối chiếu giữa bốn quốc gia (Việt

3 Mai Đình Lâm, Mai Thị Kim Oanh, “Giải pháp hoàn thiện chính sách chi ngân sách nhà nước cho bảo vệ môi trường tại Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 01, 2024.

Nam, Singapore, Malaysia, Thái Lan). Bằng việc phân tích sâu các quy định pháp lý, các công cụ thị trường đang được triển khai và vai trò của doanh nghiệp tư nhân, nghiên cứu hướng tới việc xác định các yếu tố thể chế cản trở hoặc thúc đẩy dòng vốn tư nhân tham gia vào chuyển đổi năng lượng – một hướng nghiên cứu mới mẻ, có giá trị thực tiễn đối với quá trình hoạch định chính sách tài chính bền vững tại Việt Nam. Như vậy, trong khi các nghiên cứu trước chủ yếu tiếp cận tài chính xanh dưới góc độ xu hướng hoặc nhu cầu vốn, thì nghiên cứu này mở rộng cách tiếp cận theo hướng thể chế hóa tài chính xanh, đặt trọng tâm vào cơ chế huy động vốn tư nhân thông qua chính sách và khung pháp lý mới. Đây chính là đóng góp quan trọng của bài nghiên cứu đối với diễn đàn học thuật và thực tiễn chính sách hiện nay.

1. Thực trạng huy động tài chính xanh tại Việt Nam

Khu vực tư nhân tại Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều rào cản khi tiếp cận nguồn vốn xanh, đồng thời chịu áp lực từ quá trình chuyển đổi năng lượng. Những rào cản này bao gồm sự thiếu hụt thông tin về các dự án bền vững và khó khăn trong việc chứng minh tính khả thi của các sáng kiến xanh. Hơn nữa, các doanh nghiệp phải đối mặt với áp lực từ quá trình chuyển đổi năng lượng, yêu cầu họ phải điều chỉnh hoạt động kinh doanh để phù hợp với các tiêu chuẩn môi trường hiện đại. Đặc biệt là trong thương mại xuyên biên giới, Cơ chế điều chỉnh carbon biên giới (*Carbon Border Adjustment Mechanism, CBAM*) của Liên minh châu Âu (*European Union, EU*) càng làm tăng thêm thách thức. CBAM yêu cầu các nhà xuất khẩu vào EU phải mua chứng nhận carbon tương ứng với lượng khí thải mà sản phẩm của họ tạo ra trong quá trình sản xuất. Mục tiêu của CBAM là tạo ra một sân chơi công bằng cho các doanh nghiệp trong EU và ngăn chặn hiện tượng “chuyển dịch carbon”, tức là việc các công ty chuyển sản xuất sang các nước có tiêu chuẩn môi trường lỏng lẻo hơn để tránh chi phí phát thải. Hệ quả là, các doanh nghiệp Việt Nam trong các ngành xuất khẩu chủ lực như thép, xi măng, và dệt may phải đối mặt với áp lực giảm phát thải nhanh chóng để duy trì khả năng cạnh tranh. Nếu không đáp ứng được các tiêu chuẩn này, sản phẩm của họ có thể bị đánh thuế cao hơn hoặc bị loại khỏi chuỗi cung ứng của EU. Điều này khiến nhu cầu chuyển đổi sang sản xuất xanh và tiếp cận nguồn vốn bền vững trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết.

Tuy nhiên, thị trường tài chính xanh Việt Nam cũng đang cho thấy những dấu hiệu tích cực và tiềm năng phát triển mạnh mẽ. Theo báo cáo của FiinRatings,⁴ tổng giá trị phát hành trái phiếu Xanh, xã hội, bền vững và liên kết bền vững (*Green, social, sustainability, and sustainability-linked securities, GSSS*) từ năm 2016 đến 2024 đã đạt gần 33.5 nghìn tỷ VND, tương đương khoảng 1.4 tỷ USD. Năm 2024, thị trường ghi nhận mức tăng trưởng 171%, với tổng giá trị phát hành đạt 6,875.1 tỷ VND. Sự phát triển này chiếm 1.5% tổng giá trị phát hành trái phiếu doanh nghiệp mới, cho thấy sự quan tâm ngày càng tăng từ các nhà đầu tư. Một yếu tố quan trọng thúc đẩy sự tăng trưởng này là sự đa dạng hóa chủ thể phát hành. Trước đây, chủ yếu các ngân hàng lớn tham gia phát hành trái phiếu xanh. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp phi tài chính cũng đã bắt đầu tham gia, mở rộng khả năng huy động vốn cho các dự án bền vững. Các giao dịch này cũng tuân thủ nguyên tắc trái phiếu xanh của Hiệp hội Thị trường

4 FiinRatings, “Green bonds - A new driver for sustainable capital market development in Vietnam 2025”, *FiinRatings*, 2025.

Trái phiếu Quốc tế (*International Capital Market Association, ICMA*) và được xác minh độc lập bởi các tổ chức uy tín như Moody's, S&P và FiiinRatings. Điều này giúp tăng tính minh bạch và ngăn chặn hiện tượng “tẩy xanh”. Thị trường trái phiếu Xanh, xã hội, bền vững và liên kết bền vững cung cấp các kỳ hạn phát hành kéo dài từ 2 đến 20 năm. Điều này giúp đáp ứng nhu cầu vốn dài hạn cho các dự án xanh, như năng lượng tái tạo và phát triển hạ tầng bền vững. Cuối cùng, lãi suất cạnh tranh, hay còn gọi là “greenium”, là một yếu tố hấp dẫn khác. Khái niệm này chỉ ra rằng các trái phiếu xanh thường có lãi suất thấp hơn so với các trái phiếu truyền thống, nhờ vào sự quan tâm và nhu cầu từ các nhà đầu tư. Điều này giúp các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận nguồn vốn, khuyến khích họ đầu tư vào các dự án bền vững hơn.

Tuy nhiên, khuôn khổ thể chế tài chính xanh tại Việt Nam vẫn đang trong quá trình hoàn thiện. Nhiều nghiên cứu⁵ chỉ ra rằng các hạn chế lớn nhất nằm ở sự thiếu đồng bộ trong quy định, thiếu chuẩn hóa định nghĩa về “tài chính xanh” và “dự án xanh”. Thông tư số 17/2022/TT-NHNN mới chỉ đưa ra định hướng chung, chưa có tiêu chí định lượng rõ ràng hay cơ chế giám sát độc lập. Điều này khiến hoạt động phát hành trái phiếu xanh vẫn phụ thuộc nhiều vào khung chuẩn quốc tế như *Green bond principles* (ICMA) và *Climate bonds standard* (CBI). Về phía nhà đầu tư, một nghiên cứu gần đây đã chỉ ra ba điểm yếu nổi bật trong thị trường trái phiếu xanh:⁶ (i) nhận thức còn hạn chế về lợi ích và tiềm năng của công cụ này, (ii) khung pháp lý chưa đủ hoàn thiện để hỗ trợ phát triển thị trường, và (iii) cơ sở hạ tầng thị trường còn yếu, hạn chế khả năng tiếp cận và giao dịch. Nghiên cứu gần đây về khu vực chỉ ra rằng tài chính xanh có thể đóng vai trò trụ cột trong quá trình phục hồi kinh tế bền vững, ngay cả khi đối mặt với các cuộc khủng hoảng nghiêm trọng như đại dịch COVID-19.⁷ Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc đầu tư đồng bộ vào giáo dục và đổi mới công nghệ. Những khoản đầu tư này không chỉ tăng cường khả năng chống chịu của nền kinh tế trước các cú sốc mà còn thúc đẩy tăng trưởng dài hạn. Tuy nhiên, bài học quốc tế cũng chỉ ra rằng các cơ chế tài chính xanh không thể vận hành hiệu quả nếu không song hành với các chính sách giảm dần các hoạt động phát thải cao, phát triển công nghệ carbon thấp (như hydro xanh), và đầu tư vào hạ tầng sản xuất – phân phối năng lượng sạch. Các mô hình thành công từ Singapore, Malaysia và EU cho thấy rằng sự kết hợp giữa khung pháp lý rõ ràng, tiêu chuẩn báo cáo Môi trường, Xã hội và Quản trị (*Environmental, Social, and Governance, ESG*) bắt buộc, và các quỹ đồng tài trợ nhằm giảm rủi ro đầu tư là yếu tố then chốt để thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ hơn từ khu vực

- 5 Quang-Thanh Ngo, Hoa Anh Tran and Hai Thi Thanh Tran, “The impact of green finance and Covid-19 on economic development: capital formation and educational expenditure of ASEAN economies”, *China Finance Review International*, Vol. 12 (2), tr. 261-279, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1108/CFRI-05-2021-0087>; Anh Huu Nguyen, Mai Hoang Thi Do, Thinh Gia Hoang and Loan Quynh Thi Nguyen, “Green financing for sustainable development: Insights from multiple cases of Vietnamese commercial banks”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 32(1), 2022, tr. 321-335, DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.3132>; Sumanta Bhattacharya & Bhavneet Kaur Sachdev, “Regulatory challenges and opportunities for future fintech and green finance”, In: Sharma, V., Gupta, M., Arora, N., Rocha, A. (eds.), *Blockchain's transformative potential of financial technology for sustainable futures*, Information Systems Engineering and Management, Springer, Cham, Vol. 17, 2024, tr. 103-122, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-70219-8_7
- 6 Phi-Hung Nguyen, Lan-Anh Thi Nguyen, Hong-Quan Le, “Navigating critical barriers for green bond markets using A fuzzy multi-criteria decision-making model: Case study in Vietnam”, *Heliyon*, Vol. 10(13), 2024, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33493>
- 7 Quang-Thanh Ngo, Hoa Anh Tran and Hai Thi Thanh Tran, “The impact of green finance and Covid-19 on economic development: Capital formation and educational expenditure of ASEAN economies Available to purchase”, *China Finance Review International*, Vol.12(2), 2022, tr. 261-279, DOI: <https://doi.org/10.1108/CFRI-05-2021-0087>

tư nhân. Tất cả các yếu tố này đang trực tiếp kìm hãm sự hình thành và mở rộng của thị trường vốn xanh tại Việt Nam, qua đó ảnh hưởng tiêu cực đến tiến trình chuyển đổi sang nền kinh tế carbon thấp và các mục tiêu phát triển bền vững. Do đó, việc cải cách thể chế, hoàn thiện khung pháp lý, đồng thời nâng cao nhận thức và năng lực cho nhà đầu tư cùng các bên liên quan là điều kiện tiên quyết để gia tăng sức hút của dòng vốn xanh và thúc đẩy sự phát triển của thị trường tài chính xanh quốc gia.

Để làm rõ hướng hoàn thiện thể chế, nghiên cứu này chọn ba quốc gia so sánh, Singapore, Malaysia và Thái Lan. Việc lựa chọn này mang tính hệ thống, dựa trên hai tiêu chí chính. *Thứ nhất*, cả ba quốc gia đều thuộc khối ASEAN, có bối cảnh kinh tế tương đồng với Việt Nam, bao gồm mức thu nhập trung bình, định hướng xuất khẩu cao và cam kết chuyển đổi năng lượng mạnh mẽ. *Thứ hai*, các nước này đã đạt được thành công đáng kể trong việc xây dựng khung pháp lý và vận hành thị trường tài chính xanh, đặc biệt là trong phát triển thị trường tín chỉ carbon và quỹ đầu tư bền vững. Singapore và Malaysia được xem là hai mô hình điển hình trong khu vực, nơi nhà nước giữ vai trò “kiến tạo thể chế”, đồng thời thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ của khu vực tư nhân. Do đó, việc lựa chọn Singapore, Malaysia và Thái Lan trong nghiên cứu này không phải ngẫu nhiên. Ba quốc gia này đại diện cho các cấp độ phát triển thể chế khác nhau trong cùng một khối khu vực, cung cấp cái nhìn so sánh hệ thống và thực chứng để Việt Nam học hỏi và điều chỉnh chính sách một cách phù hợp hơn với điều kiện nội tại.

**Bảng 1: Tài chính xanh tại các nền kinh tế ASEAN:
Việt Nam, Singapore, Malaysia và Thái Lan**

Tiêu chí	Việt Nam	Singapore	Malaysia	Thái Lan
Khung pháp lý & chính sách	Đang hoàn thiện: Chiến lược Tăng trưởng Xanh 2021–2030; Luật Bảo vệ Môi trường (2020) có điều khoản về tín chỉ carbon nhưng chưa có thị trường chính thức. Chính phủ đã thiết lập các cơ chế hỗ trợ tín dụng và ưu đãi thuế cho các dự án xanh, đồng thời khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân.	Khung tiên tiến: Chính phủ công bố Kế hoạch Hành động Tài chính Xanh; phát triển <i>Singapore Green Taxonomy</i> (MAS); kế hoạch phát hành trái phiếu xanh công (<i>Government green SGS</i>). Chính phủ Singapore đã thiết lập các quy định rõ ràng cho việc phát hành trái phiếu xanh, bao gồm tiêu chuẩn về minh bạch và báo cáo nhằm đảm bảo tính chính xác trong việc sử dụng vốn.	Khung tương đối hoàn chỉnh. Chính phủ Malaysia đã phát triển Khung Tài chính bền vững, bao gồm các quy định rõ ràng cho việc phát hành trái phiếu xanh và các công cụ tài chính khác. Malaysia đã ban hành phân loại đầu tư bền vững và có trách nhiệm; hướng dẫn phát hành <i>SRI sukuk</i> và trái phiếu xanh; đồng thời khuyến khích phát triển thị trường vốn bền vững.	Khung đang hoàn thiện: SEC Thailand ban hành chính sách hỗ trợ phát hành xanh và thúc đẩy thị trường nội địa. Các tổ chức liên quan, như Cục Quản lý nợ công, cũng phát triển các báo cáo thường niên về trái phiếu bền vững nhằm cung cấp thông tin cho nhà đầu tư. Thái Lan khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân thông qua các chương trình hỗ trợ và ưu đãi, nhằm tạo ra một môi trường thuận lợi cho phát triển thị trường tài chính xanh.
Quy mô thị trường trái phiếu xanh	Việt Nam có quy mô nhỏ trong lĩnh vực GSSS (trái phiếu xanh/xã hội/bền vững/liên kết bền vững), với tổng giá trị tích lũy từ 2016 đến 2024 khoảng 33.5 nghìn tỷ VND (khoảng 1.4 tỷ USD).	Quy mô lớn khu vực: Chính phủ công bố phát hành công tới S\$35bn (mục tiêu đến 2030)	Quy mô đáng kể trong ASEAN: Malaysia chiếm khoảng 60% thị phần toàn cầu trong lĩnh vực <i>SRI sukuk</i> (trái phiếu <i>sukuk</i> bền vững và có trách nhiệm).	Quy mô tăng nhanh: Thái Lan có khối lượng phát hành bền vững đáng kể trong năm 2022–2023.

Cơ chế ưu đãi (thuế, phí, bảo lãnh)	Hạn chế: Một số ưu đãi thử nghiệm, nhưng chưa có cơ chế bảo lãnh xanh quốc gia quy mô; thiếu ưu đãi thuế cụ thể; chính sách tín dụng xanh còn ở giai đoạn khuyến khích. (Ngân hàng Nhà nước VN, Bộ Tài chính).	Rộng rãi: ưu tiên chính sách cho phát hành trái phiếu xanh; khuyến khích cơ chế hợp vốn công-tư; các ưu đãi, quỹ đầu tư công dân dắt phát hành <i>sovereign green bonds</i> ; hỗ trợ kỹ thuật cho phát hành	Có cơ chế hỗ trợ cho <i>SRI sukuk</i> /trái phiếu, phí niêm yết ưu đãi, khuyến khích đầu tư xanh; một số chương trình phối hợp công – tư và quỹ tạo đòn bẩy.	Chính phủ hỗ trợ phí phát hành, khuyến khích doanh nghiệp phát hành cho dự án xanh.
Mức độ tham gia khu vực tư nhân	Các doanh nghiệp lớn xuất khẩu (dệt may, điện tử) và một số doanh nghiệp năng lượng tái tạo tham gia; SMEs gần như bị loại trừ do rủi ro và thiếu tiếp cận vốn dài hạn.	Cao & tích cực: các ngân hàng, quỹ tài sản và tổ chức quản lý tài sản tham gia mạnh; trung tâm tài chính thu hút nhà đầu tư quốc tế.	Tương đối cao: ngân hàng và các tổ chức Hồi giáo (<i>sukuk</i>) tích cực phát hành <i>SRI sukuk</i> ; doanh nghiệp lớn có cơ sở tham gia cao.	Đang tăng: doanh nghiệp địa phương bắt đầu phát hành, đặc biệt trong năng lượng và giao thông; nhưng SMEs vẫn khó tiếp cận; thị trường tư nhân tăng trưởng nhưng chưa đồng đều.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Một trong những ví dụ điển hình là Singapore, quốc gia đã triển khai *Green finance action plan* như một chiến lược toàn diện nhằm thúc đẩy phát triển tài chính xanh. Kế hoạch này bao gồm các chính sách và biện pháp cụ thể để khuyến khích đầu tư vào các dự án bền vững. Một trụ cột quan trọng của chiến lược Singapore là việc thiết lập “*taxonomy*” quốc gia. Đây là bộ phân loại chi tiết các hoạt động và dự án kinh tế theo mức độ đóng góp vào mục tiêu bền vững. Những tiêu chí này giúp xác định rõ ràng đâu là các hoạt động có lợi cho môi trường, như năng lượng tái tạo, giao thông sạch và quản lý nước hiệu quả. Nhờ có “*taxonomy*”, các nhà đầu tư dễ dàng nhận diện các cơ hội đầu tư bền vững. Điều này giúp họ đưa ra quyết định đầu tư thông minh hơn, giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa lợi nhuận từ các dự án xanh. Ngoài ra, Singapore yêu cầu các doanh nghiệp công bố thông tin liên quan đến ESG. Các dữ liệu ESG được chuẩn hóa theo khung *Task force on climate-related financial disclosures* (TCFD), đảm bảo khả năng so sánh và truy xuất nguồn dữ liệu giữa các quốc gia. Để hỗ trợ nhà đầu tư, Chính phủ Singapore còn thành lập các quỹ đồng tài trợ xanh (*Green co-funding schemes*), hoạt động theo cơ chế hợp tác công-tư (*Public-Private Partnership*, PPP). Các quỹ này sử dụng vốn công làm vốn môi, đồng thời huy động thêm từ các định chế tài chính như Tập đoàn Tài chính Quốc tế (*International Finance Corporation*, IFC và Ngân hàng Phát triển Châu Á, qua đó giảm gánh nặng chi phí vốn và tăng khả năng tiếp cận tín dụng xanh cho doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs). Mô hình Singapore khẳng định rằng, sự kết hợp giữa thể chế minh bạch, công cụ tài chính đa dạng và cơ chế đồng tài trợ linh hoạt là điều kiện tiên quyết để thu hút dòng vốn tư nhân vào tài chính xanh. Đây cũng là kinh nghiệm quan trọng để Việt Nam tham khảo trong việc xây dựng Luật Tài chính xanh và Quỹ Bảo lãnh tín dụng xanh trong tương lai gần, hướng tới một hệ sinh thái tài chính bền vững, minh bạch và hội nhập quốc tế.

Trong khi đó, Malaysia lại nổi bật với chiến lược gắn kết tài chính xanh và tài chính Hồi giáo thông qua công cụ *SRI sukuk* (trái phiếu *sukuk* bền vững), hiện chiếm khoảng 60% thị phần toàn cầu (*Securities Commission Malaysia*, 2025).⁸ *SRI sukuk* là

8 Securities Commission Malaysia, “Outlook for 2025”, 2025, <https://www.sc.com.my/annual-report-2024/capital-market-review-outlook/outlook-for-2025>

các trái phiếu Hồi giáo được phát hành để tài trợ cho các dự án bền vững. Chúng không chỉ tuân thủ các nguyên tắc tài chính Hồi giáo mà còn đáp ứng các tiêu chí về ESG. Điều này giúp thu hút các nhà đầu tư quan tâm đến các dự án xanh và bền vững. Trong năm 2023, tổng giá trị phát hành *SRI sukuk* của Malaysia đạt khoảng RM27.61 tỷ. Đây là một con số ấn tượng, cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của thị trường trái phiếu bền vững tại quốc gia này. Chính phủ Malaysia cung cấp nhiều ưu đãi tài chính để khuyến khích phát triển thị trường *SRI sukuk*. Một trong những ưu đãi quan trọng là hỗ trợ lên đến 90% chi phí đánh giá độc lập cho các dự án. Điều này giúp giảm bớt gánh nặng tài chính cho các doanh nghiệp khi họ muốn phát hành *sukuk*. Chính phủ cũng tập trung vào việc hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ và giúp họ tiếp cận vốn qua *SRI sukuk*. Từ năm 2025, Malaysia sẽ định hướng báo cáo bền vững theo chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế (*International Financial Reporting Standards, IFRS*). Việc này sẽ giúp nâng cao chất lượng thông tin tài chính và bền vững của các doanh nghiệp. Điều này không chỉ tạo ra sự minh bạch mà còn thu hút nhiều nhà đầu tư quốc tế hơn. Vì vậy, Malaysia đang dẫn đầu trong lĩnh vực tài chính Hồi giáo thông qua *SRI sukuk*, với một hệ sinh thái mạnh mẽ và các chính sách hỗ trợ hiệu quả.

Ngoài ra, Thái Lan là ví dụ khác cho thấy vai trò chủ động của Nhà nước trong phát triển thị trường tài chính bền vững. Văn phòng Quản lý nợ công (*Public debt management office, PDMO*)⁹ của Thái Lan đã phát hành trái phiếu bền vững như một biện pháp để tạo chuẩn mực cho thị trường. Những trái phiếu này không chỉ phục vụ mục đích tài chính mà còn đảm bảo rằng các khoản đầu tư được thực hiện vào các dự án có lợi cho môi trường và xã hội. Việc phát hành trái phiếu bền vững nhằm thiết lập một chuẩn mực cho thị trường tài chính xanh. Điều này không chỉ giúp nâng cao uy tín của thị trường trái phiếu bền vững mà còn tạo ra một nền tảng để các nhà đầu tư có thể so sánh và đánh giá các cơ hội đầu tư khác. Một trong những mục tiêu chính của việc phát hành trái phiếu bền vững là thu hút vốn đầu tư cho các dự án cơ sở hạ tầng. Các dự án này thường yêu cầu vốn lớn và dài hạn, và trái phiếu bền vững cung cấp một kênh tài chính hiệu quả cho các nhà đầu tư, bao gồm cả các quỹ đầu tư và các tổ chức tài chính. Sự tham gia của chính phủ qua việc phát hành trái phiếu bền vững gửi đi một tín hiệu thị trường rõ ràng về cam kết đối với các dự án bền vững. Khi chính phủ đứng ra phát hành trái phiếu, nó không chỉ khẳng định tính khả thi và tiềm năng của các dự án mà còn tạo động lực cho khu vực tư nhân tham gia. Điều này có thể dẫn đến sự hợp tác giữa chính phủ và các doanh nghiệp, từ đó thúc đẩy sự phát triển của thị trường tài chính xanh. Sự phát triển của thị trường trái phiếu bền vững ở Thái Lan là minh chứng cho vai trò quan trọng của chính phủ trong việc tạo ra một môi trường tài chính thuận lợi. Qua việc phát hành trái phiếu bền vững, Thái Lan không chỉ nâng cao khả năng huy động vốn mà còn khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân, từ đó góp phần vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Tóm lại, cả ba trường hợp đều khẳng định rằng sự kết hợp giữa khung pháp lý rõ ràng, cơ chế ưu đãi tài chính, chuẩn báo cáo minh bạch, và các công cụ chia sẻ rủi ro là chìa khóa để thúc đẩy dòng vốn tư nhân vào tài chính xanh. Đồng thời, những kinh nghiệm này cũng chỉ ra rằng sự thành công của cơ chế tài

9 Public Debt Management Office, *Sustainability bond annual report 2023*, Ministry of Finance, Thailand, 2024, https://www.pdmo.go.th/pdmomedia/documents/2023/Dec/Sustainability%20Bond%20Annual%20Report%202023.pdf?utm_truy_cập_ngày=23/9/2025.

chính xanh phụ thuộc không chỉ vào cấu trúc thị trường vốn, mà còn vào khả năng gắn kết với chính sách giảm phát thải, đổi mới công nghệ carbon thấp, và đầu tư vào hạ tầng năng lượng sạch.

2. Kiến nghị định hướng thể chế cho Việt Nam

Từ những kinh nghiệm quốc tế, để kích hoạt dòng vốn tư nhân và thúc đẩy quá trình chuyển đổi xanh, Việt Nam cần xây dựng một lộ trình cải cách thể chế tài chính xanh toàn diện, gắn kết chặt chẽ giữa khung pháp lý, cơ chế thị trường và năng lực thực thi. Trước hết, Việt Nam cần ban hành một luật hoặc nghị định riêng về tài chính xanh nhằm tạo nền tảng pháp lý vững chắc cho toàn bộ hệ thống. Văn bản này cần quy định rõ tiêu chí xác định “dự án xanh”, nghĩa vụ công bố thông tin ESG, cùng cơ chế kiểm toán và giám sát môi trường. Đây là những yếu tố còn thiếu trong hệ thống hiện hành, khiến thị trường tài chính xanh của Việt Nam còn manh mún, thiếu tính minh bạch và chưa thu hút được niềm tin từ nhà đầu tư trong và ngoài nước. Song song với đó, việc xây dựng Khung phân loại xanh quốc gia (*Vietnam green taxonomy*) tương thích với ASEAN Taxonomy và EU Taxonomy là bước đi thiết yếu. Hiện nay, Việt Nam chưa có định nghĩa pháp lý thống nhất về “tài chính xanh” và “dự án xanh”, dẫn đến sự không đồng bộ trong thẩm định và cấp tín dụng. Khi có khung phân loại quốc gia, các ngân hàng và tổ chức tài chính có thể xác định chính xác loại hình đầu tư nào được coi là xanh, qua đó chuẩn hóa quy trình cấp vốn, giảm rủi ro pháp lý và nâng cao niềm tin thị trường.

Bên cạnh đó, việc thiết lập thị trường tín chỉ carbon nội địa theo mô hình thử nghiệm (*sandbox*) ở các ngành phát thải cao như xi măng, nhiệt điện, và hóa chất, đi kèm với cơ chế quota phát thải và giao dịch tín chỉ, sẽ tạo động lực kinh tế mạnh mẽ để doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ giảm phát thải. Về phần huy động vốn, Việt Nam cũng cần hoàn thiện khung pháp lý cho trái phiếu xanh và quỹ đầu tư xanh, quy định rõ nguyên tắc công bố thông tin, giám sát dòng tiền và chế tài xử lý sai mục đích. Không chỉ vậy, cần khuyến khích thành lập các quỹ đầu tư xanh tư nhân hoặc mô hình PPP để chia sẻ rủi ro. Cụ thể hơn, trong lĩnh vực tín dụng, cần thiết kế chính sách ưu đãi như giảm lãi suất, kéo dài kỳ hạn vay cho các dự án đạt chuẩn. Việc thành lập Quỹ Bảo lãnh tín dụng xanh cũng đặc biệt quan trọng để hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, kinh nghiệm quốc tế cho thấy các rào cản về quy định và môi trường chính sách (ví dụ: yêu cầu vốn và thanh khoản chưa ưu tiên tài sản xanh) vẫn đang hạn chế khả năng cho vay của ngân hàng. Chính vì thế, Việt Nam cần đồng bộ hóa các tiêu chuẩn báo cáo theo các khung Báo cáo bền vững toàn cầu (*Global Reporting Initiative, GRI*), khung báo cáo tài chính bền vững (*Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD*), hoặc Hội đồng Tiêu chuẩn Báo cáo Bền vững Quốc tế (*International Sustainability Standards Board, ISSB*), qua đó nâng cao tính minh bạch. Những giải pháp này không chỉ giúp tháo gỡ rào cản pháp lý mà còn tạo hành lang ổn định, minh bạch, qua đó mở rộng khả năng tiếp cận vốn xanh, đặc biệt cho khu vực tư nhân. Chỉ khi các điều kiện nền tảng này được đáp ứng, khu vực tư nhân mới có thể đóng vai trò thực chất và bền vững trong tiến trình chuyển đổi xanh, góp phần đưa Việt Nam đạt mục tiêu Net Zero vào năm 2050, đồng thời biến tài chính xanh và chuyển đổi năng lượng thành động lực chiến lược cho tăng trưởng kinh tế bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Để bảo đảm tính khả thi, hiệu quả và duy trì động lực chính sách trong dài hạn, lộ trình triển khai cần được thiết kế theo hai giai đoạn cụ thể, phù hợp với năng lực thể chế và điều kiện thị trường của Việt Nam:

- Giai đoạn 2025–2027: (i) Hoàn thiện Khung phân loại xanh quốc gia, hài hòa với các chuẩn ASEAN và quốc tế; (ii) Ban hành hướng dẫn thực hiện thí điểm thị trường carbon nội bộ trong một số ngành phát thải cao; (iii) Thành lập Quỹ Bảo lãnh tín dụng xanh và thí điểm hợp tác PPP trong các dự án năng lượng tái tạo quy mô vừa; (iv) Xây dựng Bộ tiêu chuẩn báo cáo ESG quốc gia, dựa trên khung GRI, TCFD và ISSB, yêu cầu công bố thông tin định kỳ đối với các doanh nghiệp niêm yết.

- Giai đoạn 2028–2035: (i) Ban hành Luật Tài chính xanh với phạm vi điều chỉnh toàn diện, bao gồm cả khung pháp lý cho trái phiếu xanh, quỹ đầu tư xanh, và thị trường carbon; (ii) Chính thức vận hành thị trường carbon quốc gia, liên thông với thị trường khu vực ASEAN; (iii) Mở rộng quy mô Quỹ Bảo lãnh tín dụng xanh, thu hút thêm nguồn lực từ các định chế tài chính quốc tế và phát triển cơ chế “xếp hạng tín dụng xanh” cho doanh nghiệp; (iv) Tích hợp tiêu chí phát thải carbon và tính bền vững vào quy trình thẩm định tín dụng, đầu tư công và mua sắm của Nhà nước.

Việc thực hiện lộ trình này không chỉ mang ý nghĩa kỹ thuật mà còn là bước chuyển đổi mang tính thể chế. Các chính sách đề xuất hướng tới giảm rủi ro, tăng tính minh bạch và tạo môi trường thuận lợi để vốn tư nhân đồng hành cùng Nhà nước trong quá trình chuyển đổi năng lượng. Nếu được triển khai đúng hướng, Việt Nam có thể thu hút dòng vốn xanh quốc tế, giảm áp lực ngân sách công, và tiến gần hơn tới mục tiêu Net Zero 2050. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Sumanta Bhattacharya & Bhavneet Kaur Sachdev, “Regulatory challenges and opportunities for future fintech and green finance”, in: Sharma, V., Gupta, M., Arora, N., Rocha, A. (eds.), *Blockchain’s transformative potential of financial technology for sustainable futures*, Information Systems Engineering and Management, Springer, Cham, Vol. 17, 2024, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-70219-8_7
- [2] FiiinRatings, “Green bonds – A new driver for sustainable capital market development in Vietnam 2025”, *FiiinRatings*, 2025
- [3] Mai Đình Lâm, Mai Thị Kim Oanh, “Giải pháp hoàn thiện chính sách chi ngân sách nhà nước cho bảo vệ môi trường tại Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 01, 2024
- [4] Clodagh Muldoon, Caroline Harrison and Deepak Sharma, *Sustainable debt: Global state of the market 2024*, Climate Bonds Initiative, 2025
- [5] Quang-Thanh Ngo, Hoa Anh Tran and Hai Thi Thanh Tran, “The impact of green finance and Covid-19 on economic development: Capital formation and educational expenditure of ASEAN economies”, *China Finance Review International*, Vol. 12 (2), 2022, DOI: <https://doi.org/10.1108/CFRI-05-2021-0087>
- [6] Anh Huu Nguyen, Mai Hoang Thi Do, Thinh Gia Hoang and Loan Quynh Thi Nguyen, “Green financing for sustainable development: Insights from multiple cases of Vietnamese commercial banks”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 32(1), 2022, DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.3132>
- [7] Phi-Hung Nguyen, Lan-Anh Thi Nguyen, Hong-Quan Le, “Navigating critical barriers for green bond markets using A fuzzy multi-criteria decision-making model: Case study in Vietnam”, *Heliyon*, Vol. 10(13), 2024, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33493>
- [8] Public Debt Management Office, *Sustainability bond annual report 2023*, Ministry of Finance, Thailand, 2024
- [9] Securities Commission Malaysia, “Outlook for 2025”, 2025
- [10] World Bank, “Báo cáo mới của Nhóm Ngân hàng Thế giới đề xuất lộ trình để Việt Nam giải quyết các rủi ro khí hậu đồng thời duy trì tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ”, *World Bank Group*, 2022

CHỈ TỐ RÀO ĐÓN TRONG HỘI THOẠI VĂN HỌC: NGHIÊN CỨU TẬP TRUYỆN NGẮN ĐẢO CỦA NGUYỄN NGỌC TU

TS PHAN TUẤN LY

Trường ĐH Luật TP. Hồ Chí Minh
Ho Chi Minh City University of Law
Email: ptly@hcmulaw.edu.vn

ThS NGÔ HẢI QUÂN

Khoa Văn học và Ngôn ngữ học, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn;
Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh

Faculty of Literature and Linguistics, University of Social Sciences and Humanities;
Ho Chi Minh City National University
Email: ngohaiquan1996@gmail.com

ThS PHẠM THỊ THUY DUNG

Trường ĐH Luật TP. Hồ Chí Minh
Ho Chi Minh City University of Law
Email: pttdung@hcmulaw.edu.vn

Tóm tắt

Bài viết nghiên cứu chỉ tố rào đón trong diễn ngôn hội thoại của các nhân vật trong tập truyện ngắn Đảo của nhà văn Nguyễn Ngọc Tu. Lý thuyết Siêu diễn ngôn được sử dụng để khái quát đặc trưng của chỉ tố rào đón trong diễn ngôn hội thoại văn học. Phương pháp miêu tả ngôn ngữ học và phân tích diễn ngôn được sử dụng để khái quát đặc trưng của các chỉ tố rào đón trong tác phẩm văn học. Kết quả nghiên cứu cho thấy chỉ tố rào đón trong diễn ngôn hội thoại văn học của tác giả Nguyễn Ngọc Tu xuất hiện với tần suất thấp, nhưng đa dạng trong phương thức diễn đạt. Các phương thức diễn đạt thường thấy có thể phân thành ba nhóm: các chỉ tố tình thái, các chỉ tố hiện thực hóa câu hỏi tu từ và tiểu từ tình thái cuối phát ngôn. Điều này có thể bước đầu cho thấy chỉ tố rào đón trong diễn ngôn nói của con người miền Tây Nam Bộ có khả năng xuất hiện không nhiều.

Từ khóa: siêu diễn ngôn, chỉ tố rào đón, diễn ngôn hội thoại, hội thoại văn học, Nguyễn Ngọc Tu

Abstract

This study examines hedging markers in the conversational discourse of characters in *Đảo* (2022), a short story collection by Nguyễn Ngọc Tu. Drawing on Metadiscourse theory, the paper aims to identify and describe the distinctive features and roles of hedging markers in literary conversational discourse. Employing linguistic descriptive methods in combination with discourse analysis, the study reveals that hedging markers in Nguyễn Ngọc Tu's literary dialogue occur with low frequency but display a diverse range of expressions. These expressions can be categorized into three main groups: modal markers, rhetorical question indicators, and final modal particles. The findings suggest that hedging markers in the spoken discourse of people in Vietnam's Mekong Delta region tend to appear infrequently.

Keywords: metadiscourse, hedging markers, conversational discourse, literary dialogue, Nguyễn Ngọc Tu

Ngày nhận bài: 28/9/2025

Ngày duyệt đăng: 14/11/2025

Giao tiếp không chỉ đảm bảo quá trình trao đổi thông tin mà còn phải lưu tâm đến sự lịch sự và thương lượng giữa con người. Chỉ tố rào đón hoạt động như một “trọng tài” phân định giữa giao tiếp lịch sự và bất lịch sự. Bài viết tập trung vào việc sử dụng chỉ tố rào đón trong tác phẩm *Đảo* của Nguyễn Ngọc Tu, một tác giả tiêu biểu của văn học hiện đại Việt Nam, phản ánh đời sống hội thoại của người miền Tây.¹ Tác phẩm không chỉ thể hiện hình tượng nhân vật sống

¹ Nguyễn Ngọc Tu, *Đảo: Tập truyện ngắn*, Nxb. Trẻ, 2021.

động mà còn phản ánh tâm lý và cách diễn đạt tự nhiên qua các cuộc giao tiếp. Chỉ tố rào đón trong diễn ngôn giúp truyền tải không gian, bối cảnh, văn hóa và tâm trạng của nhân vật, làm cho các cuộc trò chuyện trở nên gần gũi và sâu sắc hơn.

Nguyễn Ngọc Tư đã khéo léo xây dựng hình ảnh nhân vật và mô tả tâm lý qua các mối quan hệ xã hội trong cộng đồng miền Tây. Lối viết chân thật và giản dị của tác giả, cùng với các câu hỏi tu từ, khuyến khích sự chia sẻ và dẫn dắt câu chuyện, tạo nên không khí ấm áp, đầy tình người trong những cuộc hội thoại của các nhân vật trong tác phẩm. Góp phần cho sự thành công, đó là việc sử dụng khéo léo các phương thức diễn đạt ngôn ngữ. Trong số các biểu thức đó, những phương thức diễn đạt sự rào đón đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng sống động các đoạn thoại của nhân vật trong tác phẩm, phần nào phản ánh hội thoại chân thực của con người miền Tây Nam Bộ.

Trong bài viết này, nhóm tác giả muốn tìm hiểu về chỉ tố rào đón nhìn từ góc độ tương tác liên nhân giữa các chủ thể trong diễn ngôn hội thoại trong truyện ngắn theo quan điểm của Hyland.² Từ đó, nhóm tác giả sẽ đưa ra những luận giải về cách thức mà người nói và người nghe tương tác với nhau thông qua các chỉ tố rào đón. Cụ thể, bài viết sử dụng lý thuyết Siêu diễn ngôn (*Metadiscourse*) để khai phá việc sử dụng các chỉ tố rào đón (*hedging markers*) của Nguyễn Ngọc Tư trong việc tái hiện hội thoại trong đời sống của người miền Tây Nam Bộ. Để đạt mục tiêu nghiên cứu này, bài viết giải quyết các câu hỏi sau:

(i) Chỉ tố rào đón trong hội thoại văn học, cụ thể là tác phẩm *Đảo* của Nguyễn Ngọc Tư, được hiện thực hóa bằng phương thức ngôn ngữ nào?

(ii) Chỉ tố rào đón đóng vai trò như thế nào trong hội thoại văn học của tác giả này?

1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Nghiên cứu về chỉ tố rào đón được tiến hành bởi nhiều học giả với những thể loại diễn ngôn khác nhau. Shawan Saeed Haji và Karmand Hamad Abdulla đã tiến hành so sánh cách thức những nhà học thuật người Anh và người Kurd (ngôn ngữ của người Kurd, một nhóm dân tộc sống chủ yếu ở khu vực Trung Đông như Iraq, Iran, Syria và Thổ Nhĩ Kỳ) sử dụng chỉ tố rào đón trong văn bản học thuật bằng tiếng Anh.³ Nhóm nghiên cứu này nhận thấy rằng người bản ngữ sử dụng chỉ tố rào đón với tần suất nhiều hơn so với người Kurd, do có liên quan đến văn hóa hay mức độ thành thạo đối với tiếng Anh.

Đối với diễn ngôn hội thoại, Nguyễn Thanh Huy và Trương Thị Hồng Nhung tiến hành đối chiếu chỉ tố rào đón trong hội thoại tiếng Anh và tiếng Việt.⁴ Kết quả nghiên cứu cho thấy dù là tiếng Anh hay tiếng Việt thì chỉ tố rào đón vẫn theo nguyên lý cộng tác, thông qua những phương châm về chất, lượng, quan hệ và cách thức. Chỉ tố rào đón có thể là từ, ngữ hay thậm chí là câu. Sự khác nhau trong cách sử dụng chỉ tố rào đón đến từ văn hóa ứng xử. Người dùng tiếng Việt sử dụng các

2 Ken Hyland, *Metadiscourse: Exploring interaction in writing*, Continuum, 2005.

3 Shawan Saeed Haji, Karmand Hamad Abdulla, "The use of hedging devices in English texts written by English and Kurdish academics: A comparative study", *Twejer Journal*, Vol. 3(1), 2020, tr. 1037-1076, DOI: <https://doi.org/10.31918/twejer.2031.27>

4 Nguyễn Thanh Huy, Trương Thị Hồng Nhung, "Using hedges in English and Vietnamese conversations: The similarities and differences", *Asian Journal of Social Sciences, Arts and Humanities*, Vol. 3(1), 2015.

biện pháp tu từ để thể hiện rào đón, trong khi người dùng tiếng Anh có sử dụng rào đón bằng các phương thức từ vựng cụ thể. Với ngữ liệu là những đoạn phỏng vấn người nổi tiếng và vận dụng nguyên lý cộng tác, nhóm tác giả Nguyễn Quang Ngoan và Nguyễn Lê Tố Quyên đã so sánh các loại chỉ tố rào đón được sử dụng bởi người Việt Nam và người Mỹ.⁵ Kết quả cho thấy sự khác biệt trong việc sử dụng chỉ tố rào đón của hai tộc người. Cụ thể, người Mỹ sử dụng nhiều chỉ tố rào đón theo phương châm cách thức, người Việt Nam lại chuộng sử dụng chỉ tố rào đón theo phương châm về lượng. Cùng xu hướng nghiên cứu về diễn ngôn hội thoại, Jin Liu đã tìm hiểu về chỉ tố rào đón với góc độ dụng học trong một tác phẩm cụ thể là Jane Eyre.⁶ Tác giả đã đưa ra kết luận rằng chỉ tố rào đón có thể tạo một môi trường giao tiếp tốt hơn, giữ được thể diện cho các bên tham gia vào hội thoại. Chỉ tố này cũng giúp cho người nói diễn đạt lịch sự, uyển chuyển, phù hợp và dễ chấp nhận hơn.

Hyland nghiên cứu chỉ tố rào đón và chỉ tố khẳng định trong 54 bài báo nghiên cứu ở những lĩnh vực khác nhau (kỹ thuật cơ khí, kỹ thuật điện, tiếp thị, xã hội học, triết học, vật lý, vi sinh vật học và ngôn ngữ học ứng dụng) từ tám trang tạp chí nổi tiếng.⁷ Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng chỉ tố rào đón được sử dụng với tần suất nhiều hơn so với từ nhấn mạnh. Điều này cho thấy tầm quan trọng của yếu tố rào đón trong nguồn lực tương tác ngoại ngôn theo quan điểm của lý thuyết Siêu diễn ngôn. Đó là những chiến lược giao tiếp nhằm thiết lập sự tương tác giữa người viết và người đọc.⁸

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lý thuyết Siêu diễn ngôn

Trước đây, Siêu diễn ngôn là một thuật ngữ mơ hồ và được hiểu nôm na là “diễn ngôn về diễn ngôn”. Cách hiểu này có vẻ như chỉ nhấn mạnh vào các khía cạnh bên trong văn bản. Tuy nhiên, siêu diễn ngôn tập trung đến các khía cạnh giao tiếp, vượt ra khỏi phạm vi văn bản thuần túy, giúp người đọc không những hiểu nội dung trong văn bản mà còn thấy được quan điểm của người viết đối với nội dung được trình bày. Nói cách khác, nó chính là sự hiện diện của người viết trong văn bản. Hyland cho rằng siêu diễn ngôn là một thuật ngữ tổng quát để chỉ những phương thức diễn đạt tự phản chiếu, dùng để thương lượng nghĩa liên nhân trong văn bản, giúp người viết (hoặc người nói) thể hiện quan điểm và giúp người đọc tham gia vào quá trình tương tác như là một thành viên của cộng đồng giao tiếp nhất định.⁹ Khái niệm này cho thấy Hyland tập trung vào bình diện liên nhân bên trong văn bản và nhìn nhận siêu diễn ngôn như là một hệ thống nghĩa được hiện thực hóa bằng nhiều phương thức diễn đạt khác nhau.

Quan điểm trên cho thấy siêu diễn ngôn phụ thuộc vào chu cảnh xuất hiện. Tức là một phương thức diễn đạt có thể được xem là một chỉ tố siêu diễn ngôn trong văn bản này, nhưng nó lại không phải là chỉ tố siêu diễn ngôn trong một văn

5 Nguyễn Quang Ngoan, Nguyễn Lê Tố Quyên, “Types of hedges used by American and Vietnamese Celebrity”, *VNU Journal of Science: Foreign Studies*, Vol. 32(2), 2016, tr. 32-41, DOI: <https://js.vnu.edu.vn/FS/article/view/1540>

6 Jin Liu, “A pragmatic analysis of hedges from the perspective of politeness principle”, *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 10(12), 2020, tr. 1614-1619, DOI: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.1012.15>

7 Ken Hyland, *Hedging in scientific research articles*, John Benjamin's Publishing Company, 1998.

8 Như trên.

9 Như trên.

bản khác được sử dụng ở một cộng đồng giao tiếp khác. Nói cách khác, siêu diễn ngôn là một khái niệm được nhìn từ góc độ chức năng. Do vậy, siêu diễn ngôn ít liên quan đến nội dung của diễn ngôn, mà gắn liền với tương tác giữa người đọc và người viết. Trên cơ sở đó, Hyland đã đề xuất mô hình liên nhân gồm hai nguồn lực tương tác: nội ngôn và ngoại ngôn.¹⁰ Cụ thể, nguồn lực tương tác nội ngôn chính là sự định hướng của người viết sao cho phù hợp với nhu cầu, kỳ vọng của người đọc thông qua sự tương tác giữa người viết và văn bản. Theo đó, người viết sẽ xây dựng những lập luận giúp định hướng người đọc theo cách mà người viết mong muốn. Trong khi đó, nguồn lực tương tác ngoại ngôn liên quan đến cách người viết thực hiện tương tác bằng cách “thâm nhập” và đưa ra ý kiến đối với thông tin đề cập. Người viết sẽ thể hiện quan điểm của mình và “lôi kéo” sự tham gia của người đọc vào diễn ngôn. Nói khác đi, nguồn lực ngoại ngôn tập trung vào sự tương tác giữa người viết và người đọc văn bản.

Bảng 1. Mô hình tương tác liên nhân theo lý thuyết Siêu diễn ngôn

Nguồn lực	Chỉ tố	Chức năng	Ví dụ
Nguồn lực tương tác nội ngôn	Chỉ tố chuyển tiếp	cho thấy mối liên hệ trong lập luận của người viết (bổ sung, nguyên nhân- kết quả, đối lập)	<i>and, furthermore, thus, therefore, in contrast, but,...</i>
	Chỉ tố khung	đánh dấu cấu trúc diễn ngôn, giúp người đọc hay người nghe dễ dàng theo dõi hơn	<i>to summarise, my purpose is, let us return to,...</i>
	Chỉ tố quy chiếu	đề cập đến những phần khác trong văn bản giúp củng cố thông tin	xem bảng 2, ở phần tiếp theo,...
	Chỉ tố dẫn chứng	đề cập đến văn bản khác nhằm tăng tính thuyết phục cho thông tin đề cập	theo, trong,...
	Chỉ tố chú thích	cung cấp thông tin bổ sung nhằm đảm bảo rằng người đọc nắm được ý của người viết	<i>it means, in other words,...</i>
Nguồn lực tương tác ngoại ngôn	Chỉ tố rào đón	thể hiện ý đồ của người viết khi muốn thừa nhận những ý kiến khác từ phía người đọc, ngụ ý rằng đây là ý kiến chủ quan đến từ phía người viết chứ không phải là một sự thật hiển nhiên	<i>may be, might, perhaps,...</i>
	Chỉ tố khẳng định	cho thấy sự khẳng định chắc nịch của người viết đối với thông tin	<i>definitely, obviously,...</i>
	Chỉ tố thái độ	cho thấy khía cạnh tình cảm của tác giả (ngạc nhiên, bối rối, đồng tình,...) đối với thông tin	<i>surprisingly, fortunately, ...</i>
	Chỉ tố tự đề cập	thể hiện sự hiện diện của người viết trong văn bản	<i>I, my, our,...</i>
	Chỉ tố tham thoại	cho thấy sự hiện diện của người đọc trong văn bản	<i>you, your,...</i>

Nguồn: Hyland, 2005

Tóm lại, nếu như nguồn lực tương tác nội ngôn là những “công cụ” giúp người viết đạt được sự kỳ vọng từ phía người đọc trong việc hiểu được văn bản, thông qua cách sắp xếp các lập luận thì nguồn lực tương tác ngoại ngôn tập trung trực tiếp vào sự tương tác giữa người viết và người đọc. Trong đó, người viết phải điều chỉnh các biến thể “PERSONA, TENOR” cho phù hợp với cộng đồng diễn ngôn nhất định.¹¹

2.2. Chỉ tố rào đón

2.2.1. Rào đón trong các trường phái lý thuyết

“Rào đón” là một thuật ngữ được Lakoff giới thiệu lần đầu tiên trong luận văn của mình vào năm 1975.¹² Theo đó, rào đón được hiểu là những chỉ tố được sử dụng với mục đích làm mờ đi thông tin được đề cập. Hay nói cách khác, chỉ tố rào đón giúp cho thông tin mang tính chất tương đối hơn. Chúng tạo ra sự mơ hồ cho những khẳng định như một dạng hàm ý trong giao tiếp.¹³ Từ góc độ dụng học, Brown và Levinson đặt các chỉ tố rào đón trong mối quan hệ với lý thuyết Lịch sự (*Theory of Politeness*).¹⁴ Chỉ tố này được xem là một trong những “chiến lược lịch sự” mà con người sử dụng trong giao tiếp. Cụ thể, rào đón được xếp vào phân loại chiến lược lịch sự âm tính nhằm hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực đến thể diện của các cá nhân trong giao tiếp.¹⁵ Xem ví dụ sau:

Ví dụ 1: “Hồng! Hồng xin giùm tôi đi. Tôi biết Hồng là người rộng lượng, anh Hai nghe em nhiều...” (*Anh Hai Đồm* - Chu Lai)

Với mục đích nhờ vả, người nói chỉ ra ưu điểm của người nghe qua một lời tán dương “Tôi biết Hồng là người rộng lượng”. Đây được xem là một biểu thức rào đón nhằm đề cao thể diện của người nghe (thể diện dương tính). Tương tự, thể diện của người nói cũng được bảo toàn bằng phương thức rào đón. Phan Thị Thanh Thủy đã đưa ra một minh chứng cho trường hợp này với trích dẫn từ truyện ngắn *Phố* (Chu Lai).¹⁶

Ví dụ 2: “Nếu mày còn coi tao là bạn, một thằng bạn tốt như trước kia mày thường nói, tao chỉ khuyên một câu: Trở về đi! Cuộc sống dưới kia dù khốn khổ thế nào nhưng vẫn là cuộc sống.”

Ngoài ra, rào đón còn được cho là có liên quan nguyên lý cộng tác (*Cooperative principle*) của Grice.¹⁷ Quy tắc này đề cập các phương châm về hội thoại (thường gọi là *Gricean maxims*) khi giao tiếp, cụ thể là phương châm về lượng, phương châm về chất, phương châm về quan hệ và phương châm về cách thức. Rào đón được xem là các chiến lược “đền bù” cho các vi phạm những phương châm nêu trên.¹⁸ Cụ thể,

11 Ken Hyland, *tdđ*.

12 Robin Lakoff, *Language and women's place*, New York: Harper & Row, 1975.

13 Herbert P. Yule, “Conversational text editor for a laboratory minicomputer”, *Analytical Chemistry*, Vol. 24, 1972, tr. 1-430, DOI: <https://doi.org/10.1021/ac60310a023>

14 Penelope Brown and Stephen C. Levinson, *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge University Press, 1987, DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>

15 Đỗ Hữu Châu, *Đại cương ngôn ngữ học, Tập 2, Ngữ dụng học*, Nxb. Giáo dục, 2001.

16 Phan Thị Thanh Thủy, “Ranh giới giữa lịch sự và bất lịch sự qua hành vi rào đón trong tiếng Việt”, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh*, số 5(83), 2016.

17 H. Paul Grice, “Logic and conversation”, in P. Cole, & J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics*, New York: Academic Press, 1975, tr. 41-58.

18 Ngô Hữu Hoàng, “Lời rào đón như phương tiện “đền bù” các vi phạm nguyên tắc lịch sự (Dựa trên diễn ngôn tiếng Anh và tiếng Việt)”, *Tạp chí Khoa học & Công nghệ*, số 121(07), 2014, tr. 65-71.

khi người nói tự nhận ra rằng vấn đề họ đang trình bày có khả năng vi phạm phương châm về chất, tức là họ đang không chắc về độ xác thực của thông tin, họ sẽ dùng những phương thức diễn đạt như “Nếu tôi không nhầm...”, “Nghe nói...”, “Tôi không chắc lắm nhưng...”. Bằng những phương tiện rào đón như vậy, người nói “ra hiệu” là họ đã ý thức được sự vi phạm nguyên tắc của mình và chủ động “đền bù” bằng cách sử dụng phương thức rào đón.

Xét từ phương châm về lượng, khi người nói được kỳ vọng phải cung cấp thông tin đúng mục đích yêu cầu, chỉ tố rào đón sẽ được sử dụng như sự đề phòng đối với lượng thông tin đưa ra. Xem xét các ví dụ sau:

Ví dụ 3: “Tôi biết là buổi họp hơi dài rồi nhưng chúng ta còn một số việc cần bàn.”

Một lần nữa, những phương thức diễn đạt trên tỏ ra hữu dụng trong việc giúp người nói “rào trước” sự vi phạm phương châm về lượng khi giao tiếp. Rào đón đóng vai trò như là một phương thức giảm nhẹ sự vi phạm phương châm trong giao tiếp.

Phương châm về quan hệ nhằm đảm bảo thông tin được nói ra là phù hợp, không lạc đề. Người nói thường chủ động sử dụng rào đón để ra hiệu với người nghe về thông tin được nói đến, có thể không liên quan đến chuỗi nội dung đang được thảo luận.

Ví dụ 4: “Tiện đây tôi nói thêm về vụ máy bừa.”

Cuối cùng, phương châm về cách thức yêu cầu sự rõ ràng đối với thông tin, còn được gọi là “phương châm rõ ràng”.¹⁹ Trong tiếng Việt, các phương thức diễn đạt như “Hình như là...”, “Có thể là...”, “Nếu tôi nhớ không nhầm thì...” được xem như phương thức rào đón giúp người nói “đền bù” cho khả năng vi phạm phương châm này.

Nhìn chung, rào đón đa phần được tiếp cận từ góc nhìn dụng học, đặt trong mối quan hệ với lý thuyết Lịch sự và nguyên lý cộng tác. Tựu trung lại, từ góc nhìn ngữ dụng học, rào đón được xem là một chiến lược giao tiếp nhằm duy trì “lịch sự” hoặc “đền bù” cho những vi phạm có chủ đích đối với các phương châm thuộc nguyên lý hợp tác ở hầu hết các nghiên cứu về tiếng Việt. Những ví dụ trên cho thấy rào đón tồn tại dưới nhiều phương thức biểu đạt khác nhau. Dù được diễn đạt bằng từ, ngữ hay câu, rào đón luôn đóng vai trò là một “hành vi” có mục đích của người nói giúp duy trì hoạt động giao tiếp hiệu quả.

2.2.2. Rào đón trong lý thuyết Siêu diễn ngôn

Rào đón được xem là một chỉ tố thuộc nguồn lực tương tác ngoại ngôn. Nó đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng tương tác giữa người viết và người đọc (hay người nói và người nghe). Theo đó, chỉ tố rào đón được hiểu là “những công cụ do người viết sử dụng nhằm truyền đạt thông tin dưới góc nhìn, lập luận của chính họ”.²⁰

Chỉ tố rào đón cho thấy ý định của tác giả khi muốn thực hiện tương tác với người đọc/người nghe thông qua việc thừa nhận ý kiến khác đối với thông tin được đưa ra. Rào đón có thể được hiện thực hóa thông qua các phương thức diễn đạt từ vựng như “*possible*”, “*might*” và “*perhaps*” trong tiếng Anh. Các phương thức diễn đạt từ vựng này đánh dấu nhận xét chủ quan, từ đó tạo cơ hội cho những ý kiến khác của người đọc/người nghe, làm tiền đề cho sự tranh luận đối với nội dung được đề

19 Ngô Hữu Hoàng, “Lời rào đón như phương tiện “đền bù” các vi phạm nguyên tắc lịch sự (Dựa trên diễn ngôn tiếng Anh và tiếng Việt)”, *Tạp chí Khoa học & Công nghệ*, số 121(07), 2014, tr. 65-71.

20 Ken Hyland, *tdtd*.

cập. Vì vậy, chỉ tố rào đón ngụ ý rằng thông tin đưa ra chỉ dựa trên lập luận của người viết, nhờ đó người đọc/người nghe có nhiều cơ hội hơn để thể hiện quan điểm của mình một cách trù tượng trong quá trình đọc/nghe. Nói khác đi, đó là những phương thức diễn đạt trong giao tiếp mà người viết/người nói sử dụng nhằm giảm nhẹ quan điểm, mở ra không gian tương tác với người đọc/người nghe, xây dựng mối quan hệ liên nhân giữa hai chủ thể này.

Ví dụ 5: “Our results *suggest* that rapid freeze and thaw rates during artificial experiments in the laboratory *may* cause artifactual formation of embolism. Such experiments *may* not quantitatively represent the amount of embolism that is formed during winter freezing in nature. In the chaparral at least, low temperature episodes usually result in gradual freezethaw events.” (Tạm dịch: Kết quả nghiên cứu của chúng tôi đề xuất rằng tốc độ đóng băng và tan băng nhanh trong các thí nghiệm nhân tạo tại phòng thí nghiệm *có thể* gây ra hiện tượng hình thành thuyên tắc giả tạo. Do đó, các thí nghiệm này *có thể* không phản ánh chính xác lượng thuyên tắc hình thành trong quá trình đóng băng tự nhiên vào mùa đông. Riêng trong hệ sinh thái cây bụi chaparral, các đợt nhiệt độ thấp thường dẫn đến các quá trình đóng băng – tan băng diễn ra từ từ”).²¹ Trong Ví dụ 5, “*suggest*”, “*may*” ở ví dụ trên cho phép mở ra luồng ý kiến khác từ phía người đọc, từ đó củng cố tương tác giữa người viết và người đọc trong diễn ngôn.

3. Phương pháp và ngữ liệu nghiên cứu

Bài viết này sử dụng phương pháp miêu tả ngôn ngữ học và phân tích diễn ngôn từ góc nhìn định tính làm phương pháp chính. Cụ thể, phương pháp miêu tả giúp khái quát các đặc điểm từ vựng và ngữ pháp của các chỉ tố siêu diễn ngôn trong tiếng Việt, đặc biệt là trong các hội thoại văn học. Phương pháp phân tích diễn ngôn được áp dụng để làm rõ các đặc điểm của văn bản, với trọng tâm là hội thoại văn học. Qua đó, phương pháp này giúp định vị hội thoại như một đơn vị ngôn ngữ nổi bật trên câu, cho thấy vai trò chỉ tố Siêu diễn ngôn trong đặc trưng hội thoại văn học.

Ngữ liệu nghiên cứu được lấy từ tập truyện *Đảo* của nữ nhà văn Nguyễn Ngọc Tư, ra mắt lần đầu năm 2022 và được phát hành bởi Nhà xuất bản Trẻ. Tác phẩm này mang phong cách văn chương đặc trưng, thường viết về những câu chuyện, con người và những khám phá giá trị sống của người miền Tây. *Đảo* bao gồm 17 mẩu truyện ngắn, trải dài trên 144 trang với tổng độ dài hơn 30.000 từ. Văn phong của tác giả hiện đại, phù hợp với mọi đối tượng đọc. Phong cách ngôn ngữ trong *Đảo* rất giàu hình ảnh và mang tính biểu tượng cao. Giọng văn trong truyện thường không chứa nhiều tình tiết phức tạp, đôi khi chỉ là những lượt lời, nhưng vẫn tạo được ấn tượng mạnh với độc giả thông qua những tình tiết xúc động và sâu sắc. Bài viết này tập trung phân tích, làm rõ các chỉ tố rào đón (từ lý thuyết Siêu diễn ngôn) được sử dụng trong những đoạn hội thoại giữa các nhân vật. Cụ thể, bài viết liệt kê những phương thức diễn đạt được sử dụng để hiện thực hóa chỉ tố rào đón. Từ đó, tác giả đưa ra những luận giải về cách thức mà chỉ tố rào đón tương tác giữa người viết và người đọc, hay tác động đến cách tiếp nhận thông điệp và xây dựng các mối quan hệ trong cuộc hội thoại.

21 W. T. Pockman, J. S. Sperry, “Freezing-induced xylem cavitation and the northern limit of *Larrea tridentata*”, *Oecologia*, Vol. 109(1), 1996, tr. 19–27, DOI: <https://doi.org/10.1007/s004420050053>

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Dựa vào mô hình liên nhân do Hyland đề xuất, nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát ngữ liệu nghiên cứu.²² Nhìn chung, tần suất xuất hiện của các chỉ tố rào đón trong các đoạn hội thoại của các nhân vật là không nhiều. Kết quả khảo sát cho thấy 12 chỉ tố rào đón được tìm thấy rải rác trong hội thoại nhân vật của 17 truyện ngắn. Mặc dù xuất hiện với tần suất khá khiêm tốn, các chỉ tố rào đón này mang những đặc trưng riêng biệt thú vị.

Bảng 2. Phương thức diễn đạt chỉ tố rào đón trong tác phẩm *Đảo*

Phương thức diễn đạt	Tần suất	Ví dụ
<i>không ta?</i>	3	<i>Có khi nào Sinh đi vô trong mấy cuốn sách kia không ta?</i> <i>Bữa đó có mưa không ta?</i> (Trích <i>Biển mắt ở thư viện</i>) <i>Xóm bên có trung tâm đó không ta?</i> (Trích <i>Mưa qua trắng gió</i>)
<i>có chắc là</i>	3	<i>Có chắc là con Diệu không đó?</i> (Trích <i>Lưu lạc</i>)
<i>tưởng</i>	1	<i>Tôi tưởng ông bỏ xứ luôn.</i> (Trích <i>Củ mực trời về</i>)
<i>không biết... hay</i>	1	<i>Không biết chị thấy mệt rồi hay vì nghĩ chỉ ở giữa đám cháy Tam mới nhìn thấy chị.</i> (Trích <i>Tro tàn rục rờ</i>)
<i>thời mà</i>	1	<i>không nghiêm trọng, như vô viện nằm dưỡng sức ít bữa thời mà.</i> (Trích <i>Chụp ảnh gia đình</i>)
<i>ha</i>	2	<i>Lâm ly hơn đời mấy con nhỏ hôm qua giờ, ha!</i> (Trích <i>Đảo</i>) <i>Lúc này có ngon ha</i> (Trích <i>Sở lỏng</i>)
<i>lắm</i>	1	<i>Nghĩ lắm! Bờ nói, nhấn trọng âm “lắm” cho ra vẻ hài hước, sao nghe như một tiếng thờ dài.</i> (Trích <i>Đi bụi</i>)

Nguồn: Tác giả thống kê

Trước hết, thành phần có chứa chỉ tố rào đón được lồng ghép trong những câu hỏi ở các đoạn đối thoại đan xen giữa nhân vật. Xem xét những ví dụ sau:

Ví dụ 6: “Bữa đó có mưa không ta?”, tôi hỏi, tỏ ra vẫn quan tâm câu chuyện đã nghe kể hàng trăm lần, trong lúc ngoáy một lọn tóc nhỏ của Hảo, nghe đầu ngón tay mát lạnh trong mảnh lụa đen. Hỏi, để nhìn gương mặt chị lung linh, “có, mưa lớn, nên tụi Hảo mới tạt vô nhà sách để trốn mưa. Chỗ tụi này ít học, nuốt chữ đầu có nổi...”. Có khi nào Sinh đi vô trong mấy cuốn sách kia không ta? (Trích *Biển mắt ở thư viện*)

22 Ken Hyland, *tttd*.

Phương thức diễn đạt “không ta” ở cuối phát ngôn được đánh giá là chỉ tố rào đón, bởi nó không những thực hiện chức năng là cụm từ để hỏi, mà còn thể hiện sự không chắc chắn của người nói đối với thông tin. Điều này khơi gợi phản hồi từ phía người nghe. Trong “Mưa qua trảng gió”, “không ta” cũng xuất hiện với chức năng tương tự.

Ví dụ 7: “Ái nhắc chào cá kho lên bàn, hỏi Đậu, «xóm bên có trung tâm đó không ta?”. Thằng nhỏ co chân kiểu nước lụt, hít hà mâm cơm, gãi đầu gối, “chỗ đó hát lô tô hả?” (Trích *Mưa qua trảng gió*)

Việc đặt “không ta” ở cuối câu hỏi không chỉ là hành động tự chất vấn bản thân của người nói, mà còn thể hiện sự kỳ vọng về một phản hồi mang tính xác nhận từ phía người nghe. Do vậy, cụm “không ta” đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện tương tác giữa người nói và người nghe, cụ thể là trao đổi, xác nhận thông tin.

Trong câu nghi vấn, phương thức diễn đạt như “có chắc là” cho thấy quan điểm chủ quan của người nói. Đây chính là tiền đề cho việc thiết lập tương tác với người tiếp nhận thông tin.

Ví dụ 8: “Người quen với gia đình lớp điện thoại lớp tới tận nhà để mừng giọt máu chảy ngược về, ai cũng chung nỗi sợ yêu làm, “có chắc là con Diệu không đó?”. (Trích *Lưu lạc*)

Cụm “có chắc là” thể hiện sự nghi ngờ của người nói về thông tin được đề cập. Điều này đòi hỏi một câu trả lời mang tính khẳng định từ phía người nghe. Theo đó, khi tiếp nhận được câu hỏi có chứa “có chắc là”, người nghe cần thực hiện phản hồi với sự xác nhận hay bác bỏ đối với thông tin trên.

Ngoài ra, chỉ tố rào đón còn xuất hiện trong những câu trần thuật khi người nói muốn bày tỏ một niềm tin mong lung đối với một sự vật, hay sự tình nào đó.

Ví dụ 9: “Thầy là người đầu tiên ở Thổ Sầu nhận ra gã, ngay cái nhìn đầu. Những ngón tay xương xẩu của thầy nín lấy vai khách lạ”, “Chịu trời đầu về rồi hả? Ngon! Tôi tưởng ông bỏ xứ luôn”. (Trích *Củi mục trời về*)

Ví dụ 10: “Nhàn đã không chạy ra khỏi đồng lửa như mọi khi, anh à! Không biết chị thấy mệt rồi hay vì nghĩ chỉ ở giữa đám cháy Tam mới nhìn thấy chị”. (Trích *Tro tàn rực rỡ*)

Chính sự mơ hồ trong nhận định của người nói tạo ra một khoảng trống nhằm kích thích sự phản hồi từ phía người nghe. Điều này được cho là có hiệu quả trong việc duy trì tương tác giữa người nói và người nghe trong hội thoại. Từ “tưởng” và “nghĩ” cho thấy nhận định nêu ra chỉ đơn thuần đến từ góc nhìn của người nói. Nói cách khác, đó là cái nhìn chủ quan của người nói, có thể đúng hoặc sai. Điều này tạo cơ hội cho người nghe đưa ra nhận định của họ đối với cách nhìn nhận trên, hoặc họ có thể cung cấp thông tin từ góc nhìn khách quan hơn.

Tuy nhiên, chỉ tố rào đón không chỉ xuất hiện trong câu hỏi, hay câu trần thuật mà còn cả trong câu phủ định với hiệu ứng “làm nhẹ” đi sự đánh giá dành cho thông tin. Cụ thể, trong ví dụ sau đây, “thôi mà” được đặt ở cuối phát ngôn tạo hiệu ứng giảm nhẹ sự nghiêm trọng của thông tin vừa đề cập, như để củng cố thêm cho cụm “không nghiêm trọng” trước đó.

Ví dụ 11: “Con nói với nhỏ bồ, ba anh đau. Bồ định đòi đi theo, con cất cơn

liền, không nghiêm trọng, như vô viện nằm dưỡng sức ít bữa thôi mà. Lúc gặp sắp thì con có phải về quê ít bữa đổi thành chú qua đời. Con không tin là người ta khi biết sự thật về quê chụp hình mà không cười té ghế, không mĩa mai viện cố đi chơi à, không buột miệng nói bộ khủng sao? “(Trích *Chụp ảnh gia đình*)

Giả sử “thôi mà” bị lược bỏ đi, ý nghĩa của phát ngôn trên về cơ bản không thay đổi. Tuy nhiên, người nói khó thể hiện được đánh giá của bản thân đối với thông tin. Xem thêm ví dụ sau trong hội thoại giao tiếp hàng ngày:

Ví dụ 12: “Bệnh nó không nặng, chỉ sốt nhẹ thôi mà. Bài đó đâu có gì quan trọng, mấy cái giới thiệu chung chung thôi mà.”

Việc sử dụng “thôi mà” như một phương tiện rào đón không những giúp củng cố nghĩa nội dung của phát ngôn, mà chúng thể hiện sự đánh giá “không nghiêm trọng” từ góc nhìn của người nói.

“Thôi mà” là một cụm từ được sử dụng khá phổ biến trong giao tiếp hàng ngày của người Việt. Thông thường, nó được đặt ở đầu câu với ý khuyên nhủ ai đó bỏ qua một điều gì đó không vui, hoặc đừng làm một việc gì đó. Khi đó, “thôi mà” không hành chức như một chỉ tố rào đón theo quan điểm của lý thuyết Siêu diễn ngôn. Xem xét “thôi mà” trong Ví dụ 13 sau:

Ví dụ 13: “Thôi mà, đừng buồn nữa, mọi chuyện sẽ ổn thôi! Thôi mà, đừng làm vậy nữa, sẽ không có chuyện gì đâu!”

Trong ví dụ 12, người nói sử dụng “thôi mà” để thể hiện sự đánh giá của mình đối với thông tin, rằng nó “không quá quan trọng”. Theo đó, tương tác được thiết lập bằng việc người nghe tiếp nhận và thực hiện đánh giá riêng của bản thân họ.

Nhìn chung, chỉ tố rào đón được hiện thực hóa bằng nhiều phương thức khác nhau trong các câu khác đa dạng từ nghi vấn, phủ định, trần thuật. Những tiểu từ như “ha” ở cuối phát ngôn cũng có thể thực hiện vai trò của chỉ tố rào đón.

Ví dụ 14: “Lâm ly hơn đời mấy con nhỏ hôm qua giờ, ha!” (Trích *Đảo*)

Ví dụ 15: “Lúc này cô ngon ha. Dám để tôi ngủ muỗi ngoài đồng rôm suốt đêm.” (Trích *Sở lộng*)

Ví dụ 16: “Ngoại nói, thôi đành vậy, lần sau.

- Nghi lắm! Bờ nói, nhấn trọng âm “lắm” cho ra vẻ hài hước, sao nghe như một tiếng thở dài.” (Trích *Đi bụi*)

Trong ba Ví dụ 14-15-16, “ha” và “lắm” được sử dụng trong câu, giúp cho người nói đưa ra nhận định liên quan đến nội dung của sự tình. Trong các ví dụ này, hai từ này hành chức như một chỉ tố biểu đạt một điều gì đó đang diễn ra vượt mức kỳ vọng bình thường (có thể theo hướng tiêu cực). Do vậy, ở những nhận định này, người nói có vẻ như đang chờ đợi một lời giải thích thỏa đáng từ phía người nghe. Từ đó, quan hệ liên nhân được thiết lập giữa người nói và người nghe.

Mặc dù tần suất xuất hiện không cao, chỉ tố rào đón trong hội thoại của tập truyện ngắn được sử dụng cho thấy sự đa dạng trong thể thức. Chức năng xây dựng nội dung không quá nổi trội, tuy nhiên chỉ tố rào đón vẫn đóng một vai trò quan trọng trong việc thiết lập hiệu ứng tương tác giữa người đọc và người nghe trong hội thoại. Theo đó, chỉ tố rào đón trong diễn ngôn hội thoại thường được diễn đạt dưới hình thức bằng những từ để hỏi đối với câu nghi vấn (“không ta”, “có...không”, “có sao”, “phải không”). Những câu hỏi có chứa yếu tố rào đón này thường không nhằm mục đích

hỏi, mà chỉ tạo hiệu ứng trong việc duy trì tương tác giữa người nói và người nghe bằng cách đưa ra một nhận định chủ quan từ phía người nói. Từ đó, người nghe có thể đưa ra phản hồi nhằm xác nhận hay bác bỏ đối với nhận định đó.

Đối với câu trần thuật, chỉ tố rào đón trong hội thoại được hiện thực hóa bằng những từ hoặc ngữ thể hiện sự không chắc chắn đối với thông tin như “không biết (tôi đâu)”, “chắc”, “tôi tưởng”. Tương tự, rào đón trong câu trần thuật ra dấu hiệu cho người nghe rằng nội dung được trình bày chỉ mang tính chất chủ quan từ phía người nói. Do đó, người nghe được “kích thích” để đưa ra thông tin mà họ nghĩ là chính xác hơn.

Tương ứng, rào đón trong câu phủ định giúp người nói gửi gắm cách đánh giá của mình đối với nội dung được nói đến. Trong ngữ liệu khảo sát, “thời mà” được cho là thực hiện vai trò rào đón ở thể phủ định, giúp “làm nhẹ” tính chất nghiêm trọng của sự tình được người nói đề cập. Trên cơ sở đó, người nghe nắm được đánh giá của người nói và đưa ra nhận định của chính họ liên quan đến sự tình nêu ra.

Ngoài ra, những hư từ được sử dụng trong câu cảm thán cũng được vận dụng như phương tiện rào đón trong diễn ngôn hội thoại thuộc ngữ liệu sử dụng. Những hư từ như “ha”, “lắm” ngoài tác dụng biểu đạt thái độ của người nói còn cho thấy việc thể hiện quan điểm chủ quan một cách có chủ đích của người nói với mục đích gợi mở vấn đề đối với người nghe.

Dưới góc nhìn của lý thuyết Siêu diễn ngôn, rào đón là phương tiện giúp người nói/ người viết diễn đạt thông tin ở góc nhìn chủ quan.²³ Bài viết tìm thấy nhiều điểm đặc biệt trong các phương thức diễn đạt thực hiện hành vi rào đón trong diễn ngôn hội thoại được khảo sát bằng tiếng Việt. Cụ thể, rào đón trong hội thoại tiếng Việt được tìm thấy tồn tại ở nhiều thể và thức khác nhau. Điều này gợi ý rằng rào đón trong diễn ngôn hội thoại tiếng Việt có mức độ đa dạng, phức tạp cao và cần được sự quan tâm nhiều hơn từ các nhà nghiên cứu.

4.2. Thảo luận

Hội thoại văn học về cơ bản phản ánh hội thoại của đời sống thông thường và có thể tu chỉnh cần thiết để thực hiện các chức năng của ngôn ngữ nghệ thuật. Do đó, chỉ tố rào đón trong hội thoại văn học cũng phản ánh hoạt động giao tiếp rào đón của tộc người. Kết quả khảo sát cho thấy chỉ tố rào đón trong hội thoại văn học, cụ thể là tác phẩm *Đào* của nhà văn Nguyễn Ngọc Tư, không xuất hiện nhiều. Điều này, dù chưa thể khẳng định rằng các chỉ tố rào đón trong giao tiếp của con người miền Tây Nam Bộ là không nhiều, nhưng cũng phản ánh được tần suất của chỉ tố này trong giao tiếp của con người nơi đây. Johansen nghiên cứu về rào đón trong hội thoại thân mật trong tiếng Anh và tiếng Na Uy.²⁴ Kết quả cho thấy các chỉ tố rào đón xuất hiện nhiều trong hội thoại của hai ngôn ngữ này. Tác giả đã khu biệt các chỉ tố theo ba nhóm dựa trên phạm vi hành chức: trong câu, giữa người nói và nội dung câu, giữa người nói và người nghe. Từ những phân tích này, chỉ tố rào đón trong giao tiếp của những tộc người là khác nhau, thậm chí có thể khái quát thành các biến thể văn hóa trong giao tiếp ở một cộng đồng diễn ngôn.²⁵

23 Ken Hyland, *ltd.*

24 Stine Hulleberg Johansen, “A contrastive approach to the types of hedging strategies used in Norwegian and English informal spoken conversations”, *Contrastive Pragmatics*, Vol. 2(1), 2020, tr. 81-105, DOI: <https://doi.org/10.1163/26660393-12340006>

25 Yingli Yan, “Exploring linguistic and cultural variations in the use of hedges in English and Chinese scientific discourse”, *Journal of Pragmatics*, Vol. 50(1), 2013, tr. 23-36, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.01.008>

Rào đón thông thường được xem xét từ góc nhìn của dụng học.²⁶ Tuy nhiên, sự phát triển của các lý thuyết ngôn ngữ đã đẩy rào đón đi xa hơn khỏi địa hạt dụng học của nó. Việc hiện thực hóa rào đón trong giao tiếp (nói/ viết) được nghiên cứu từ nhiều hệ hình lý thuyết khác nhau. Rào đón trong lý thuyết Siêu diễn ngôn vượt ra khỏi phạm vi của rào đón trong trường phái dụng học và các nền tảng lý thuyết khác. Theo đó, chỉ tố rào đón trong trường phái lý thuyết này hành chức như là một phương tiện nhằm giảm nhẹ lập trường quan điểm của chủ thể tạo lập diễn ngôn, nhằm mở ra không gian tương tác với các chủ thể tiếp nhận.²⁷ Tuy nhiên, ở góc nhìn dụng học, rào đón trong giao tiếp của người Việt là chiến lược của người nói nhằm ngăn ngừa những tác hại nhất định do lời nói thẳng của mình gây ra, mục đích trọng tâm nhất là ngăn ngừa sự xâm hại từ những thông tin có tính chất nhạy cảm, trái chiều.²⁸ Trong khi đó, Vlasyan lại cho rằng các chức năng chính của rào đón trong diễn ngôn hội thoại bao gồm: tránh xung đột, giảm thiểu các hành vi đe dọa thể diện, giảm thiểu sự áp đặt.²⁹ Do đó, khi tiếp cận các phương thức diễn đạt rào đón, người nghiên cứu cần bám sát khung lý thuyết chủ đạo để khái quát hóa hiện tượng này trong một ngôn ngữ cụ thể.

Kết luận

Rào đón là một công cụ giao tiếp quan trọng trong các cuộc hội thoại. Tiếng Việt có nhiều phương thức diễn đạt nhằm thực hiện việc rào đón trong quá trình giao tiếp. Nghiên cứu rào đón được tiến hành từ nhiều góc nhìn lý thuyết khác nhau. Với tư cách là một đơn vị tương tác trong giao tiếp, chỉ tố rào đón được lý thuyết Siêu diễn ngôn xác định là một công cụ nhằm giảm nhẹ lập trường quan điểm của người nói, nhằm tạo ra không gian giao tiếp trừu tượng để người nghe tham gia vào hội thoại. Chỉ tố này trong hội thoại văn học cũng được sử dụng để hiện thực hóa sự tương tác giữa chủ thể tạo lập và chủ thể tiếp nhận diễn ngôn. Kết quả khảo sát hội thoại trong tác phẩm *Đào* của Nguyễn Ngọc Tư cho thấy các phương thức diễn đạt của rào đón có thể được chia thành ba nhóm: thứ nhất, các chỉ tố tình thái, thứ hai, các chỉ tố hiện thực hóa câu hỏi tu từ, và thứ ba, các tiểu từ tình thái xuất hiện ở cuối phát ngôn. Kết quả phân tích cũng cho thấy chỉ tố rào đón có xu hướng ít xuất hiện trong diễn ngôn nói của người miền Tây Nam Bộ. Kết quả nghiên cứu của bài viết chỉ phù hợp trong phạm vi tác phẩm *Đào* vì chưa đủ rộng để khái quát đặc trưng của chỉ tố rào đón trong hội thoại văn học. Việc mở rộng khảo sát hội thoại của nhân vật trong các tác phẩm khác của Nguyễn Ngọc Tư hoặc các tác giả người miền Tây Nam Bộ khác là một hướng nghiên cứu khả dĩ trong việc khái quát đặc trưng về chỉ tố rào đón trong thời gian sắp tới. ●

26 Jingwei Tang, "Pragmatic functions of hedges and politeness principles", *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, Vol. 2(4), 2013, tr. 155-160, DOI: <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.2n.4p.155>

27 Ken Hyland, *tlđđ*.

28 Lê Thị Thanh Xuân, "Phân tích giá trị ngữ dụng của hành động rào đón trong một số tình huống hội thoại", *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế*, số 66, 2011, tr. 212.

29 Vlasyan, G. R., "Linguistic hedging in interpersonal communication", in *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EPSBS*, The Future Academy, 2019, tr. 617-623.

Tài liệu tham khảo

- [1] Penelope Brown and Stephen C. Levinson, *Politeness: Some universals in language usage*, Cambridge University Press, 1987, DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>
- [2] Đỗ Hữu Châu, *Đại cương ngôn ngữ học, Tập 2, Ngữ dụng học*. Nxb. Giáo dục, 2001
- [3] H. Paul Grice, “Logic and conversation”, in P. Cole and J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics*, New York: Academic Press, 1975, tr. 41-58.
- [4] Shawan Saeed Haji, Karmand Hamad Abdulla, “The use of hedging devices in English texts written by English and Kurdish academics: A comparative study”, *Twejer Journal*, Vol. 3(1), 2020, DOI: <https://doi.org/10.31918/twejer.2031.27>
- [5] Ngô Hữu Hoàng, “Lời rào đón như phương tiện “đền bù” các vi phạm nguyên tắc lịch sự (Dựa trên diễn ngôn tiếng Anh và tiếng Việt)”, *Tạp chí Khoa học & Công nghệ*, số 121(07), 2014 [trans: Ngo Huu Hoang, “Hedge words as a means of “compensating” for violations of politeness principles (Based on English and Vietnamese discourse)”, *Journal of Science & Technology*, Vol. 07(121), 2014]
- [6] Nguyen Thanh Huy, Truong Thi Hong Nhung, “Using hedges in English and Vietnamese conversations: The similarities and differences”, *Asian Journal of Social Sciences, Arts and Humanities*, Vol. 3(1), 2015
- [7] Ken Hyland, *Hedging in scientific research articles*, John Benjamin’s Publishing Company, 1998
- [8] Ken Hyland, *Metadiscourse: Exploring interaction in writing*, Continuum, 2005
- [9] Stine Hulleberg Johansen, “A contrastive approach to the types of hedging strategies used in Norwegian and English informal spoken conversations”, *Contrastive Pragmatics*, Vol. 2(1), 2020, DOI: <https://doi.org/10.1163/26660393-12340006>
- [10] Robin Lakoff, *Language and women’s place*, New York: Harper & Row, 1975
- [11] Jin Liu, “A pragmatic analysis of hedges from the perspective of politeness principle”, *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 10(12), 2020, DOI: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.1012.15>
- [12] Nguyen Quang Ngoan, Nguyen Le To Quyen, “Types of hedges used by American and Vietnamese celebrity”, *VNU Journal of Science: Foreign Studies*, Vol. 32(2), 2016, DOI: <https://js.vnu.edu.vn/FS/article/view/1540>
- [13] W. T. Pockman, J. S. Sperry, “Freezing-induced xylem cavitation and the northern limit of *Larrea tridentata*”, *Oecologia*, Vol. 109(1), 1996, DOI: <https://doi.org/10.1007/s004420050053>
- [14] Jingwei Tang, “Pragmatic functions of hedges and politeness principles”, *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, Vol. 2(4), 2013, DOI: <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.2n.4p.155>
- [15] Phan Thị Thanh Thủy, “Ranh giới giữa lịch sự và bất lịch sự qua hành vi rào đón trong tiếng Việt”, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh*, số 5(83), 2016 [trans: Phan Thị Thanh Thủy, “The boundary between politeness and impoliteness through hedging behavior in Vietnamese”, *Journal of Science, Ho Chi Minh City University of Education*, Vol. 83(83), 2016]
- [16] Nguyễn Ngọc Tu, *Đảo: Tập truyện ngắn*, Nxb. Trẻ, 2021 [trans: Nguyen Ngoc Tu, *Island: Short story collection*, Tre Publishing House, 2021]
- [17] Vlasyan, G. R., “Linguistic hedging in interpersonal communication”, in *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EPSBS*, The Future Academy, 2019
- [18] Lê Thị Thanh Xuân, “Phân tích giá trị ngữ dụng của hành động rào đón trong một số tình huống hội thoại”, *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế*, số 66, 2011 [trans: Le Thi Thanh Xuan, “Analyzing the pragmatic value of hedges in some conversational situations”, *Journal of Science – Hue University*, No. 66, 2011]
- [19] Yingli Yan, “Exploring linguistic and cultural variations in the use of hedges in English and Chinese scientific discourse”, *Journal of Pragmatics*, Vol. 50(1), 2013, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.01.008>
- [20] Herbert P. Yule, “Conversational text editor for a laboratory minicomputer”, *Analytical Chemistry*, Vol. 24, 1972, DOI: <https://doi.org/10.1021/ac60310a023>

PHÂN TÍCH MỘT SỐ LỖI THƯỜNG GẶP KHI HỌC
TIẾNG HÀN TRÌNH ĐỘ SƠ CẤP: NGHIÊN CỨU
TRƯỜNG HỢP HỌC VIÊN HỌC TIẾNG HÀN TẠI
TRUNG TÂM HÀN QUỐC HỌC, TRƯỜNG ĐẠI HỌC
KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN, ĐẠI HỌC QUỐC GIA
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ThS NGUYỄN THỊ NGỌC MAI

Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University, Ho Chi Minh City

Email: ngocmai@hcmussh.edu.vn

ThS LÊ PHƯƠNG THẢO

Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University, Ho Chi Minh City

Email: thaolp@hcmussh.edu.vn

Tóm tắt

Để giúp người học nhận biết và khắc phục những lỗi cơ bản và phổ biến, bài viết tập trung phân tích những lỗi sai thường gặp của người Việt đang theo học chương trình đào tạo tiếng Hàn phi chính quy tại Trung tâm Hàn Quốc học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. Các lỗi sai được minh họa bằng các ví dụ cụ thể, trên cơ sở nhận diện và phân tích nguyên nhân để đề xuất các biện pháp khắc phục giúp người học hiểu rõ và tránh lặp lại. Những phân tích trong bài viết được rút ra từ kinh nghiệm nghiên cứu và thực tiễn giảng dạy với mong muốn cung cấp những gợi ý thiết thực giúp người học tiếp cận ngôn ngữ thứ hai một cách hiệu quả, từng bước cải thiện kỹ năng học ngoại ngữ một cách tối ưu, đồng thời cũng hướng tới mục tiêu hỗ trợ người giảng dạy xác định phương hướng phù hợp để nâng cao chất lượng giảng dạy tiếng Hàn trong tiến trình hội nhập và toàn cầu hóa.

Từ khóa: lỗi sai, ngữ pháp, phát âm, tiếng Hàn, từ vựng

Abstract

To help learners recognize and overcome basic and common errors, the article focuses on analyzing common errors of Vietnamese people studying the non majored Korean language training program at the Center for Korean Studies, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University, Ho Chi Minh City. The errors are illustrated with specific examples, based on identification and analysis of the causes to propose corrective measures to help learners understand clearly and avoid repetition. The analysis in the article is drawn from research experience and teaching practice with the desire to provide practical suggestions to help learners approach the second language effectively, gradually improving their foreign language learning skills in an optimal way. At the same time, it aims to support teachers in determining appropriate solutions to improve the quality of Korean language teaching in the process of integration and globalization.

Keywords: error, grammar, Korean, pronunciation, vocabulary

Ngày nhận bài: 16/10/2025

Ngày duyệt đăng: 25/11/2025

1. Tổng quan

Sau khi thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1992 và nâng cấp lên đối tác chiến lược toàn diện vào năm 2022, Việt Nam và Hàn Quốc ngày càng mở rộng và phát triển giao lưu hợp tác trên nhiều lĩnh vực từ kinh tế, văn hóa, giáo dục đến khoa học và công nghệ. Hoạt động giao lưu văn hóa thể hiện rõ sự quan tâm của thế hệ trẻ Việt Nam đối với các lĩnh vực ngôn ngữ, âm nhạc, phim ảnh, ẩm thực và lối sống kiểu Hàn. Sự gia tăng của các nhà đầu tư Hàn Quốc vào Việt Nam cùng làn sóng kết hôn với người Hàn Quốc cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu học tiếng Hàn ngày càng lớn. Tại các đơn vị chuyên giảng dạy tiếng Hàn phi chính quy trong thời gian

vừa qua, có thể ghi nhận nhiều đối tượng ghi danh các lớp tiếng Hàn, từ học sinh phổ thông đến sinh viên đại học, cán bộ cơ quan nhà nước hoặc nhân viên từ các doanh nghiệp, những người làm nghề tự do hoặc những người có nhu cầu kết hôn với người Hàn, với các mục đích đa dạng: nghiên cứu học thuật, tìm kiếm cơ hội việc làm, du học, di trú kết hôn, du lịch...

Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn, tiếng Hàn được chính thức đưa vào giảng dạy ở bậc đại học tại Việt Nam như một chuyên ngành (bao gồm chuyên ngành Ngôn ngữ tiếng Hàn và Hàn Quốc học) tại bậc đại học và cao đẳng từ năm 1993. Trong hơn 30 năm qua, các ngành đào tạo này đã đạt được sự phát triển nhất định cả về chất lượng và số lượng.

“Về khu vực phân bố, tính đến tháng 12 năm 2021 đã có tổng số 49 trường đại học, cao đẳng đào tạo tiếng Hàn và Hàn Quốc học trên khắp lãnh thổ Việt Nam. Trong đó, 57,1% số trường (28 trường) là tỷ lệ cao nhất đang vận hành ở khu vực miền Nam. Con số này gấp khoảng gần 2 lần so với 34,7% số trường ở miền Bắc (17 trường) và gấp hơn 7 lần so với số trường ở miền Trung (4 trường)”¹

Tại các trung tâm giảng dạy tiếng Hàn phi chính quy, số lượng học viên đăng ký các lớp tiếng Hàn sơ cấp không ngừng gia tăng, thể hiện mối quan tâm đặc biệt với ngôn ngữ này như một công cụ phục vụ học tập, làm việc và hội nhập quốc tế. Tuy nhiên thực tế cho thấy càng lên các trình độ cao hơn (trung cấp và cao cấp) thì số người học càng giảm. Nguyên nhân chủ yếu do mục tiêu và động lực không đủ mạnh để có thể theo đuổi việc học trong thời gian dài. Bên cạnh đó, việc gặp phải các vấn đề về lỗi cơ bản dẫn đến tâm lý chán nản, mất hứng thú và động lực để theo đuổi việc học ở cấp độ cao hơn, dẫn đến việc người học dễ dàng bỏ cuộc khi không theo kịp tiến độ trên lớp.

Trong những năm gần đây, với sự gia tăng số lượng người học tiếng Hàn, đã có nhiều nghiên cứu liên quan trực tiếp đến việc dạy và học tiếng Hàn, đặc biệt những công trình nghiên cứu về lỗi sai phát sinh trong quá trình học tiếng Hàn của người Việt. Những nghiên cứu này đóng vai trò quan trọng trong việc xác định đặc điểm ngôn ngữ mục tiêu, nguyên nhân gây lỗi và gợi ý các biện pháp giảng dạy hiệu quả. Có thể kể đến các nghiên cứu của Ji Hyun-sook,² Kim Sangsoo, Song Hyang-Keun,³ Lee Byung-Woon,⁴ Chang Jun Jeong,⁵ Phan Hoang My Thuong & Kwon Soon Hee,⁶ Kim Garam,⁷ Son Jun Seop.⁸ Các công trình này chủ yếu tập trung phân tích nguyên nhân gây ra lỗi sai cơ bản (trợ từ, từ

1 Cao Thị Hải Bắc, Lê Hải Yến, “Khảo sát về tình hình đào tạo tiếng Hàn và Hàn quốc học tại Việt Nam”, *Tạp chí Nghiên cứu nước ngoài*, số 4(38), 2022, tr. 121, DOI: <https://doi.org/10.25073/2525-2445/vnu.4863>

2 Ji Hyun-sook, “한국어 인터뷰 시험 담화에서 나타난 구어 문법적 오류 분석”, *한국어교육*, Vol. 17(3), tr. 301-323, 2006.

3 Kim Sangsoo, Song Hyang-Keun, “한국어 교육의 오류 분석 연구 동향 분석”, *이중언어학*, Vol. 31, 2006.

4 Lee Byung-Woon, “베트남인 학습자의 작문 오류 경향 분석: 조사·어미를 중심으로”, *우리말글학회*, Vol. 52, 2011 tr. 105-130.

5 Jang Yun-jeong, “‘베트남인 한국어 학습자 작문에 나타난 문법 오류 양상 연구’의 토론문”, *한국문법교육학회 학술발표논문집 2016권 2호* 162-162.

6 Phan Hoang My Thuong, Kwon Soon-hee, “베트남 학습자의 한국어 경어법 오류 양상 연구”, *국어교육학연구*, Vol. 53(2), tr. 289-328, 2018, DOI: <http://doi.org/10.20880/kler.2018.53.2.289>

7 Kim Garam, “한국어 초고급 학습자의 어휘 연구”, *국어문학*, Vol. 80(80), tr. 289-319, 2022.

8 Son Chunseop, “베트남인 학습자의 한국어 조사 오류에 대한 연구”, *한국어 교육 연구*, No. 23, 2024, tr. 109-132, DOI: <http://doi.org/10.25022/JKLER.2024.23.109>

vựng, ngữ pháp, kính ngữ...) và đề xuất giải pháp phù hợp trong giảng dạy tiếng Hàn cho người Việt. Riêng công trình nghiên cứu của Kim Hyunwoo⁹ đã phân tích các lỗi ngữ pháp trong kỹ năng nói tiếng Hàn của người học tiếng Hàn trình độ sơ cấp là người Việt, từ đó đề xuất chiến lược giảng dạy kỹ năng nói trình độ cơ bản một cách hiệu quả.

Tại Việt Nam, trong các nghiên cứu phân tích những lỗi sai phát sinh trong quá trình học tiếng Hàn của người Việt, có thể kể đến công trình nghiên cứu của Phạm Thị Duyên.¹⁰ Nghiên cứu mô tả thực trạng nhận thức của sinh viên về tầm quan trọng của ngữ pháp và những lỗi ngữ pháp mà sinh viên thường mắc phải. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một số biện pháp giúp sinh viên hạn chế mắc lỗi ngữ pháp trong kỹ năng viết tiếng Hàn, tạo nền tảng vững chắc và nâng cao hiệu quả dạy và học kỹ năng viết tiếng Hàn. Ngoài ra, còn có nghiên cứu của Đinh Thị Thu Hiền¹¹ và Nguyễn Thị Vân¹² chú trọng đến việc xác định những lỗi sai cơ bản trong câu phức xuất hiện ở bài viết của người Việt học tiếng Hàn, cụ thể, phân tích lỗi sai phổ biến nhất là dùng sai trợ từ trong tiếng Hàn.

Nhìn chung, trong lĩnh vực giảng dạy tiếng Hàn như một ngoại ngữ, việc xác định và phân tích lỗi sai của người học được nhiều học giả quan tâm nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy và xây dựng tài liệu giảng dạy phù hợp. Đặc biệt, với đối tượng người học tiếng Hàn là người Việt, các lỗi sai thường gặp phản ánh rõ sự khác biệt về cấu trúc ngôn ngữ, ngữ pháp và văn hóa giữa hai hệ thống ngôn ngữ. Các nghiên cứu đi trước đã cung cấp nền tảng lý thuyết và thực nghiệm phong phú, giúp xác định rõ nguyên nhân và xu hướng lỗi sai của người học tiếng Hàn. Đây là cơ sở để nghiên cứu hiện tại tiếp tục khảo sát sâu hơn về các lỗi thường gặp và đề xuất giải pháp phù hợp trong giảng dạy tiếng Hàn cho người Việt. Tuy vậy, các nghiên cứu trước đó cũng chủ yếu tập trung ở môi trường đại học hoặc các lớp học tiếng Hàn tại Hàn Quốc. Việc khảo sát lỗi sai của học viên khi học tiếng Hàn tại các trung tâm đào tạo tiếng Hàn phi chính quy ở Việt Nam – nơi có điều kiện học tập, thời lượng giảng dạy, và trình độ học viên rất đặc thù thì vẫn còn khá hạn chế.

Trong quá trình nghiên cứu và giảng dạy tiếng Hàn, chúng tôi nhận thấy học viên ở các lớp học phi chính quy còn vấp phải khá nhiều lỗi sai cơ bản và phổ biến như phát âm, từ vựng, trợ từ, đuôi câu, cấu trúc ngữ pháp... Điều này gây ảnh hưởng đến quá trình tiếp thu kiến thức và phát triển kỹ năng ngôn ngữ. Trước thực tế đó, việc nhận diện, phân tích các lỗi phổ biến, chỉ ra nguyên nhân và đề xuất phương pháp khắc phục không chỉ giúp người hướng dẫn cải thiện phương pháp giảng dạy phù hợp mà còn hỗ trợ học viên nắm vững nền tảng cơ bản để từ đó nâng cao năng lực tiếng Hàn một cách hiệu quả. Ngoài ra, điều này cũng làm cơ sở cho việc thiết

9 Kim Hyunwoo, “베트남인 한국어 초급 학습자의 문법적 말하기 오류 분석 연구”, *인문사회* 21, Vol. 13(3), 2022, tr. 2705-2715.

10 Phạm Thị Duyên, “Lỗi ngữ pháp trong kỹ năng viết tiếng Hàn của sinh viên năm nhất khoa ngôn ngữ và văn hóa Hàn Quốc, trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế: Thực trạng và biện pháp khắc phục”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng: Khoa học xã hội và nhân văn*, Số Đặc biệt: HTKH Quốc gia, số 02, 2024, tr. 165-174, DOI: <https://doi.org/10.59294/HIUJS.KHQG.2024.017>

11 Đ. T. T. Hiền, *베트남인 한국어 학습자의 작문에 나타나는 내포문 오류 양상 연구*, Master's Thesis, Yeungnam University, 2014.

12 Nguyễn Thị Vân, “베트남인 학습자의 조사 오류 경향 분석”, *한국어교육연구*, Vol. 14(1), 2019, tr. 85-102.

kế giáo án, phát triển tài liệu giảng dạy và cải thiện nội dung đào tạo. Trên cơ sở định hướng này, bài viết tập trung khảo sát và phân tích những lỗi sai thường gặp của học viên học tiếng Hàn sơ cấp tại Trung tâm Hàn Quốc học, Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn – Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. Từ đó, tác giả đề xuất các biện pháp khắc phục, hạn chế lỗi thường gặp khi học tiếng Hàn nhằm góp phần nâng cao chất lượng dạy và học tiếng Hàn phi chính quy trong giai đoạn đẩy mạnh giao lưu hợp tác Việt Nam – Hàn Quốc hiện nay.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở áp dụng các lý thuyết phân tích lỗi (*error analysis*), bài viết hướng đến việc xem lỗi như một phần tự nhiên của quá trình học ngôn ngữ thứ hai. Tác giả áp dụng lý thuyết chuyển giao ngôn ngữ mẹ đẻ (*language transfer/interference theory*) nhằm xác định nguyên nhân gây lỗi do người học áp dụng quy tắc của tiếng mẹ đẻ (tiếng Việt) vào quá trình học ngoại ngữ (tiếng Hàn) để giải thích lỗi do ảnh hưởng từ tiếng Việt. Ngoài ra, tác giả bài viết cũng áp dụng lý thuyết phân tích đối chiếu (*contrastive analysis*) để so sánh đặc điểm cấu trúc giữa hai ngôn ngữ nhằm nhận diện những điểm dễ phát sinh lỗi.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp quan sát mô tả nhằm nhận diện và phân tích các lỗi sai thường gặp của người học tiếng Hàn trình độ sơ cấp. Dữ liệu được thu thập từ 8 lớp sơ cấp (mỗi lớp 10–15 học viên), tổng cộng 100 học viên phi chính quy tại Trung tâm Hàn Quốc học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, thông qua ba hình thức: (i) *quan sát nghe – nhìn* trong các hoạt động dạy – học và thực hành trên lớp; việc ghi nhận lỗi phát âm, ngữ pháp và từ vựng được tiến hành bởi tác giả và đối chiếu đồng thời với giáo viên bản ngữ nhằm bảo đảm tính khách quan, đặc biệt đối với lỗi phát âm; (ii) *phân tích văn bản* thông qua bài viết, bài tập dịch câu, bài kiểm tra giữa kỳ và cuối khóa để nhận diện lỗi từ vựng và ngữ pháp; (iii) *quan sát kết hợp* nhằm đối chiếu các nguồn dữ liệu và bảo đảm tính khách quan. Tất cả lỗi được phân loại theo ba nhóm (từ vựng, ngữ pháp, phát âm), phân tích theo hướng mô tả và đánh giá tần suất xuất hiện. Trên cơ sở đối chiếu giữa lý thuyết và dữ liệu thực tế, nghiên cứu xác định nguyên nhân của từng nhóm lỗi, qua đó đề xuất các giải pháp dạy học phù hợp và khả thi trong bối cảnh đào tạo tiếng Hàn phi chính quy.

3. Nội dung nghiên cứu và thảo luận

3.1. Khái niệm lỗi sai và tầm quan trọng của việc nhận biết lỗi sai

Trong nghiên cứu ngôn ngữ học, lỗi sai (*error*) được hiểu là sự lệch chuẩn trong sử dụng ngôn ngữ so với hệ thống ngôn ngữ đích, thường xảy ra khi người học chưa nắm vững các quy tắc ngữ pháp, ngữ âm, từ vựng hoặc ngữ dụng của ngôn ngữ đích. Nó phản ánh quá trình hệ thống ngôn ngữ trung gian của người học để tiến đến giai đoạn sử dụng thành thạo ngôn ngữ thứ hai. Trong việc học ngoại ngữ nói chung và tiếng Hàn nói riêng, lỗi sai thể hiện qua các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết khi người học chưa nắm rõ các quy tắc ngôn ngữ, thường do ảnh hưởng bởi cấu trúc và quy tắc ngôn ngữ của tiếng mẹ đẻ.¹³

13 Jack Richards, “Error analysis and second language strategies”, *ERIC*, The text of an invited lecture given at Indiana University, Bloomington, 1971, <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED048579.pdf>, truy cập ngày 16/10/2025.

Các lỗi sai thường xảy ra do sự khác biệt hệ thống cấu trúc ngôn ngữ, khác biệt ngữ pháp, hệ thống từ loại, cách biểu đạt ngữ dụng. Tuy nhiên, trong lĩnh vực giảng dạy và nghiên cứu tiếp thu ngôn ngữ thứ hai, việc phân biệt giữa “lỗi sai” (*error*) và “nhầm lẫn” (*mistake*) có ý nghĩa quan trọng trong việc phân tích và khắc phục lỗi của người học, bởi nó giúp xác định bản chất và nguyên nhân thực sự của sai sót ngôn ngữ. Theo quan điểm của Corder,¹⁴ lỗi sai của người học không chỉ là dấu hiệu của sự thiếu hụt ngôn ngữ, mà còn là bằng chứng cho thấy người học đang tích cực xây dựng hệ thống ngôn ngữ riêng của mình trong quá trình tiếp thu. Cần phân biệt giữa lỗi sai và nhầm lẫn của người học để tiến hành phân tích chính xác. Nếu như nhầm lẫn là lỗi ngôn ngữ tạm thời xảy ra trong quá trình sử dụng ngôn ngữ và người học có thể tự sửa được, thì lỗi sai lại mang tính hệ thống và lặp đi lặp lại, liên quan đến tri thức ngôn ngữ của người học về ngôn ngữ đích, từ đó phản ánh khả năng tái cấu trúc kiến thức ngôn ngữ.

Việc phân biệt hai khái niệm trên không chỉ có ý nghĩa về mặt lý thuyết mà còn mang giá trị thực tiễn trong giảng dạy, giúp giáo viên xác định nguyên nhân của lỗi. Nếu là lỗi sai, giáo viên cần tập trung giải thích, củng cố và tái cấu trúc kiến thức ngôn ngữ cho người học. Ngược lại, nếu là nhầm lẫn, chỉ cần hướng dẫn người học tự điều chỉnh trong quá trình sử dụng ngôn ngữ. Nhờ vậy, việc nhận diện chính xác loại sai sót sẽ giúp quá trình dạy – học trở nên hiệu quả hơn, đồng thời cung cấp cơ sở khoa học cho các nghiên cứu về sự phát triển ngôn ngữ của người học.

Lý thuyết phân tích lỗi này tập trung vào lỗi sai thực tế trong môi trường học tập, khắc phục điểm yếu của phân tích đối chiếu và đưa ra góc nhìn mới về lỗi ngôn ngữ. Tuy nhiên, nếu không quan sát quá trình sử dụng ngôn ngữ của người học trong một khoảng thời gian nhất định thì rất khó để phân biệt được lỗi và sự nhầm lẫn. Trong khi đó, Ellis nhấn mạnh rằng: “Lỗi sai giúp nhà nghiên cứu hiểu rõ hơn về quá trình hình thành liên ngôn ngữ và sự phát triển năng lực ngôn ngữ của người học”.¹⁵ Các nghiên cứu tại Việt Nam cho thấy người học thường mắc lỗi ở các cấu trúc ngữ pháp, kính ngữ và trợ từ...¹⁶

Nhìn chung, việc phân tích và xác định nguyên nhân dẫn đến lỗi sai giúp nhà nghiên cứu, người giảng dạy xác định được các quy tắc ngôn ngữ mà người học chưa nắm vững, từ đó điều chỉnh nội dung, thiết kế chương trình và đổi mới phương pháp nhằm khắc phục các lỗi cơ bản, phổ biến, từ đó nâng cao ý thức ngôn ngữ cho người học và góp phần quan trọng trong nghiên cứu và thực tiễn giảng dạy tiếng Hàn như một ngoại ngữ.

3.2. Các lỗi sai thường gặp trong quá trình học tiếng Hàn sơ cấp

Trong quá trình giảng dạy, chúng tôi đã tiến hành khảo sát 100 học viên đang theo học các khóa tiếng Hàn sơ cấp. Kết quả khảo sát cho thấy mẫu nghiên cứu có sự đa dạng về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn và nghề nghiệp. Cụ thể, học viên nữ chiếm đa số. Nhóm tuổi từ 19–30 chiếm 74%, nhóm 31–40 chiếm 16%, trong khi các nhóm 15–18 và trên 40 tuổi đều chiếm khoảng 5%. Về trình độ học vấn, 62% học viên có trình độ đại học, 35% tốt nghiệp THCS hoặc THPT, và 3% có trình độ thạc sĩ. Xét theo nghề nghiệp, học sinh – sinh viên chiếm 50%, người đi làm 30%

14 Stephen Pit Corder, *Error analysis and interlanguage*, Oxford, UK: Oxford University Press, 1981.

15 Rod Ellis, *Second Language Acquisition*, Oxford: Oxford University Press, 1997

16 Như trên.

(trong đó có một bộ phận làm việc tại các doanh nghiệp Hàn Quốc), nội trợ 15%, và các nghề khác 5%.

So với sinh viên chuyên ngành tiếng Hàn tại các trường đại học, nhóm học viên phi chính quy có đầu vào không đồng đều về tuổi tác và trình độ, dẫn đến khả năng tiếp thu kiến thức nhìn chung chậm và không đồng nhất. Sự chênh lệch này tạo ra những thách thức nhất định cho giảng dạy, đòi hỏi phương pháp phù hợp để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người học.

3.2.1. Lỗi phát âm

Lỗi phát âm là một trong những trở ngại lớn nhất của người học nước ngoài nói chung khi học bất kỳ một ngôn ngữ thứ hai nào. Khi người Việt học tiếng Hàn, thường xuất hiện nhiều lỗi phát âm do sự khác biệt về hệ thống âm vị và cách phát âm giữa hai ngôn ngữ, cụ thể do hệ thống phụ âm cuối phức tạp, hiện tượng nối âm và một số trường hợp biến âm trong tiếng Hàn. Dưới đây là một số lỗi phổ biến về phát âm thường gặp phải của học viên khi học tiếng Hàn tại trung tâm:

Thứ nhất, việc không phân biệt rõ cách phát âm giữa âm thường, âm bật hơi và âm căng trong tiếng Hàn không chỉ dẫn đến việc viết sai chính tả, thay đổi cách phát âm mà còn có thể làm thay đổi hoàn toàn ý nghĩa của từ. Việc không phân biệt được các cặp phụ âm gần giống nhau là lỗi phổ biến khi học phát âm tiếng Hàn. Cụ thể:

Bảng 1. Lỗi phát âm

Phụ âm thường (ㄱ, ㅋ, ㆁ, ㆁ, ㅈ)	Phụ âm bật hơi (ㄱ, ㅋ, ㆁ, ㆁ)	Phụ âm căng (âm tắt) (ㄱ, ㅋ, ㆁ, ㆁ, ㅈ)
가 /-ka/	카 /-kha/	까 /-kka/
다 /-ta/	타 /-tha/	따 /-tta/
바 /-ba/	파 /-pa/	빠 /-bba/
사 /-sa/		싸 /-ssa/
자 /-ja/	차 /-j'a/	짜 /-jja/

Ví dụ: 싸다 (rẻ) - /ssada/ --> phát âm không chuẩn thành 사다 (mua) - /sada/
 침 (nước bọt) - /j'im/ phát âm không chuẩn thành 집 (hành lý) - /jim/

Đây là lỗi sai (*error*) do người học chưa nắm được hệ thống âm vị trong tiếng Hàn, lặp lại liên tục, không tự sửa được, phản ánh sự thiếu năng lực ngôn ngữ trong phân biệt âm, dẫn tới viết sai chính tả, phát âm sai, thậm chí thay đổi nghĩa của từ.

Thứ hai, trong tiếng Hàn xuất hiện hiện tượng biến âm phức tạp và nguyên tắc nối âm khi phát âm nên người học thường gặp khó khăn trong việc phát âm chính xác. Theo thói quen của người Việt khi học phát âm, thường phát âm như thế nào thì sẽ viết giống hệt như phát âm nên khi gặp những trường hợp nối âm hoặc biến âm thường sẽ bị phát âm sai hoặc viết sai chính tả.

Ví dụ: 젊어요 /절머요-jeol mo yo/ --> phát âm rời rạc thành /젊어요 - jeom-o-yo/

Đây là nhầm lẫn (*mistake*): Đây là lỗi ngẫu nhiên, người học nắm được quy tắc nhưng chưa quen thực hành và có thể tự sửa khi được nhắc hoặc luyện tập nhiều.

국민 /궁민 - kungmin/ --> phát âm không chuẩn thành /국민 - kukmin/

Đây là lỗi do không nắm được nguyên tắc biến âm nên dẫn đến phát âm chưa chuẩn (trường hợp lỗi xuất hiện lẻ tẻ, người học có thể tự sửa (*mistake*), trường hợp lỗi xuất hiện lặp đi lặp lại nhiều lần do người học không nắm được quy tắc hệ thống (*error*)).

Thứ ba, về lỗi ngữ điệu: do tiếng Việt có thanh điệu (6 thanh điệu: ngang - sắc - huyền - hỏi - ngã - nặng) trong khi tiếng Hàn gần như không có thanh điệu (ngữ điệu phẳng) nên người học khi học tiếng Hàn thường hay áp dụng thói quen ngữ điệu lên giọng xuống giọng như tiếng Việt dẫn tới phát âm giọng lạ, khó nghe và bị nặng so với ngữ điệu tự nhiên nhẹ nhàng của người bản ngữ.

Đây là lỗi *mistake* mang tính ngẫu nhiên, người học có thể tự điều chỉnh khi nghe mẫu chuẩn.

3.2.2. Lỗi từ vựng

Trong nghiên cứu của Lee Jeong-hee,¹⁷ tác giả nhấn mạnh sự cần thiết của việc nghiên cứu lỗi sai của người học tiếng Hàn, đồng thời đề xuất phương pháp xác định và phân loại lỗi trong tiếng Hàn. Phương pháp phân loại lỗi tiếng Hàn được chia thành hai loại: phân loại theo nguyên nhân và phân loại theo kết quả. Phân loại theo nguyên nhân bao gồm: lỗi do ảnh hưởng từ tiếng mẹ đẻ, lỗi do ảnh hưởng từ ngôn ngữ đích (tiếng Hàn), và lỗi do chương trình giảng dạy. Phân loại theo kết quả bao gồm: lỗi theo phạm trù, lỗi theo hiện tượng và lỗi theo mức độ.¹⁸

Dựa trên các luận điểm trên, bài viết sẽ phân loại và phân tích lỗi từ vựng theo các loại: thay thế, lược bỏ, thêm thắt, chính tả, lỗi hình thức. Trong đó, thay thế đề cập việc thay thế từ vựng có ý nghĩa khác hoặc tương tự, hoặc sử dụng hình thức sai; lược bỏ là không sử dụng các từ hoặc hình thức cần thiết; thêm thắt là sử dụng các từ hoặc hình thức không cần thiết; chính tả là sử dụng sai hình thức theo chính tả tiếng Hàn; Lỗi hình thức đề cập việc sử dụng sai các yếu tố ngữ pháp như đuôi kết thúc câu, dạng định ngữ...

Bảng 2. Phân tích những lỗi sai từ vựng thường gặp

Lỗi	Ví dụ	Phân tích lỗi
오류 (대치)	지금 오후 세 시입니다 (O) 지금 오후 삼 시입니다 (X)	Không biết khi nào dùng số Hán Hàn “세” và số Thuần Hàn “삼” --> error
Luợc bỏ (누락)	저는 베트남 사람입니다 (O) 저는 베트남입니다 (X)	Lược bỏ từ “사람” làm cho nghĩa của câu không rõ ràng (“Tôi là Việt Nam” thay vì đầy đủ phải là “Tôi là người Việt Nam”) --> lỗi error do chưa nắm được cấu trúc hệ thống danh từ bổ sung trong tiếng Hàn
Thêm vào (첨가)	사과를 둘 주세요 (O) 사과를 둘 개 주세요 (X)	Do thêm đơn vị tính “개” vào không phù hợp dẫn đến sai về mặt cấu trúc ngữ pháp --> lỗi error

17 J. H. Lee, *A research study on language production errors of Korean learners*, Doctoral dissertation, Ph. D. dissertation, Kyunghee University, 2002.

18 Như trên.

Chính tả (철자)	아침에 운동합니다 (O) 아침에 운동합니다 (X)	Viết sai chính tả từ “아침” thành “아짐” (không phân biệt được âm bật hơi và âm thường) --> có thể là <i>error</i> hoặc <i>mistake</i> tùy mức độ (nếu do phát âm sai hệ thống --> <i>error</i> , nếu do viết vội sai chính tả --> <i>mistake</i>)
Lỗi hình thức (오형태)	부모님이 한국에서 삽니다 (O) 부모님이 한국에서 살습니다 (X)	Không áp dụng bất quy tắc “ㄹ” khi chia đuôi câu “ㅂ니다, 습니다” (thay vì chia thành 삽니다 thì chia sai thành 살습니다) --> <i>error</i>

3.2.3. Lỗi ngữ pháp

Các lỗi ngữ pháp ở học viên sơ cấp thường liên quan đến trợ từ, đuôi từ và biến đổi động từ. Quan sát 100 học viên trong 8 lớp sơ cấp cho thấy những cấu trúc này xuất hiện với tần suất lỗi cao, phản ánh khó khăn thực tế trong việc áp dụng các quy tắc ngữ pháp Hàn vào cách diễn đạt của người học Việt Nam.

Cụ thể, khác biệt trong hai ngôn ngữ như sau:

- Cấu trúc câu - 문장 구조 (Trật tự các thành phần trong câu): Tiếng Hàn tuân theo trật tự “chủ ngữ – tân ngữ – động từ (S - O - V)”, trong khi tiếng Việt sử dụng trật tự “chủ ngữ – động từ – tân ngữ (S - V - O)”. Sự khác biệt này, cùng với tính linh hoạt trong vị trí từ loại cuối câu ở tiếng Việt, có thể là nguyên nhân khiến người học Việt Nam gặp khó khăn trong việc áp dụng trật tự câu trong tiếng Hàn một cách chính xác.

- Trợ từ - 조사: Tiếng Hàn sử dụng hệ thống trợ từ để xác định chức năng ngữ pháp của từng thành phần trong câu (trợ từ chủ ngữ, trợ từ tân ngữ, trợ từ địa điểm, trợ từ thời gian...), còn tiếng Việt thì không có hệ thống trợ từ này, mà chủ yếu dựa vào trật tự từ và ngữ cảnh để diễn đạt quan hệ ngữ pháp. Có thể thấy, trong tiếng Hàn trợ từ là yếu tố cơ bản và quan trọng để cấu thành câu. Tuy nhiên, vì trong tiếng Việt không có hệ thống trợ từ nên người học sẽ khó tránh khỏi việc mắc lỗi trong việc sử dụng các loại trợ từ này. Lỗi trợ từ người học thường mắc phải gồm ba loại: lỗi thay thế (dùng sai hình thức), lỗi thêm vào (dùng dư thừa), và lỗi lược bỏ (không dùng hoặc né tránh).

- Vĩ tố kết thúc đuôi câu - 종결어미: Đây cũng là một đặc điểm quan trọng khi đề cập vấn đề câu trong tiếng Hàn, nó là loại hậu tố xuất hiện ở cuối câu, cấu thành vị ngữ kết thúc câu nhằm biểu thị sự kết thúc của một câu văn. Nhờ vào vĩ tố kết thúc đuôi câu này, có thể nhận biết được các thể loại câu như: 서술형 (dạng trần thuật), 의문형 (dạng nghi vấn), 명령형 (dạng mệnh lệnh), 청유형 (dạng rủ rê)...

- Hình thức chia thì - 시제 형태: Lỗi chia thì - 왔/있 - ở học viên sơ cấp chủ yếu xuất hiện khi chuyển ngữ từ tiếng Việt, do tiếng Hàn yêu cầu chia thể quá khứ rõ ràng, trong khi tiếng Việt không có hệ thống thì giống như tiếng Hàn mà nó biểu thị thời gian quá khứ qua bối cảnh, từ chỉ thời gian hoặc trạng từ. Quan sát trực tiếp 100 học viên cho thấy nhiều trường hợp sử dụng sai dạng quá khứ - 왔/있 - khi dịch hoặc diễn đạt các hành động đã xảy ra. Điều này minh chứng cho sự khó khăn trong việc áp dụng hệ thống thì trong tiếng Hàn vào ngôn ngữ mẹ đẻ.

Bảng 3. Phân tích lỗi ngữ pháp thường gặp

Lỗi 오류		Ví dụ 예문	Phân tích lỗi 오류 분석
Trợ từ (조사)	Lỗi thay thế trợ từ (대치 오류)	저는 돈이 많아요 (O) 저는 돈을 많아요 (X)	Nhầm lẫn trợ từ chủ ngữ “이/가” và trợ từ tân ngữ “을/를” --> error (do chưa nắm được chức năng trợ từ)
	Lỗi thêm vào trợ từ (첨가 오류)	어제 집에서 쉬었어요 (O) 어제에 집에서 쉬었어요 (X)	Thêm trợ từ không đúng chỗ (어제 thì không dùng trợ từ chỉ thời gian “에” đi kèm) --> mistake (người học biết nhưng quên)
	Lỗi lược bỏ trợ từ (생략 오류)	이번 주말에 한국어 책을 읽을 거예요 (O) 이번 주말 한국어 책을 읽을 거예요 (X)	Lỗi bỏ sót trợ từ chỉ thời gian “에” là lỗi thường gặp --> mistake
Cấu trúc câu (문장 구조)	저는 한국 문화를 좋아해요 (O) 저는 좋아해요 한국 문화를 (X)	Ảnh hưởng của cấu trúc câu SVO trong tiếng Việt ngược với cấu trúc SOV trong tiếng Hàn --> error (lỗi hệ thống do ảnh hưởng chuyển di từ tiếng mẹ đẻ)	
Chia thì (시제 형태)	지난 달에 한국에 여행을 갔어요 (O) 지난 달에 한국에 여행을 가요 (X)	Trong tiếng Việt không có hệ thống thì nên thường bỏ sót chia thì trong tiếng Hàn --> error hoặc mistake (nếu không nắm quy tắc chia --> error, quên chia --> mistake)	
Lỗi sai bất quy tắc (불규칙)	한국 음식이 매워서 못 먹어요 (O) 한국 음식이 맵어서 못 먹어요 (X)	Lỗi chia sai bất quy tắc “ㅂ” --> error (do không nắm được bất quy tắc)	
Vị tố kết thúc đuôi câu (종결어미)	저는 선생님이에요 (O) 저는 선생님이예요 (X)	Không hoặc quên xét phụ âm cuối khi chia đuôi kết thúc câu --> error (do không nắm được nguyên tắc chia đuôi kết thúc câu)	

Các lỗi sai thường gặp ở người học sơ cấp chủ yếu liên quan đến trợ từ, đuôi kết thúc câu và cấu trúc cú pháp. Phân tích đối chiếu giữa tiếng Việt và tiếng Hàn cho thấy những cấu trúc này có hệ thống khác biệt rõ rệt về thứ tự từ, loại từ và cách biểu đạt ngữ dụng. Dữ liệu thu thập từ 8 lớp học (100 học viên) cho thấy các lỗi như nhầm trợ từ, sai thứ tự thành phần câu xuất hiện với tần suất cao. Điều này chứng tỏ sự khác biệt về ngôn ngữ giữa tiếng mẹ đẻ và tiếng Hàn góp phần giải thích một phần nguyên nhân gây lỗi, đồng thời nhấn mạnh vai trò của việc hướng dẫn có kiểm soát các cấu trúc dễ sai.

3.3. Nguyên nhân của việc hình thành và phổ biến các lỗi sai

Qua quá trình phân tích lỗi sai trong quá trình học tiếng Hàn của người học trình độ sơ cấp, đặc biệt là người Việt, có thể nhận thấy những lỗi sai thường gặp nhất tập trung vào những lỗi chính như: lỗi phát âm, lỗi trợ từ, lỗi đuôi từ, lỗi về thì, lỗi về bất quy tắc, lỗi cấu trúc ngữ pháp... Những lỗi này chủ yếu bắt nguồn từ sự khác biệt giữa hệ thống ngữ pháp tiếng Hàn và tiếng Việt. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, thiếu nền tảng kiến thức ngôn ngữ cơ bản là nguyên nhân dẫn đến những lỗi cơ bản về: phát âm, trợ từ, chia thì, dịch câu.

Thứ hai, phương pháp giảng dạy và tài liệu học tập cũng là nguyên nhân dẫn đến lỗi. Nếu giáo trình thiên về lý thuyết mà không có phần giải thích cách sử dụng cụ thể hoặc ví dụ minh họa thực tiễn thì người học dễ mắc lỗi kéo dài. Về phía giáo viên, nguyên nhân lỗi chủ yếu xuất hiện ở lỗi chính tả, thường là do phát âm chưa chính xác hoặc chưa giảng dạy rõ ràng vị trí sử dụng và ý nghĩa của từng trợ từ, cấu trúc ngữ pháp trong tiếng Hàn thông qua so sánh ví dụ và luyện tập mẫu câu cụ thể. Ngoài ra, cách truyền đạt chưa rõ ràng cũng khiến học viên khó tiếp thu và dễ mắc lỗi trong quá trình sử dụng ngôn ngữ.

Thứ ba, tâm lý sợ sai và thiếu tự tin cũng là một trong những yếu tố quan trọng dẫn đến việc người học dễ mắc lỗi. Tâm lý sợ sai và thiếu tự tin là rào cản phổ biến ở người học tiếng Hàn sơ cấp, khiến người học ngại phát âm, ngại nói tiếng Hàn, tránh giao tiếp, ít thực hành và bỏ lỡ cơ hội nhận diện lỗi và được sửa lỗi. Từ đó, người học không biết mình sai chỗ nào hoặc không có người sửa, khiến lỗi lặp lại thường xuyên dẫn đến khó cải thiện năng lực ngôn ngữ.

Thứ tư, thiếu môi trường luyện tập thực tế: Dù đã học ngữ pháp và từ vựng nhưng nếu không được luyện nghe – nói thường xuyên với người bản xứ, người học dễ rơi vào tình trạng hiểu lý thuyết nhưng không vận dụng được. Từ đó dẫn đến việc khó áp dụng kiến thức vào giao tiếp, thiếu phản xạ ngôn ngữ và không được sửa lỗi kịp thời, sử dụng câu cứng nhắc, phát âm không chuẩn và giảm tự tin khi giao tiếp bằng tiếng Hàn trong thực tế.

Nhìn chung, việc người học tiếng Hàn ở trình độ sơ cấp dễ mắc lỗi bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân như: khác biệt ngôn ngữ, phương pháp học chưa hiệu quả, thiếu thực hành, ảnh hưởng từ tiếng mẹ đẻ và tâm lý e ngại... Những yếu tố này không chỉ ảnh hưởng đến khả năng tiếp thu kiến thức mà còn cản trở quá trình vận dụng ngôn ngữ trong giao tiếp. Do đó, để nâng cao hiệu quả học tập, người học cần có phương pháp học tích cực, được hỗ trợ từ giáo viên và môi trường học tập phù hợp nhằm khắc phục sớm các lỗi sai cơ bản. Việc nhận diện rõ nguyên nhân mắc lỗi giúp lựa chọn phương pháp học phù hợp, tăng cường phản xạ, giao tiếp và sửa lỗi kịp thời, từ đó nâng cao hiệu quả sử dụng ngôn ngữ.

3.4. Biện pháp khắc phục lỗi sai thường gặp

Việc người học tiếng Hàn sơ cấp mắc lỗi là hiện tượng phổ biến, vì vậy việc nhận diện và phân tích các lỗi điển hình không chỉ giúp người học củng cố nền tảng ngôn ngữ mà còn nâng cao hiệu quả học tập. Trên cơ sở kết quả phân tích lỗi, nghiên cứu đề xuất một số kiến nghị nhằm giảm thiểu sai sót và cải thiện chất lượng dạy – học, được triển khai theo bốn phương diện sau:

- *Tổ chức dạy học*: Kết quả nghiên cứu cho thấy người học thường mắc lỗi ở trợ từ, đuôi kết thúc câu và cấu trúc cú pháp. Do đó, cần tăng thời lượng luyện tập cho các chủ điểm có tần suất lỗi cao; tổ chức các buổi sửa lỗi định kỳ theo nhóm nhỏ để theo dõi tiến bộ; triển khai hệ thống đánh giá thường xuyên thông qua bài kiểm tra ngắn và phản hồi nhanh tập trung vào lỗi phát âm, trợ từ và ngữ pháp; đồng thời phân nhóm người học theo mức độ mắc lỗi nhằm tổ chức lớp học linh hoạt và hiệu quả hơn.

- *Nội dung dạy học*: Cần điều chỉnh nội dung chương trình nhằm tăng cường các chủ điểm ngữ pháp có tần suất lỗi cao, đồng thời làm rõ những điểm giao thoa

Việt – Hàn, vốn là nguyên nhân chủ yếu dẫn đến sai sót ở người học sơ cấp. Ở mỗi bài học, nên bổ sung mục nhận diện và phân tích lỗi đặc trưng, giúp người học chủ động nắm bắt cơ chế hình thành lỗi. Đồng thời, cần tăng cường các bài tập xử lý lỗi, bao gồm chỉnh sửa câu sai, đối chiếu cấu trúc đúng – sai và giải thích nguyên nhân nhằm phát triển năng lực tự sửa lỗi một cách bền vững. Bên cạnh đó, khi điều chỉnh giáo trình và thiết kế bài giảng, cần lựa chọn ví dụ minh họa và tổ chức hoạt động dạy học phù hợp với đặc thù người học, tập trung làm rõ các điểm giao thoa dễ dẫn đến lỗi, đặc biệt là những cấu trúc mà người học Việt Nam thường áp dụng theo mẫu câu tiếng mẹ đẻ.

- *Phương pháp dạy học*: Giáo viên nên áp dụng phương pháp trực quan dựa trên đối chiếu ngôn ngữ Việt – Hàn để giải thích các cấu trúc dễ nhầm lẫn. Đồng thời, việc vận dụng mô hình PPP (*Presentation – Practice – Production*) giúp người học tiếp nhận và củng cố kiến thức một cách hệ thống, trong khi dạy học theo nhiệm vụ (*task-based*) tạo cơ hội luyện tập các cấu trúc trong ngữ cảnh thực, thay vì học máy móc. Bên cạnh đó, cần khai thác công nghệ giảng dạy bao gồm video tình huống, bảng so sánh, trò chơi tương tác và hệ thống bài tập tự động nhằm hỗ trợ ghi nhớ và giảm lỗi hình thái cũng như cấu trúc.

- *Hoạt động trong và ngoài lớp học*: Trong lớp, cần tăng cường các hoạt động giao tiếp có kiểm soát, bao gồm trò chơi ngôn ngữ, đóng vai theo chủ đề và bài tập cặp đôi, nhằm giúp người học thực hành chính xác các cấu trúc dễ sai. Ngoài lớp, người học nên ghi nhật ký, quay video luyện nói, tham gia câu lạc bộ hoặc giao lưu với người bản ngữ, đồng thời duy trì “sổ tay lỗi cá nhân” để theo dõi tiến bộ và hạn chế lặp lại lỗi.

Nhìn chung, các giải pháp được xây dựng dựa trên các lỗi điển hình được xác định trong nghiên cứu và cụ thể hóa theo các thành tố dạy – học (tổ chức, nội dung, phương pháp, hoạt động). Nhờ đó, phần kiến nghị không chỉ mang tính hệ thống mà còn có khả năng áp dụng trực tiếp vào thực tiễn giảng dạy tiếng Hàn sơ cấp cho người học Việt Nam.

Kết luận

Trong quá trình toàn cầu hóa và thúc đẩy giao lưu hợp tác toàn diện trên nhiều lĩnh vực giữa Việt Nam và Hàn Quốc, việc học tiếng Hàn trở thành một xu hướng thiết yếu, không chỉ giúp đáp ứng nhu cầu việc làm, nghiên cứu, giảng dạy, mà còn liên quan đến các vấn đề giao lưu văn hóa dưới các hình thức đa dạng. Việc tiếp cận một ngôn ngữ mới không phải là vấn đề đơn giản, những lỗi sai xuất hiện là hiện tượng tất yếu của quá trình hoàn thiện kỹ năng học tập một ngôn ngữ khác ngoài tiếng mẹ đẻ. Việc nhận diện, phân tích nguyên nhân và đề xuất biện pháp khắc phục các lỗi sai phổ biến và cơ bản ngay từ giai đoạn học tiếng Hàn ở trình độ sơ cấp là hết sức cần thiết để tạo tiền đề và nền tảng vững chắc cho người học. Việc định hướng khắc phục và hạn chế lỗi sai ngay từ giai đoạn bắt đầu sẽ hỗ trợ cho cả người giảng dạy và người học hướng đến mục tiêu truyền đạt và tiếp cận ngôn ngữ ở mức độ cao một cách hoàn thiện, đáp ứng nhu cầu cá nhân hóa học tập để phát triển bản thân và xã hội trong kỷ nguyên mới. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Cao Thị Hải Bắc, Lê Hải Yến, “Khảo sát về tình hình đào tạo tiếng Hàn và Hàn quốc học tại Việt Nam”, *Tạp chí Nghiên cứu nước ngoài*, số 4(38), 2022 [trans: Cao Thi Hai Bac, Le Hai Yen, “Survey on the situation of Korean Language and Korean Studies Education in Vietnam”, *Journal of Foreign Studies*, Vol. 38(4), 2022] DOI: <https://doi.org/10.25073/2525-2445/vnuf.4863>
- [2] Lee Byung-Woon, “베트남인 학습자의 작문 오류 경향 분석: 조사·어미를 중심으로”, *우리말글학회*, Vol. 52, 2011 [trans: Lee Byung-Woon, “Grammatical Error analysis of Vietnamese learners’s writing”, *Urimalgeul*, Vol. 52, 2011]
- [3] Son Chunseop, “베트남인 학습자의 한국어 조사 오류에 대한 연구”, *한국어 교육 연구*, No. 23, 2024 [trans: Son Chunseop, “A study on the errors in the use of Korean postpositions by Vietnamese learners”, *Korean Language Education Research*, No. 23, 2024] DOI: <http://doi.org/10.25022/JKLER.2024.23.109>
- [4] Stephen Pit Corder, *Error analysis and interlanguage*, Oxford, UK: Oxford University Press, 1981
- [5] Phạm Thị Duyên, “Lỗi ngữ pháp trong kỹ năng viết tiếng Hàn của sinh viên năm nhất khoa ngôn ngữ và văn hóa Hàn Quốc, trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế: Thực trạng và biện pháp khắc phục”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng: Khoa học xã hội và nhân văn*, Số Đặc biệt: HTKH Quốc gia, số 02, 2024 [trans: Pham Thi Duyen, “Grammatical errors in Korean writing skills of first-year students of the Department of Korean Language and Culture, University of Foreign Languages, Hue University: Current situation and solutions”, *Hong Bang International University Science Journal: Social Sciences and Humanities*, Special Issue: National Science and Technology Review, No. 02, 2024] DOI: <https://doi.org/10.59294/HIUJS.KHQG.2024.017>
- [6] Rod Ellis, *Second Language Acquisition*, Oxford: Oxford University Press, 1997
- [7] Kim Garam, “한국어 초고급 학습자의 어휘 연구”, *국어문학*, Vol. 80(80), 2022 [trans: Kim Garam, “A study on the vocabulary of advanced Korean learners”, *Korean Language and Literature*, Vol. 80(80), 2022]
- [8] Lee Jung Hee, *A reseach study on language production errors of Korean learners*, Doctoral dissertation, Ph. D. dissertation, Kyunghee University, 2002
- [9] Đ. T. T. Hiền, *베트남인 한국어 학습자의 작문에 나타나는 내포문 오류 양상 연구*, Master’s Thesis, Yeungnam University, 2014 [trans: Đ. T. T. Hiền, *A study on embedded sentence error patterns in the writing of Vietnamese learners of Korean*, Master’s Thesis, Yeungnam University, 2014]
- [10] Ji Hyun-sook, “한국어 인터뷰 시험 담화에서 나타난 구어 문법적 오류 분석”, *한국어교육*, Vol. 17(3), 2006 [trans: Ji Hyun-sook, “The error analysis of spoken grammar in Korean interview tests”, *Korean Language Education*, Vol. 17(3), 2006]
- [11] Kim Hyunwoo, “베트남인 한국어 초급 학습자의 문법적 말하기 오류 분석 연구”, *인문사회 21*, Vol. 13(3), 2022, tr. 2705-2715 [trans: Hyunwoo Kim, “The study of the analysis of grammatical speaking errors of beginners in Korean of Vietnamese”, *Humanities and Social Sciences 21*, Vol. 13(3), 2022]
- [12] Jack Richards, “Error analysis and second language strategies”, *The text of an invited lecture given at Indiana University, Bloomington*, 1971
- [13] Kim Sangsoo, Song Hyang-Keun, “한국어 교육의 오류 분석 연구 동향 분석”, *이중언어학*, Vol. 31, 2006 [trans: Sangsoo Kim, Hyang-Keun Song. 2006, “A Study on trends of error analysis researches in Korean education”, *Bilingual Research*, Vol. 31, 2006]
- [14] Phan Hoang My Thuong, Kwon Soon-hee, “베트남 학습자의 한국어 경어법 오류 양상 연구”, *국어교육학연구*, Vol. 53(2), 2018 [trans: Phan Hoang My Thuong, Kwon Soon-hee, “Errors in use of Korean honorifics by Korean learners in Vietnam”, *The Journal of Korean Language Education*, Vol. 53(2), 2018], DOI: <http://doi.org/10.20880/kler.2018.53.2.289>
- [15] Nguyen Thi Van, “베트남인 학습자의 조사 오류 경향 분석”, *한국어교육연구*, Vol. 14(1), 2019 [trans: Nguyen Thi Van, “Study on Vietnamese’ trend of faults in using postpositional particle”, *Journal of Korean Language Education*, Vol. 14(1), 2019]
- [16] Jang Yun-jeong, “베트남인 한국어 학습자 작문에 나타난 문법 오류 양상 연구’의 토론문”, *한국문법교육학회 학술발표논문집 2016권 2호* 162-162 [trans: Jang Yun-jeong, “Discussion on grammatical error patterns in Korean writing by Vietnamese learners”, *Proceedings of the Korean Grammar Education Society Conference*, Vol. 2(2), 2016]

VẬN DỤNG TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH VỀ XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN CÁC TỈNH, THÀNH PHỐ PHÍA NAM TRONG BỐI CẢNH MỚI

PGS-TS NGUYỄN XUÂN TẾ

Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang
Van Lang University Journal of Science

Email: te.nx@vlu.edu.vn

ThS HỒ QUỐC TỊNH

Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam Phường Nhiêu Lộc, TP. Hồ Chí Minh
Vietnam Fatherland Front Committee of Nhiêu Loc Ward,

Ho Chi Minh City

Email: hoquoctinh.p10.q3@gmail.com

Tóm tắt

Bài viết nhấn mạnh tư tưởng Hồ Chí Minh không chỉ là di sản lịch sử mà còn là một khung lý thuyết quản trị công đương đại trong xây dựng đội ngũ doanh nhân. Trong mô hình nhà nước kiến tạo phát triển, nhà nước giữ vai trò thiết kế thể chế hiệu quả, giảm thiểu chi phí giao dịch cho nền kinh tế, còn doanh nhân được định vị là công dân doanh nghiệp – chủ thể chiến lược vừa tạo lợi nhuận, vừa đồng kiến tạo giá trị công. Mỗi quan hệ cộng sinh này hình thành một khế ước xã hội mới, nơi chuẩn mực “cần, kiệm, liêm, chính” của Chủ tịch Hồ Chí Minh hòa hợp với tiêu chuẩn quản trị bền vững và trách nhiệm. Đối với các tỉnh, thành phía Nam, việc vận dụng mô hình này là yêu cầu cấp thiết để kiến tạo hệ sinh thái doanh nhân đổi mới, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và hiện thực hóa mục tiêu phát triển nhanh, bền vững.

Từ khóa: tư tưởng Hồ Chí Minh, doanh nhân kiến tạo, nhà nước kiến tạo, phát triển bền vững, hệ sinh thái doanh nhân

Abstract

This paper highlights that Ho Chi Minh's thought is not merely a historical legacy but also a contemporary public administration framework for building a contingent of entrepreneurs. Within the developmental state model, the State's role is to design effective institutions and minimize transaction costs for the economy. Entrepreneurs, in turn, are positioned as “corporate citizens” - strategic agents who simultaneously generate profit and co-create public value. This symbiotic relationship forges a new social contract, where President Ho Chi Minh's virtues of “cần, kiệm, liêm, chính” (diligence, thrift, integrity, and righteousness) are harmonized with global standards of environmental social governance. For the southern provinces and cities, applying this model is an urgent necessity to foster an innovative entrepreneurial ecosystem, enhance national competitiveness, and realize the goal of rapid and sustainable development.

Keywords: Ho Chi Minh's thought, developmental entrepreneurs, developmental state, sustainable development, entrepreneurial ecosystem

Ngày nhận bài: 20/10/2025

Ngày duyệt đăng: 17/11/2025

Trong nỗ lực hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, việc tạo điều kiện cho kinh tế tư nhân phát triển bền vững theo nguyên tắc thị trường vừa mang tính cấp bách vừa có ý nghĩa chiến lược lâu dài. Thực tiễn 40 năm đổi mới đã chứng minh, khu vực kinh tế này được xem là một phương thức hữu hiệu để giải phóng sức sản xuất và tối ưu hóa việc huy động, sử dụng các nguồn lực. Với vai trò là một động lực tăng trưởng quan trọng, kinh tế tư nhân cùng với kinh tế nhà nước và kinh tế tập thể tạo thành nền tảng cốt lõi cho một nền kinh tế độc lập, tự chủ. Do đó, chính sách nhất quán là khuyến khích và

tạo điều kiện để khu vực này phát triển nhanh, bền vững và đa dạng, không ngừng nâng cao về số lượng, quy mô, chất lượng và tỷ trọng đóng góp vào GDP.¹ Gần đây nhất, Ban Chấp hành Trung ương Đảng đã ban hành Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4/5/2025 về phát triển kinh tế tư nhân, tiếp tục khẳng định vai trò và đề ra các giải pháp đột phá để tạo động lực phát triển cho khu vực kinh tế quan trọng này.

Song song đó, đội ngũ doanh nhân được khẳng định có vị trí rất quan trọng, là một trong những lực lượng tiên phong thúc đẩy sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập quốc tế và xây dựng nền kinh tế thị trường. Việc tăng cường sự liên kết, hợp tác giữa các doanh nhân và giữa họ với các tầng lớp khác như công nhân, nông dân, trí thức là cần thiết để hiện thực hóa các mục tiêu phát triển chung của đất nước.²

Trong các lý thuyết về quản trị công và kinh tế học phát triển hiện đại, giới doanh nhân được nhìn nhận là vốn xã hội và là động lực then chốt kiến tạo sự thịnh vượng quốc gia. Họ không chỉ tối ưu hóa sản xuất để tạo ra giá trị gia tăng mà còn là chủ thể tích cực trong việc góp phần hình thành một môi trường thể chế thuận lợi cho sự phát triển.

Quan điểm này có sự tương đồng sâu sắc và cho thấy tầm nhìn vượt thời gian trong tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh. Ngay từ Cương lĩnh chính trị đầu tiên năm 1930, Người đã sớm đánh giá cao vai trò của giới công thương Việt Nam: “Tư bản bản xứ không có thế lực gì ta không nên nói cho họ đi về phe đế quốc được”,³ và với “tư bản An Nam mà chưa rõ mặt phản cách mạng thì phải lợi dụng, ít lâu mới làm cho họ đứng trung lập”⁴ chủ trương cần phải tận dụng sức mạnh của tầng lớp “tư bản bản xứ” thay vì đẩy họ về phía đối lập, nhằm quy tụ sức mạnh toàn dân tộc trong sự nghiệp đấu tranh giành độc lập. Tư tưởng của Người về việc hài hòa lợi ích giữa Nhà nước - doanh nghiệp - xã hội có thể xem là một biểu hiện ban đầu của các mô hình quản trị hiện đại, nhấn mạnh mối quan hệ cộng sinh giữa mục tiêu kinh tế và trách nhiệm xã hội.

Tuy nhiên, thực tiễn phát triển kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân hiện nay cũng bộc lộ nhiều vấn đề phức tạp. Khi quan tâm vận dụng triệt để tinh thần, tư tưởng Hồ Chí Minh về hoạt động kinh tế, nhiều doanh nghiệp đã thể hiện thiện chí, tích cực đóng góp cho xã hội, phát triển bền vững và trở thành những trụ đỡ thiết thực cho nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Ngược lại, khi xa rời tinh thần này, chạy theo lợi nhuận thuần túy và coi nhẹ trách nhiệm xã hội, không ít doanh nghiệp, doanh nhân đã cố tình sai phạm, gây ra những hệ lụy nghiêm trọng về kinh tế - xã hội, làm xói mòn lòng tin của nhân dân. Thực tiễn này đặt ra một yêu cầu cấp thiết: đó là phải vừa tạo động lực mạnh mẽ để kinh tế tư nhân phát triển, đồng thời phải đảm bảo sự phát triển đó tuân thủ pháp luật và giữ vững định hướng xã hội chủ nghĩa.

Trong bối cảnh thế giới có nhiều biến động phức tạp và trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, mục tiêu xây dựng một đội ngũ doanh nhân lớn mạnh về mọi mặt từ tầm nhìn, trí tuệ, đạo đức kinh doanh đến trách

1 Ban Chấp hành Trung ương Đảng, *Nghị quyết số 10-NQ/TW ngày 03/6/2017 về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa*, Hà Nội, 2017.

2 Bộ Chính trị, *Nghị quyết số 41-NQ/TW ngày 10/10/2023 về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới*, Hà Nội, 2023.

3 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 3*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2011, tr. 1.

4 Hồ Chí Minh, *tldd (3)*, tr. 3.

nhiệm xã hội và ý thức bảo vệ môi trường ngày càng trở nên cấp thiết,⁵ đặc biệt tại khu vực kinh tế trọng điểm phía Nam. Vì vậy, việc vận dụng sáng tạo Tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng đội ngũ doanh nhân đã trở thành một nhiệm vụ quan trọng. Bài viết này sẽ tập trung luận giải các giá trị cốt lõi trong tư tưởng của Người để đề xuất những định hướng chính sách cụ thể, hướng tới mục tiêu xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp năng động, cạnh tranh toàn cầu và mang đậm bản sắc dân tộc, qua đó góp phần hiện thực hóa khát vọng đưa Việt Nam trở thành quốc gia phát triển vào năm 2045.

1. Luận giải của Chủ tịch Hồ Chí Minh về vai trò chiến lược của doanh nhân

Trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh, doanh nhân được định vị là một chủ thể chiến lược, Người đã sớm nhận diện giới công thương và tư sản dân tộc như một nguồn nội lực kinh tế và vốn xã hội thiết yếu cho sự nghiệp kháng chiến kiến quốc.

Chủ tịch Hồ Chí Minh đã tích hợp vai trò chính trị và kinh tế của doanh nhân vào một thể thống nhất, xem họ là động lực kép cho sự phát triển:

Một là, về phương diện quản trị công: Chủ tịch Hồ Chí Minh đã xem doanh nhân là một đối tác chính sách công cốt lõi trong khối đại đoàn kết dân tộc. Trong thư Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi giới công thương có đoạn: “... *Hiện nay Công thương cứu quốc đoàn đương hoạt động để làm được nhiều việc ích lợi quốc dân. Tôi rất hoan nghênh và mong đợi nhiều kết quả tốt. Trong lúc các giới khác trong quốc dân ra sức hoạt động để giành lấy nền hoàn toàn độc lập của nước nhà thì giới Công thương phải hoạt động để xây dựng một nền kinh tế và tài chính vững vàng và thịnh vượng...*”⁶ Người đã kiến tạo một không gian chính sách nơi nhà nước và doanh nghiệp cùng tham gia, cùng kiến tạo và cùng thực thi mục tiêu quốc gia. Đây là biểu hiện sinh động của nguyên tắc “*Nhà nước và nhân dân cùng làm*”, biến doanh nhân từ đối tượng quản lý thành chủ thể đồng kiến tạo.

Hai là, về phương diện kinh tế học phát triển, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đặt nền móng cho mô hình nhà nước kiến tạo phát triển ở Việt Nam. Câu nói: “... *Chính phủ, nhân dân và tôi sẽ tận tâm giúp đỡ giới thương nhân trong công cuộc kiến thiết này. Việc nước và việc nhà bao giờ cũng đi đôi với nhau. Nền kinh tế quốc dân thịnh vượng nghĩa là sự kinh doanh của các nhà doanh nghiệp thịnh vượng...*”⁷ đã thể hiện rõ tư tưởng: Nhà nước giữ vai trò định hướng chiến lược và kiến tạo môi trường, trong khi doanh nhân là lực lượng xung kích trên mặt trận kinh tế, có nhiệm vụ huy động các nguồn lực tư bản, công nghệ và quản trị để tạo ra giá trị gia tăng, việc làm và năng lực cạnh tranh cho nền kinh tế.

1.2. Doanh nhân: Chủ thể kiến tạo vốn xã hội và đạo đức kinh doanh cách mạng

Tư tưởng Hồ Chí Minh kiến tạo một nền văn hóa kinh doanh mang bản sắc dân tộc, dựa trên nền tảng đạo đức cách mạng. Đây là nền văn hóa kinh doanh gắn liền với lòng yêu nước nồng nàn, tinh thần tự cường dân tộc và sứ mệnh phụng sự Tổ quốc. Người không chỉ xem doanh nhân là người làm kinh tế, mà còn là “người lính trên mặt trận kinh tế”. Quan điểm này đã “cách mạng hóa” vai trò của doanh nhân: từ một tầng lớp thuần túy tư lợi trong xã hội cũ, trở thành một lực lượng xã hội có trách nhiệm đóng góp vào sự nghiệp chung của đất nước.

5 Bộ Chính trị, *ttđđ*.

6 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 4*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 53.

7 Hồ Chí Minh, *ttđđ* (6), tr. 53.

Người nhấn mạnh các giá trị “cần, kiệm, liêm, chính” không chỉ dành cho cán bộ, mà phải trở thành chuẩn mực đạo đức kinh doanh. Kinh doanh phải chân chính, minh bạch, tuân thủ pháp luật (liêm), phải tôn trọng và bảo vệ quyền lợi người lao động (chính), và phải có trách nhiệm đóng góp cho sự phồn vinh chung của xã hội. Như vậy, “đạo đức kinh doanh cách mạng” theo tư tưởng Hồ Chí Minh chính là sự thống nhất giữa năng lực kinh doanh (cần), hiệu quả (kiệm), sự trong sạch (liêm) và sứ mệnh chính trị – xã hội (chính).

Những chỉ dẫn này, cho đến nay vẫn có nhiều điểm tương đồng với khái niệm hiện đại về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (*Corporate Social Responsibility, CSR*)⁸ và các tiêu chuẩn quản trị bền vững (*Environment – Social – Governance, ESG*)⁹ sau này. Bằng cách đó, doanh nhân không chỉ tạo ra của cải vật chất, mà còn bồi đắp vốn xã hội – tức là lòng tin, sự hợp tác và các mạng lưới liên kết, yếu tố quyết định sự phát triển bền vững.

1.3. Phân tích đối chiếu trong lăng kính các lý thuyết quản trị đương đại

Tư duy của Chủ tịch Hồ Chí Minh về doanh nhân cho thấy nhiều điểm tương đồng và còn vượt trước so với các học thuyết quản trị phương Tây:

So với quản lý công mới (*New public management, NPM*): NPM, phổ biến từ thập niên 1980, chủ trương tư nhân hóa và áp dụng cơ chế thị trường để tăng hiệu quả khu vực công. Cách tiếp cận của NPM mang tính giao dịch, xem khu vực tư nhân là nhà thầu phụ. Ngược lại, tư tưởng Hồ Chí Minh mang tính quan hệ và chuyển đổi, Người không chỉ thuê doanh nhân làm dịch vụ, mà xây dựng họ thành đồng minh chiến lược, chia sẻ tầm nhìn và sứ mệnh quốc gia.

So với lý thuyết quản trị hợp tác (*Collaborative governance*): Lý thuyết này nhấn mạnh sự phối hợp đa bên (nhà nước - thị trường - xã hội) để giải quyết các vấn đề công phức tạp. Việc Người kêu gọi giới công thương chung tay giải quyết “giặc đói, giặc dốt”, tham gia “Tuần lễ Vàng” chính là những ví dụ kinh điển về việc huy động nguồn lực xã hội thông qua một cơ chế quản trị linh hoạt, dựa trên lòng tin và mục tiêu chung, thay vì chỉ dựa vào mệnh lệnh hành chính. Không những chỉ ra vai trò của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, Người còn chỉ huấn họ phải đồng hành với dân tộc, với sự nghiệp cách mạng của Đảng. Bằng sự nhất quán tinh thần đó, Người tiếp tục khẳng định: “Các nhà công thương thì thi đua kinh doanh, thi hành đúng chính sách kinh tế, tài chính của Chính phủ, góp phần vào việc khôi phục kinh tế nước nhà”.¹⁰

Trong hệ thống tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh về kiến thiết và quản lý đất nước, quan điểm về giới doanh nhân giữ một vị trí quan trọng và không thể tách

8 Archie B. Carroll, “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4(4), 1979, tr. 497–505, DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>; Abigail McWilliams and Donald Siegel, “Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective”, *Academy of Management Review*, Vol. 26(1), 2001, tr. 117–127, DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987>; Archie B. Carroll, “The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders”, *Business Horizons*, Vol. 34(4), 1991, tr. 39–48, DOI: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

9 Robert G. Eccles, Ioannis Ioannou and George Serafeim, “The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance”, *Management Science*, Vol. 60(11), 2014, tr. 2835–2857, DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>; Gerhard Halbritter, Gregor Dorfleitner, “The wages of social responsibility - Where are they? A critical review of ESG investing”, *Review of Financial Economics*, Vol. 26(1), 2015, tr. 25–35, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rfe.2015.03.004>

10 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 9*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 504.

rời. Người đã sớm định hình một khung lý luận về mô hình nhà nước kiến tạo phát triển, mối quan hệ hợp tác công - tư và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Theo đó, vai trò của doanh nhân được nhìn nhận một cách toàn diện: vừa là lực lượng nòng cốt cho tăng trưởng kinh tế, vừa là nhân tố bảo đảm ổn định xã hội, đồng thời là người đồng hành tin cậy của nhà nước. Đây là một kho tàng tư tưởng quý báu, cần được tiếp tục tìm hiểu, kế thừa và phát triển trong điều kiện mới của đất nước.

2. Hệ giá trị và chuẩn mực của doanh nhân trong tư tưởng Hồ Chí Minh

Từ triết lý kinh bang tế thế của Chủ tịch Hồ Chí Minh, chân dung người doanh nhân chân chính được kiến tạo không chỉ bởi năng lực tạo ra lợi nhuận, mà bởi một hệ giá trị cốt lõi với kim chỉ nam là “ích quốc, lợi dân”. Đây chính là hạt nhân của mô hình “doanh nhân phụng sự quốc gia”: một chủ thể kinh tế không chỉ tìm kiếm lợi ích cho riêng mình mà còn có sứ mệnh chủ động giải quyết các vấn đề của đất nước. Người đã đặt ra một khuôn khổ đạo đức công dân trong lĩnh vực kinh tế, có thể được gọi là “đạo đức kinh doanh cách mạng”, đòi hỏi doanh nhân phải là người lính trên mặt trận kinh tế, nơi lợi ích doanh nghiệp phải đồng nhất với quỹ đạo phát triển của quốc gia.

Về bản chất, đây là lời giải của Người cho mâu thuẫn cố hữu giữa đạo đức và kinh tế, giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích xã hội: khi lợi ích quốc gia được đặt lên hàng đầu, lợi ích chân chính của doanh nghiệp cũng sẽ được bảo toàn trong đó. Ngược lại, sự theo đuổi lợi nhuận vị kỷ, tách rời trách nhiệm xã hội, tất yếu sẽ dẫn đến xung đột và thất bại.

Dưới góc độ quản trị học và kinh tế chính trị, hệ giá trị này có thể được hệ thống hóa thành ba tầng bậc, từ nền tảng đạo đức cá nhân đến năng lực chuyên môn và cuối cùng là trách nhiệm xã hội:

2.1. Nền tảng đạo đức: “cần, kiệm, liêm, chính” và chữ “tín”

Chủ tịch Hồ Chí Minh tích hợp một cách linh hoạt các giá trị Nho học vào hoạt động kinh doanh trong thời đại mới:

Một là, phát huy giá trị “cần, kiệm, liêm, chính”

Kế thừa tư tưởng Hồ Chí Minh về “cần, kiệm, liêm, chính”¹¹, các doanh nghiệp và doanh nhân cần vận dụng vào hoạt động sản xuất, kinh doanh hiện nay. “Cần” thể hiện tinh thần lao động sáng tạo, nỗ lực không ngừng để nâng cao năng suất và hiệu quả; “kiệm” là sử dụng hợp lý, tiết kiệm các nguồn lực, chống lãng phí trong quản trị; “liêm” đòi hỏi tính minh bạch, trung thực trong giao dịch, xây dựng văn hóa kinh doanh liêm chính; và “chính” hướng tới sự công bằng, tôn trọng pháp luật, hài hòa lợi ích giữa doanh nghiệp, người lao động và xã hội. Đây chính là bốn trụ cột quan trọng góp phần hình thành mô hình quản trị doanh nghiệp lành mạnh và phát triển bền vững.

Hai là, kế thừa giá trị cốt lõi của chữ “tín”

Đối với doanh nhân, chữ “tín” không chỉ là yếu tố đạo đức mà còn là tài sản chiến lược, góp phần xây dựng thương hiệu và vốn xã hội bền vững, một dạng lợi thế cạnh tranh phi vật chất. Kế thừa tư tưởng Hồ Chí Minh “giữ được chữ Tín thì mới được dân tin”¹², có thể thấy rằng, niềm tin và uy tín chính là “giấy thông hành” giúp

11 Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 6, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 117.

12 Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 5, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 190.

mỗi tổ chức, doanh nghiệp khẳng định vị thế, tạo dựng mối quan hệ bền chặt với đối tác và hội nhập hiệu quả trong nền kinh tế toàn cầu.

2.2. Năng lực cốt lõi: Tư duy đổi mới sáng tạo và quản trị hiện đại

Trên nền tảng đạo đức làm gốc, người doanh nhân trong thời kỳ mới phải không ngừng rèn luyện và phát triển năng lực chuyên môn, yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Những năng lực này có thể khái quát ở ba phương diện sau:

Một là, năng lực hấp thụ công nghệ và đổi mới sáng tạo: Doanh nhân cần trở thành lực lượng tiên phong trong việc ứng dụng thành tựu khoa học – công nghệ và thực hiện chuyển đổi số, nhằm nâng cao năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Việc chủ động tiếp cận và làm chủ công nghệ mới thể hiện tinh thần “*cần*” trong Tư tưởng Hồ Chí Minh – tức là không ngừng học hỏi, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm để đóng góp cho sự nghiệp phát triển đất nước.

Hai là, tư duy quản trị dựa trên dữ liệu: Trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập sâu rộng, doanh nhân cần vượt qua lối quản lý kinh nghiệm, hướng tới phương thức ra quyết định dựa trên phân tích dữ liệu, quản trị rủi ro và tối ưu hóa vận hành theo chuẩn mực quốc tế. Kế thừa tinh thần “*chính*” trong tư tưởng Hồ Chí Minh – tức là đề cao tính khoa học, khách quan và tôn trọng sự thật, mô hình quản trị hiện đại phải được xây dựng trên nền tảng dữ liệu minh bạch, hiệu quả và có khả năng thích ứng nhanh với biến động của thị trường.

Ba là, khát vọng toàn cầu: “Tinh thần mạnh dạn, dám nghĩ dám làm”¹³ mà Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn đề cao đối với mỗi con người Việt Nam có thể được vận dụng trong doanh nghiệp hiện nay như một khát vọng vươn tầm quốc tế. Doanh nhân Việt Nam không chỉ hướng đến mục tiêu lợi nhuận, mà còn mang trong mình sứ mệnh đưa sản phẩm, dịch vụ Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, khẳng định trí tuệ và bản lĩnh dân tộc trong môi trường cạnh tranh toàn cầu hóa.

2.3. Trách nhiệm dẫn dắt: Phụng sự quốc gia, cộng đồng và tự nhiên

Tư tưởng Hồ Chí Minh luôn đề cao tinh thần phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân như giá trị cốt lõi trong mọi hành động. Kế thừa tinh thần đó, doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới không chỉ đóng vai trò người tạo ra của cải vật chất, mà còn là lực lượng dẫn dắt phát triển bền vững. Quan điểm này đã nâng tầm doanh nhân từ một chủ thể kinh doanh đơn thuần lên vị thế một “*công dân doanh nghiệp*” góp phần định hình đạo đức và văn hóa trong kinh tế thị trường. Tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh phác thảo những nội dung cốt lõi của khung quản trị bền vững:

Một là, trách nhiệm với quốc gia: Tinh thần yêu nước trong tư tưởng Hồ Chí Minh chính là la bàn định hướng cho mọi hoạt động của doanh nhân. Mỗi doanh nghiệp không chỉ là một chủ thể kinh tế mà còn là một tế bào của nền kinh tế quốc dân. Vì vậy, doanh nhân cần thực thi pháp luật một cách gương mẫu, xây dựng văn hóa quản trị minh bạch, liêm chính, đồng thời tích cực tham gia đối thoại và góp ý chính sách nhằm nâng cao năng lực và hiệu quả quản trị quốc gia.

Hai là, trách nhiệm với cộng đồng: Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định: “Chính sách của Đảng và Chính phủ là phải hết sức chăm nom đến đời sống của nhân dân. Nếu dân đói, Đảng và Chính phủ có lỗi; nếu dân rét là Đảng và Chính phủ có lỗi;

¹³ Hồ Chí Minh, Thư gửi đồng bào và cán bộ xã Nam Liên, ngày 13/2/1962.

nếu dân dốt là Đảng và Chính phủ có lỗi; nếu dân ốm là Đảng và Chính phủ có lỗi”¹⁴. Tư tưởng của Người thể hiện rõ tính nhân văn, lấy con người làm trung tâm, coi hạnh phúc của Nhân dân là mục tiêu tối thượng của mọi chính sách và hành động. Đội ngũ doanh nhân kế thừa tư tưởng của Người, phải bảo đảm môi trường làm việc an toàn, chế độ đãi ngộ công bằng cho người lao động; cung cấp sản phẩm, dịch vụ an toàn, có chất lượng cho người tiêu dùng; đồng thời tích cực tham gia các hoạt động an sinh xã hội, hướng đến mục tiêu xây dựng một xã hội nhân văn, thịnh vượng và công bằng.

Ba là, trách nhiệm với tự nhiên: Thời điểm ấy, thuật ngữ “phát triển bền vững” chưa tồn tại, nhưng qua các hành động như khởi xướng “Tết trồng cây”, Người đã thể hiện một tầm nhìn sâu sắc về sự hài hòa giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường. Ngày nay, trách nhiệm này đòi hỏi doanh nghiệp phải tiên phong trong kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn và giảm thiểu dấu chân carbon.

Việc hệ thống hóa các phẩm chất trên cho thấy Chủ tịch Hồ Chí Minh đã định hình một mô hình nhân cách toàn diện cho doanh nhân Việt Nam. Đối với quản trị công hiện đại, thách thức không chỉ dừng lại ở việc tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi, mà còn phải xây dựng được các cơ chế chính sách để khuyến khích, nuôi dưỡng và tôn vinh mô hình doanh nhân này. Đó là những doanh nhân không chỉ tối đa hóa lợi nhuận tài chính, mà còn tối ưu hóa giá trị công, trở thành lực lượng đồng kiến tạo một Việt Nam phát triển và bền vững trong thế kỷ XXI.

3. Từ tư tưởng Hồ Chí Minh đến khung giải pháp phát triển đội ngũ doanh nhân phía Nam

Việc vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh là một quá trình diễn giải và tái tạo các nguyên tắc cốt lõi của Người vào thực tiễn quản trị đương đại. Sự cần thiết của việc vận dụng này càng trở nên cấp bách khi Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 68-NQ/TW (2025), đặt ra yêu cầu phải “*phát triển kinh tế tư nhân... thực sự trở thành một động lực quan trọng*” của nền kinh tế. Từ hệ thống lý luận đã phân tích, có thể rút ra những định hướng chính sách và một khung giải pháp đồng bộ cho các tỉnh, thành phố phía Nam.

3.1. Bối cảnh và đặc trưng của đội ngũ doanh nhân phía Nam

Để các giải pháp mang tính tương thích, trước hết cần khái quát hóa thực trạng và đặc trưng của đội ngũ doanh nhân khu vực phía Nam. Khu vực phía Nam, đặc biệt là Thành phố Hồ Chí Minh và vùng kinh tế trọng điểm, luôn là đầu tàu kinh tế của cả nước, quy tụ đội ngũ doanh nhân đông đảo, năng động, có khả năng thích ứng thị trường nhanh nhạy nhất. Tuy nhiên, thực trạng phát triển cũng bộc lộ nhiều thách thức, tạo ra sự “không tương thích” mà các giải pháp cần tập trung giải quyết:

Một là, mâu thuẫn giữa tốc độ và sự bền vững: Doanh nhân phía Nam rất nhạy bén với cơ hội ngắn hạn, nhưng một bộ phận không nhỏ còn thiếu tầm nhìn dài hạn, yếu trong quản trị rủi ro và chưa thực sự chú trọng đến các tiêu chuẩn ESG.

Hai là, mâu thuẫn giữa quy mô và chất lượng liên kết: Số lượng doanh nghiệp tăng nhanh, nhưng chủ yếu là siêu nhỏ, nhỏ và vừa. Tính liên kết vùng, liên kết chuỗi giá trị còn yếu, tư duy “buôn chuyến” vẫn còn phổ biến hơn là tư duy xây dựng hệ sinh thái.

14 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 9*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 518.

Ba là, mâu thuẫn giữa hội nhập và bản sắc: Trong áp lực cạnh tranh toàn cầu, nhiều doanh nghiệp chạy theo các mô hình quản trị ngoại nhập mà xa rời các giá trị cốt lõi, dẫn đến khủng hoảng văn hóa doanh nghiệp hoặc vướng vào các sai phạm pháp lý.

Những đặc trưng này đòi hỏi một khung giải pháp vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh phải vừa “kiến tạo” (tạo môi trường) vừa “chấn hưng” (xây dựng hệ giá trị), để định hướng sự phát triển của đội ngũ doanh nhân theo hướng chuyên nghiệp, bền vững và phụng sự.

3.2. Những định hướng chính sách chiến lược từ tư tưởng Hồ Chí Minh

Các bài học từ tư tưởng Hồ Chí Minh cần được chuyển hóa thành những nguyên tắc định hướng cho công tác quản trị phát triển tại các địa phương phía Nam:

Một là, định hướng về kiến tạo thể chế quản trị bao trùm: Nguyên tắc đại đoàn kết của Chủ tịch Hồ Chí Minh có ý nghĩa rằng, sự thịnh vượng chỉ bền vững khi các chủ thể chính đều được tham gia. Bài học rút ra là chính quyền địa phương phải thiết lập các kênh tham vấn chính sách thực chất với cộng đồng doanh nghiệp, chuyển từ mối quan hệ “quản lý - bị quản lý” sang quan hệ đối tác đồng kiến tạo. Doanh nhân phải là chủ thể tham gia hoạch định, chứ không đơn thuần là đối tượng chịu sự tác động của chính sách.

Hai là, định hướng về vai trò Nhà nước kiến tạo phát triển: Tư tưởng Hồ Chí Minh về “việc gì có lợi cho dân phải hết sức làm, việc gì có hại cho dân phải hết sức tránh”¹⁵ là nền tảng cho mô hình Nhà nước kiến tạo. Theo tinh thần đó, chính quyền các tỉnh, thành phố phía Nam cần chuyển từ quản lý hành chính sang vai trò điều phối và hỗ trợ, chủ động tạo lập môi trường thể chế minh bạch, sân chơi bình đẳng, cung cấp hạ tầng và dữ liệu công, đồng thời tháo gỡ rào cản để khơi thông và phát huy năng lực sáng tạo của khu vực tư nhân.

Ba là, định hướng về đầu tư vào vốn nhân lực doanh nhân: Luận điểm “vì lợi ích mười năm thì phải trồng cây, vì lợi ích trăm năm thì phải trồng người”¹⁶ của Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định tầm quan trọng của vốn nhân lực. Điều này gợi mở một định hướng chính sách cấp thiết: các tỉnh, thành phố phía Nam phải xem việc đào tạo, bồi dưỡng và phát triển thế hệ doanh nhân là một khoản đầu tư công chiến lược, không phải là một hoạt động hỗ trợ đơn thuần.

3.3. Khung giải pháp đồng bộ cho các tỉnh, thành phố phía Nam trong bối cảnh mới

Để hiện thực hóa các ý tưởng trên, các tỉnh, thành phố phía Nam cần triển khai một khung giải pháp tích hợp, tập trung vào bốn trụ cột chính:

Một là, nâng cao chất lượng thể chế và môi trường kinh doanh: Giảm chi phí giao dịch, giảm chi phí không chính thức và triệt tiêu sự bất định của chính sách thông qua các hành động cụ thể: đẩy mạnh cải cách hành chính theo hướng chính phủ số, minh bạch hóa quy hoạch đất đai, xây dựng; thiết lập các nền tảng đối thoại công - tư định kỳ, có cơ chế theo dõi và giải trình về việc giải quyết các kiến nghị của doanh nghiệp; đảm bảo thực thi pháp luật công bằng, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và quyền tài sản một cách hiệu quả để củng cố niềm tin thị trường.

Hai là, phát triển hệ sinh thái doanh nhân và đổi mới sáng tạo cấp vùng: Cần ra hiệu ứng lan tỏa công nghệ và lợi thế kinh tế nhờ quy mô thông qua các hành động

15 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 4*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 572.

16 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 11*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011, tr. 528.

cụ thể: đầu tư xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo, khu công nghệ cao, vườn ươm khởi nghiệp gắn liền với các trường đại học và viện nghiên cứu lớn trong vùng; thúc đẩy hình thành các cụm liên kết ngành dựa trên lợi thế so sánh của vùng như logistics và kinh tế cảng biển, công nghiệp chế biến – chế tạo, và nông nghiệp công nghệ cao nâng cao vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp để họ thực sự trở thành các tổ chức trung gian chính sách, có đủ năng lực phản biện và đề xuất sáng kiến.

Ba là, triển khai chiến lược phát triển vốn nhân lực doanh nhân: Xây dựng thể hệ doanh nhân “hồng và chuyên” theo chuẩn mực mới: có đạo đức, có tầm nhìn toàn cầu và năng lực quản trị hiện đại thông qua các hành động cụ thể: phối hợp với các trường đại học, tổ chức quốc tế để triển khai các chương trình đào tạo chuyên sâu về quản trị ESG, kinh tế số, và quản lý chuỗi cung ứng toàn cầu; xây dựng và công bố bộ chỉ số doanh nghiệp phát triển bền vững cấp tỉnh/thành phố để làm thước đo và động lực cho sự thay đổi; đổi mới công tác tôn vinh doanh nhân, chú trọng các tấm gương ứng dụng thành công mô hình kinh doanh bền vững, tạo ra tác động xã hội lớn.

Bốn là, thúc đẩy văn hóa kinh doanh có trách nhiệm và bền vững: Cần biến các tiêu chuẩn ESG từ một lựa chọn thành một yêu cầu bắt buộc trong chiến lược phát triển của doanh nghiệp thông qua các hành động cụ thể: ban hành các chính sách ưu đãi (về thuế, tín dụng, đất đai,...) cho các dự án đầu tư xanh, doanh nghiệp áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn; hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đo lường, báo cáo và cắt giảm phát thải khí nhà kính, đáp ứng các tiêu chuẩn xanh của thị trường xuất khẩu; khuyến khích và tạo cơ chế cho doanh nghiệp tham gia cung ứng các dịch vụ công trong lĩnh vực giáo dục, y tế, môi trường, góp phần giải quyết các vấn đề xã hội của địa phương.

Tóm lại, vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh trong bối cảnh mới đòi hỏi một sự chuyển dịch trong tư duy quản trị của chính quyền địa phương các tỉnh, thành phố phía Nam từ vai trò người quản lý sang vai trò nhà kiến tạo hệ sinh thái. Khi chính quyền thực sự kiến tạo một môi trường thể chế minh bạch, một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và một nền văn hóa kinh doanh vì cộng đồng, đội ngũ doanh nhân sẽ có đủ không gian và động lực để phát huy tối đa tiềm năng. Đây chính là con đường để khu vực phía Nam duy trì và nâng cao vai trò đầu tàu kinh tế, đóng góp trực tiếp vào việc hiện thực hóa khát vọng về một Việt Nam hùng cường vào năm 2045.

Kết luận

Tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng đội ngũ doanh nhân trong bối cảnh đương đại vẫn còn nguyên giá trị, cung cấp một kim chỉ nam bền vững cho việc giải quyết mối quan hệ tương hỗ giữa Nhà nước và khu vực tư nhân: Nhà nước phải kiến tạo thể chế và đội ngũ doanh nhân phải phụng sự xã hội trong một khối đại đoàn kết dân tộc thống nhất.

Về bản chất, mối quan hệ giữa chính quyền kiến tạo và doanh nhân phụng sự quốc gia chính là sự vận hành của một mô hình quản trị hợp tác dựa trên nguyên tắc đồng kiến tạo giá trị công. Trong khế ước này, chính quyền đóng vai trò kiến tạo một môi trường thể chế minh bạch, có tính dự báo cao, nhằm giảm thiểu chi phí giao dịch và rủi ro, qua đó thúc đẩy đầu tư và đổi mới sáng tạo. Giới doanh nhân, với tư cách là những công dân doanh nghiệp, không chỉ tối đa hóa lợi nhuận mà còn có nghĩa vụ tái đầu tư vào xã hội, kiến tạo vốn nhân lực, bảo vệ hệ sinh thái và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Đây chính là sự hiện thực hóa “*đạo đức kinh doanh*

cách mạng” (cần, kiệm, liêm, chính, tín) mà Người đã đề ra, là một vòng tuần hoàn tích cực, tạo ra sự cộng hưởng đưa nền kinh tế hướng tới tăng trưởng bao trùm và bền vững.

Đối với các tỉnh, thành phố phía Nam, vốn là đầu tàu kinh tế và không gian hội nhập năng động nhất cả nước, việc tiên phong hiện thực hóa mô hình hợp tác này có ý nghĩa lịch sử. Đây là lời giải then chốt để xử lý các mâu thuẫn nội tại trong phát triển đội ngũ doanh nhân của vùng, cân bằng giữa tốc độ và sự bền vững, giữa quy mô và chất lượng liên kết. Về phía chính quyền, cần quyết liệt chuyển đổi vai trò từ “nhà quản lý” sang “nhà kiến trúc sư thể chế”, người dẫn dắt và điều phối hệ sinh thái phát triển thông qua các công cụ chính sách thông minh và các nền tảng đối thoại công - tư thực chất. Về phía đội ngũ doanh nhân, cần nhận thức sâu sắc vai trò chiến lược của mình, chủ động tích hợp các tiêu chuẩn ESG vào lõi hoạt động kinh doanh, xem văn hóa kinh doanh liêm chính và trách nhiệm xã hội là lợi thế cạnh tranh và là trách nhiệm dẫn dắt sự thịnh vượng của xã hội.

Khi tinh thần “Nhà nước kiến tạo - Doanh nhân phụng sự - Xã hội đồng hành” trở thành hiện thực sống động, được củng cố bằng các chính sách mạnh mẽ như Nghị quyết 68-NQ/TW, khu vực phía Nam sẽ trở thành một hình mẫu về phát triển hài hòa, bền vững. Đó chính là yếu tố then chốt để hiện thực hóa khát vọng đưa Việt Nam trở thành một quốc gia phát triển, giàu mạnh và thịnh vượng vào giữa thế kỷ XXI. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 3*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Complete Works, Volume 3*, National Political Publishing House, Hanoi, 2011]
- [2] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 4*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Complete Works, Volume 4*, National Political Publishing House, 2011]
- [3] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 5*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Complete Works, Volume 5*, National Political Publishing House, 2011]
- [4] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 6*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Complete Works, Volume 6*, National Political Publishing House, 2011]
- [5] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 9*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Complete Works, Volume 9*, National Political Publishing House, 2011]
- [6] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 11*, Nxb. Chính trị quốc gia, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Complete Works, Volume 11*, National Political Publishing House, 2011]
- [7] Archie B. Carroll, “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4(4), 1979, DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- [8] Archie B. Carroll, “The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders”, *Business Horizons*, Vol. 34(4), 1991, DOI: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- [9] Robert G. Eccles, Ioannis Ioannou and George Serafeim, “The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance”, *Management Science*, Vol. 60(11), 2014, DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>
- [10] Gerhard Halbritter, Gregor Dorfleitner, “The wages of social responsibility - Where are they? A critical review of ESG investing”, *Review of Financial Economics*, Vol. 26(1), 2015, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rfe.2015.03.004>
- [11] Abigail McWilliams and Donald Siegel, “Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective”, *Academy of Management Review*, Vol. 26(1), 2001, DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987>

BIỆN CHỨNG CỦA TỰ DO CÁ NHÂN VỚI TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

TS NGUYỄN THANH HẢI

Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

Ho Chi Minh City University of Law

Email: nthai@hcmulaw.edu.vn

Tóm tắt

Lịch sử phát triển của quan niệm về tự do cho thấy đây là một phạm trù phức tạp, bao hàm mâu thuẫn giữa quyền với trách nhiệm, giữa cái riêng và cái chung, giữa lợi ích cá nhân với lợi ích của cộng đồng - nơi cá nhân hợp quần. Bài viết phân tích khuynh hướng tiếp cận phổ biến về tự do trong lịch sử trên cơ sở lý luận của triết học Marx - Lenin, đồng thời đưa ra một số khuyến nghị đối với việc đảm bảo, phát huy mối quan hệ giữa tự do cá nhân với trách nhiệm xã hội ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: tự do, trách nhiệm xã hội, nhà nước pháp quyền, xã hội xã hội chủ nghĩa

Abstract

The historical development of the concept of freedom reveals its complexity, encompassing inherent contradictions between rights and responsibilities, the individual and the collective, as well as between private interests and social interests - where individuals gather. This article analyzes popular approaches to freedom based on the theoretical foundations of Marxist - Leninist philosophy, and proposes several recommendations to ensure and promote the relationship between individual freedom and social responsibility in contemporary Vietnam.

Keywords: freedom, social responsibility, rule of law state, socialism

Ngày nhận bài: 13/10/2025

Ngày duyệt đăng: 14/11/2025

1. Đạo đức – chính trị: đặc trưng của khuynh hướng tiếp cận phổ biến về tự do

Tự do (*liberty, freedom*) là một phạm trù cơ bản trong các học thuyết triết học chính trị phương Tây từ cổ đại đến nay. Về nghĩa gốc, trong tiếng Latinh, “*liber*” có nghĩa là “không bị ràng buộc”. Theo *Từ điển Tiếng Việt*, tự do là: “1. Phạm trù triết học chỉ khả năng biểu hiện ý chí, thể hiện bản sắc của mình. Tự do là cái tất yếu được nhận thức. 2. Trạng thái không bị cấm đoán, hạn chế trong hoạt động. Tự do ngôn luận. 3. Trạng thái không bị giam cầm hoặc không bị làm nô lệ”.¹ Trong lịch sử triết học, tự do thường được nhận thức trước hết như một thuộc tính bản chất, mang tính tự nhiên của con người: “Con người sinh ra với tư cách được tự do tuyệt đối và được hưởng thụ vô hạn đối với tất cả các quyền và đặc ân của luật tự nhiên một cách bình đẳng với bất cứ người nào hay nhóm người nào trên thế giới”;² “Tự do, được hiểu theo nghĩa thích đáng nhất, là không bị những cản trở từ bên ngoài – những ngăn trở có thể hạn chế khả năng thực hiện điều mà một người mong muốn, nhưng không thể tước bỏ năng lực còn lại mà lý trí và phán đoán cho phép họ sử dụng”.³

1 Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam – Viện Khoa học xã hội vùng Nam bộ, *Từ điển tiếng Việt*, Nxb. Từ điển bách khoa, 2013, tr. 1157.

2 John Locke, *Two Treatises of Government*, Cambridge University Press, 2017, tr. 323.

3 Stanley Rosen, *Triết học nhân sinh*, Nxb. Lao động, 2006, tr. 74.

Là một phạm trù lịch sử - xã hội, tự do thường được xem xét ở các góc độ khác nhau tùy thuộc vào bối cảnh kinh tế, chính trị, xã hội, cũng như lập trường, thế giới quan của các nhà tư tưởng. Có nhà tư tưởng tuyệt đối hóa tự do cá nhân, ngược lại, có người lại đề cao ý chí, tự do của xã hội. Tuy nhiên, khuynh hướng tiếp cận chủ đạo đối với phạm trù tự do vẫn là khuynh hướng tiếp cận trên phương diện đạo đức - chính trị: nhấn mạnh tự do như khả năng con người làm chủ chính mình. Cá nhân tự lựa chọn hành động phù hợp với lý trí và phẩm hạnh; xem xét tự do trong mối quan hệ giữa cá nhân với xã hội. Trong đó, tự do vừa phản ánh giá trị nhân văn cá nhân, vừa là nền tảng cho trật tự và sự phát triển bền vững của cộng đồng xã hội.

Khuynh hướng trên khởi đầu từ triết học Hy Lạp cổ đại với người tiên phong là Socrates (469–399 TCN) – triết gia mở ra bước ngoặt trong lịch sử triết học phương Tây khi đặt con người vào vị trí trung tâm của thế giới quan. Socrates xem tự do là một trong bốn đức hạnh chính làm nên phẩm chất của con người: tiết độ, công bằng, can đảm, tự do, chân thật.⁴ Với quan niệm đạo đức là tri thức, Socrates đặc biệt nhấn mạnh vai trò của tri thức đối với đức hạnh nói riêng, hoạt động của con người nói chung. Tự do chân chính phải gắn với đạo đức và lý trí. Con người tự do là con người biết làm chủ chính mình dưới sự hướng dẫn của lý trí và tri thức để đạt đến cái thiện cũng như hạnh phúc; biết đặt lợi ích cá nhân trong mối quan hệ với lợi ích của cộng đồng chứ không phải hành động buông thả theo dục vọng mù quáng. Nếu con người chỉ biết hành động theo bản năng, vị kỷ thì sẽ không còn tự do mà trở thành nô lệ cho những ham muốn thấp kém của bản thân. Vì vậy, tự do tự nó cũng chính là một năng lực đạo đức làm nên phẩm hạnh và giá trị con người.

Ngay cả các trường phái triết học đề cao con người cá nhân như trường phái Khuyển nho (*Cynicism*, thế kỷ IV TCN) và phái Cyrenaics (*Cyrenaism*: chủ nghĩa khoái lạc sơ kỳ, thế kỷ IV TCN) cũng chịu ảnh hưởng bởi cách tiếp cận trên. Theo các trường phái này, tự do cá nhân có căn nguyên từ tự nhiên chứ không phải từ sự ban phát của bất kỳ chủ thể nào trong xã hội. Cá nhân phải có trách nhiệm đối với tự do của chính mình thông qua việc dùng lý trí để điều chỉnh hành vi nhằm đạt tới hạnh phúc. Tuy nhiên, cả hai trường phái này lại tuyệt đối hóa tự do cá nhân một cách cực đoan theo hai thái cực khác nhau. Khuyển nho chủ trương khổ hạnh, kêu gọi con người từ bỏ tiện nghi vật chất để đạt tới hạnh phúc đích thực; tự do là hành động thuận theo tự nhiên, giải phóng bản thân khỏi các tham vọng thấp hèn như sự ganh đua, thèm khát của cải. Phái *Cyrenaic* lại đồng nhất hạnh phúc với việc tận hưởng những khoái lạc và nhu cầu hiện thực.⁵ Họ xem sự thỏa mãn tức thời của dục vọng là thước đo tự do, từ đó xem nhẹ mọi ràng buộc chính trị, xã hội. Chính vì thế, con người cá nhân trong quan niệm của phái *Cyrenaic* rất dễ trở thành “kẻ vô tổ quốc”, thoát ly trách nhiệm đối với vận mệnh cộng đồng.

Plato (427 – 347 TCN) – một trong những học trò lỗi lạc nhất của Socrates, cũng xuất phát từ quan niệm tự do gắn với lý trí nhưng lại đặc biệt nhấn mạnh

4 Đinh Ngọc Thạch, Trịnh Đoàn Chính, *Lịch sử Triết học phương Tây*, Nxb. Chính trị quốc gia sự thật, 2018, tr. 83 - 84

5 *Như trên*, tr. 90.

vai trò của nhà nước đối với tự do cá nhân. Plato quan niệm tự do không chỉ là khả năng “mỗi người được sống theo cách riêng mà mình cho là thích hợp”, mà quan trọng hơn, đó là sự hài hòa giữa đời sống cá nhân và trật tự chung của xã hội. Ông thừa nhận rằng con người, về bản tính, đều mong muốn có đời sống riêng phù hợp với năng lực và khuynh hướng cá nhân. Tuy nhiên, với thái độ phê phán sâu sắc đối với nền dân chủ Athen thời bấy giờ, Plato lo ngại tự do nếu không được định hướng, kiểm soát bởi chính quyền sẽ biến thành tự do thuần túy bản năng, tất yếu dẫn tới xung đột lợi ích với cộng đồng và phá vỡ sự ổn định của nhà nước. Chính từ nỗi lo này, ông hạ thấp giá trị của “cái tôi” cá nhân và đề cao “cái chúng ta” của cộng đồng. Theo Plato, con người chỉ có thể thực sự tự do khi họ biết đặt lợi ích riêng vào trong khuôn khổ lợi ích chung, chỉ khi có một xã hội trật tự thì cá nhân mới có môi trường sống ổn định, an toàn để phát triển. Vì vậy, trong tác phẩm *Cộng hòa*,⁶ ông xây dựng mô hình nhà nước lý tưởng – nơi mọi tầng lớp xã hội đều có vị trí, bổn phận, trách nhiệm rõ ràng. Tự do trong một xã hội có sự quản lý của chính quyền không phải là quyền tự do lựa chọn khuynh hướng phát triển hay khẳng định cá tính riêng biệt, mà là tự do sống và làm việc trong giới hạn của bổn phận và địa vị xã hội đã được sắp đặt. Nói cách khác, Plato chủ trương triệt tiêu sự đa dạng cá nhân để duy trì tính thống nhất, ổn định của xã hội, coi “tự do trong khuôn khổ pháp luật và bổn phận” là hình thức tự do cao nhất. Ông xem một nhà nước được tổ chức chặt chẽ, thống nhất theo chuẩn mực công bằng thì sẽ bảo đảm sự ổn định xã hội và theo cách gián tiếp, bảo đảm đời sống tự do cho mọi người. Chính vì gắn chặt tự do cá nhân vào sự định hướng, quản lý của nhà nước nên trong triết học chính trị của Plato, tính phong phú, sáng tạo của đời sống cá nhân đã bị triệt tiêu. Đây là điều mà về sau nhiều triết gia, đặc biệt là trong truyền thống tự do hiện đại đã phê phán và khắc phục.

Khác với quan niệm của Plato, Aristotles (384 – 322 TCN) có quan niệm khá trung dung về tự do. Ông cho rằng tự do là một phẩm chất thuộc về đức hạnh, nhân cách và gắn liền với lý trí cũng như học vấn. Theo Aristotles, con người chỉ thực sự tự do khi hành động dựa trên định hướng của lý trí; con người là “sinh vật xã hội, một loài có tính hợp quần, biết lựa chọn hành vi ứng xử phù hợp với chuẩn mực chung”. Vì thế, tự do được hiểu là quá trình con người biến cái hợp lý trong tư tưởng thành cái hợp lý trong hành động thực tiễn. Hành vi của con người mang tính tự do, nhưng tự do đó phải gắn với đức hạnh, bảo đảm nguyên tắc “trung dung” – tức là sự hài hòa giữa nhu cầu, lợi ích cá nhân và lợi ích cộng đồng. Aristotles không tuyệt đối hóa lợi ích chung, mà chủ trương dung hòa giữa tự do cá nhân và lợi ích của nhà nước.⁷ Tuy nhiên, cũng như nhiều triết gia Hy Lạp cổ đại khác, Aristotles xuất phát từ thực tiễn xã hội chiếm hữu nô lệ để tiếp cận về năng lực của con người. Vì vậy, quan niệm tự do trong triết học của ông vẫn mang tính giai cấp, chỉ gắn với tầng lớp công dân tự do, chưa phản ánh được giá trị phổ quát nhân loại của phạm trù tự do.

6 Plato, *Cộng hòa*, Nxb. Thế giới, 2014.

7 Rene-A. Gauthier, *Đạo đức học của Aristote*, Nxb. Tri Thức, 2023.

Quan niệm tự do gắn với lý trí, đạo đức – tức tự do gắn với bốn phận và trách nhiệm tiếp tục được kế thừa, phát triển trong học thuyết của các nhà triết học tiêu biểu thời kỳ trung cổ như Thomas Aquinas và thời kỳ phục hưng như Alighieri Dante, Francesco Petrarca. Đến thời kỳ khai sáng, truyền thống tiếp cận tự do từ phương diện đạo đức – chính trị lần đầu được trình bày rõ ràng, sâu sắc trong triết học chính trị của John Locke (1632 - 1704) – người được xem là “cha đẻ của chủ nghĩa tự do” – đại diện tiêu biểu của chủ nghĩa duy vật Anh thế kỷ XVII và là người mở đường cho phong trào Khai sáng của châu Âu cận đại.

Trong tác phẩm “Hai khảo luận về chính quyền”,⁸ John Locke khẳng định tự do là quyền tự nhiên, bẩm sinh và tất yếu của con người. Đó là trạng thái tự tồn tại và tự quyết định của mỗi cá nhân, không lệ thuộc hay bị ép buộc bởi bất kỳ ý chí hay sức mạnh cưỡng chế nào từ bên ngoài. Tuy nhiên, cá nhân chỉ thực sự cảm nhận được tự do và được hưởng đầy đủ quyền tự do khi có sự trưởng thành về lý trí, nhận thức. Ngay cả trong trạng thái tự nhiên, con người vẫn luôn hành động theo sự hướng dẫn của lý trí dưới sự chi phối của luật tự nhiên – với nền tảng là đạo đức. Nhờ đó, tự do không phải là hành động theo bản năng một cách tùy tiện, cảm tính mà là hành động theo “mệnh lệnh của đạo đức và lương tâm”. Mục đích các cá nhân thông qua khế ước xã hội, lập ra nhà nước và pháp luật là để bảo toàn tự do cho bản thân và cho cộng đồng. Vì vậy, để đảm bảo tự do không bị xâm hại thì mỗi người tất yếu phải có trách nhiệm với chính tự do của bản thân; đồng thời phải có trách nhiệm đối với cộng đồng thông qua việc chủ động kiến tạo, bảo vệ chính quyền, tuân thủ pháp luật. Quan điểm trên của John Locke có tính hợp lý và nhân bản rõ nét. Con người có lý tính và đạo đức nên động lực thúc đẩy hành động của họ trong quan hệ với đồng loại là lòng nhân ái và trách nhiệm. Vì có lý tính, cá nhân có thể nhận thức được trật tự xã hội một cách tự giác và tự nguyện tôn trọng nó chứ không hoàn toàn phụ thuộc vào sự tác động hay điều chỉnh mang tính bắt buộc của pháp luật. Nói cách khác, tự do là phẩm chất đạo đức, là năng lực, nhu cầu và lợi ích cá nhân được thực hiện trên nền tảng lý trí nên tự nó đã bao hàm cả ý thức chính trị, tức là trách nhiệm đối với cộng đồng, xã hội và nhà nước.⁹ Cách tiếp cận của John Locke là tiền đề cho tư tưởng về tự do của các nhà triết học khác thuộc thời kỳ khai sáng và cận đại như Jean-Jacques Rousseau, Montesquieu, Immanuel Kant, W.F.Hegel, John Stuart Mill và cả các nhà tư tưởng thời kỳ hiện đại như Isaiah Berlin¹⁰ và John Rawls.¹¹

2. Quan hệ biện chứng của tự do cá nhân với trách nhiệm xã hội và ý nghĩa đối với Việt Nam hiện nay

Từ lịch sử tư tưởng và thực tiễn, chúng ta thấy tự do và trách nhiệm không tồn tại độc lập mà thống nhất biện chứng trong đời sống con người

8 John Locke, *tlđđ*.

9 Nguyễn Thanh Hải, “Tự do trên nền tảng lý tính – Nét đặc sắc trong quan niệm về nhân quyền của J.Locke”, *Tạp chí thanh niên Nghiên cứu khoa học*, số 47, 2024, tr. 63 – 65.

10 Isaiah Berlin, “Two concepts of liberty”, in Henry Hardy (ed.), *Liberty*, 2nd edn, Oxford Academic, 2003, DOI: <https://doi.org/10.1093/019924989X.003.0004>

11 John Rawls, *Một lý thuyết về công lý*, Nxb. Tri thức, 2022.

và xã hội. Tự do không chỉ là quyền được lựa chọn và hành động theo ý chí cá nhân, mà còn bao hàm khả năng tự chủ, tự điều chỉnh hành vi theo lý trí và chuẩn mực xã hội. Ngược lại, trách nhiệm xã hội là biểu hiện cụ thể của tự do có ý thức. Nói cách khác, con người là một thực thể tự nhiên – xã hội, “bản chất con người là tổng hòa những quan hệ xã hội”,¹² được đặc trưng bởi lý trí cùng tính nhân bản; “Tự do là sự nhận thức được cái tất yếu”,¹³ có nghĩa là con người chỉ có thể thực sự tự do khi nhận thức được các quy luật khách quan (tất yếu) của tự nhiên và xã hội. Do đó, tự do của mỗi cá nhân trong xã hội tất yếu không thể là tự do vị kỷ một cách thái quá mà phải luôn gắn chặt với trách nhiệm, nghĩa vụ đối với tập thể, cộng đồng, đất nước – nơi cá nhân hợp quần. Trong xã hội dân chủ và nhà nước pháp quyền, mỗi công dân được hưởng tự do không chỉ như một quyền tự nhiên mà còn như một trách nhiệm đạo đức – chính trị. Cá nhân phải biết sử dụng tự do của mình một cách có trách nhiệm, trong khuôn khổ pháp luật và lợi ích chung của xã hội. Trong đời sống xã hội, mối quan hệ trên được biểu hiện cụ thể qua mối quan hệ giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội. Chủ nghĩa Marx – Lenin khẳng định, lợi ích là động lực cơ bản của hoạt động con người. Lợi ích cá nhân là động lực trực tiếp thúc đẩy con người hành động, còn lợi ích xã hội là điều kiện bảo đảm cho sự tồn tại và phát triển của cộng đồng. Sự thống nhất giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội là nền tảng cho sự phát triển ổn định, bền vững của cá nhân và cộng đồng. “Nếu như lợi ích đúng đắn là nguyên tắc của toàn bộ đạo đức thì do đó cần ra sức làm cho lợi ích riêng của con người cá biệt phù hợp với lợi ích của toàn thể loài người.”¹⁴

Mối quan hệ biện chứng giữa quyền với trách nhiệm và nghĩa vụ, dân chủ với pháp quyền thể hiện rất rõ trong Hiến pháp năm 2013 của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam tại các điều 14, 15, 20, 21, 25, 27, 35, 39, 41, 44, 45, 46, 47: “Ở nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, quyền con người, quyền công dân về chính trị, dân sự, kinh tế, văn hóa, xã hội được công nhận, tôn trọng, bảo vệ và bảo đảm theo Hiến pháp và pháp luật”; “Quyền công dân không tách rời nghĩa vụ công dân”; “Mọi người có nghĩa vụ tôn trọng quyền của người khác”; “Công dân có nghĩa vụ trung thành với Tổ quốc”; “Bảo vệ Tổ quốc là nghĩa vụ thiêng liêng và quyền cao quý của công dân”; “Công dân có nghĩa vụ tuân theo Hiến pháp và pháp luật, tham gia bảo vệ an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội”; “Việc thực hiện quyền con người, quyền công dân không được xâm phạm lợi ích quốc gia, dân tộc, quyền và lợi ích hợp pháp của người khác”. Chủ tịch Hồ Chí Minh có quan điểm rằng quyền lợi và nghĩa vụ bao giờ cũng đi đôi với nhau; ai cũng có quyền được ăn, được mặc, được học hành, nhưng cũng phải có nghĩa vụ lao động, bảo vệ Tổ quốc và tuân theo pháp luật.¹⁵ Quan điểm này của Người phản ánh một chân lý khách quan: tự do cá nhân chỉ có ý nghĩa khi nó gắn với trách nhiệm đối với Tổ quốc và nhân dân. Do đó, khẩu

12 C. Mác – Ph. Ăngghen, *Toàn tập, Tập 3*, Nxb. Chính trị Quốc gia, 1995, tr. 11.

13 C. Mác – Ph. Ăngghen, *Toàn tập, Tập 20*, Nxb. Chính trị Quốc gia, 2002, tr. 163, 164.

14 C. Mác – Ph. Ăngghen, *Toàn tập, Tập 2*, Nxb. Chính trị Quốc gia, 1995, tr. 199, 200.

15 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 4*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, tr. 187; Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 8*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, tr. 264; Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 9*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, tr. 258.

hiệu “Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật” không chỉ là một yêu cầu hay mệnh lệnh mang tính bắt buộc mà là chuẩn mực đạo đức – pháp lý để bảo đảm sự cân bằng giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội, giúp tự do cá nhân đạt được trạng thái thống nhất với trách nhiệm xã hội.

Sự phát triển mạnh mẽ của toàn cầu hóa và kinh tế thị trường trong thời đại ngày nay đã tạo ra những thành tựu to lớn, làm thay đổi xã hội một cách chóng mặt, nhưng lại làm cho mâu thuẫn giữa tự do cá nhân với trách nhiệm xã hội ngày càng trở nên rõ nét và phức tạp hơn. Hệ quả trực tiếp của mâu thuẫn này là sự suy thoái đạo đức, lối sống và sự trỗi dậy của chủ nghĩa cá nhân. Đây là một thách thức nghiêm trọng đối với sự phát triển ổn định của các xã hội hiện đại nói chung, xã hội Việt Nam nói riêng. Toàn cầu hóa mở ra không gian rộng lớn cho sự giao lưu, hợp tác, giúp cá nhân có nhiều cơ hội phát triển, thể hiện năng lực. Tuy nhiên, chính sự mở rộng đó cũng làm gia tăng khuynh hướng cá nhân hóa, đề cao quá mức cái tôi và lợi ích riêng, khiến trách nhiệm xã hội dần bị xem nhẹ. Trong nền kinh tế thị trường, sự tác động của quy luật cạnh tranh và quy luật giá trị khiến con người dễ bị tha hóa bởi lợi ích vật chất, đánh mất chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội. Đồng thời, xung đột lợi ích giữa cá nhân và tập thể cũng bắt nguồn từ sự gia tăng bất bình đẳng xã hội, phân hóa giàu nghèo do quá trình toàn cầu hóa và sự phát triển của kinh tế thị trường đưa lại.

Trong bối cảnh đất nước đang bước vào “kỷ nguyên vươn mình của dân tộc”, giải quyết mâu thuẫn giữa tự do cá nhân với trách nhiệm xã hội là một trong những yêu cầu cấp thiết đối với sự phát triển bền vững của xã hội Việt Nam. Thực tiễn đòi hỏi cần phải có giải pháp toàn diện, kết hợp giữa vai trò của pháp luật với giáo dục và định hướng phát triển văn hóa – xã hội. *Thứ nhất*, nhà nước cần hoàn thiện hệ thống pháp luật để tăng cường năng lực đảm bảo nhân quyền và dân quyền; hoàn thiện cơ chế quản lý kinh tế, văn hóa, xã hội để tăng cường khả năng ngăn ngừa các nguy cơ lạm dụng tự do gây tổn hại đến lợi ích xã hội. *Thứ hai*, cần đẩy mạnh giáo dục pháp luật, đạo đức, lối sống nhân văn, tinh thần cộng đồng và trách nhiệm xã hội cho thế hệ trẻ – đây là nhiệm vụ cực kỳ quan trọng. Hoạt động này giúp cho các cá nhân nhận thức được tính tất yếu của tự do trên nền tảng lý trí và đạo đức. Khi hiểu rằng tự do chỉ thực sự có giá trị khi gắn liền với đạo đức và trách nhiệm xã hội, mỗi cá nhân sẽ tự giác điều chỉnh hành vi của mình để thỏa mãn lợi ích riêng trong mối quan hệ hài hòa với lợi ích chung mà không cần phải nhờ đến sự điều chỉnh hay kiểm chế thường xuyên của pháp luật. Vì vậy, hoạt động giáo dục đạo đức, ý thức trách nhiệm công dân cần được nhận thức như một nguyên tắc đạo đức – chính trị – xã hội khách quan, tất yếu để củng cố tính đồng thuận, đoàn kết, phát triển bền vững của xã hội. Giáo dục phải được tiến hành thường xuyên từ cấp độ gia đình đến nhà trường, xã hội với những phương pháp khác nhau, căn cứ vào đặc trưng văn hóa dân tộc cũng như điều kiện kinh tế – chính trị – xã hội cụ thể của đất nước, thời đại trong từng hoàn cảnh lịch sử cụ thể.

Kết luận

Tự do và trách nhiệm là hai mặt thống nhất trong sự phát triển cá nhân và xã hội. Tự do là động lực của sáng tạo, của khát vọng vươn lên hoàn thiện bản thân; trách nhiệm xã hội là nền tảng đạo đức bảo đảm cho cá nhân thể hiện sự tồn tại của mình như một bản thể mang tính loài với đặc trưng nhân văn, vị tha và lý trí. Con người là “tế bào của xã hội”, vì lẽ đó, tự do cá nhân là một trong những nhân tố quyết định đến khuynh hướng vận động của nhà nước và xã hội. Trong bối cảnh địa – chính trị thế giới biến động phức tạp, toàn cầu hóa, kinh tế thị trường đang tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của đời sống, vấn đề tăng cường nhận thức về mối quan hệ giữa tự do cá nhân với trách nhiệm xã hội và thực hiện các giải pháp để giải quyết mâu thuẫn nội tại của vấn đề trên có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với sự phát triển ổn định, bền vững của xã hội Việt Nam hiện đại. Đây cũng là yêu cầu khách quan của quá trình xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam, nơi quyền và nghĩa vụ, tự do và kỷ cương, lợi ích cá nhân và lợi ích cộng đồng được kết hợp hài hòa trong một chính thể thống nhất, hướng đến mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Isaiah Berlin, “Two concepts of liberty”, in Edited by Henry Hardy (ed.), *Liberty*, 2nd edn, Oxford Academic, 2003, <https://doi.org/10.1093/019924989X.003.0004>
- [2] Rene-A. Gauthier, *Đạo đức học của Aristote*, Nxb. Tri Thức, 2023 [trans: Rene-A. Gauthier, *Aristotle's Ethics*, Tri Thuc Publisher, 2023]
- [3] Nguyễn Thanh Hải, “Tự do trên nền tảng lý tính – Nét đặc sắc trong quan niệm về nhân quyền của J.Locke”, *Tạp chí thanh niên Nghiên cứu khoa học*, số 47, 2024 [trans: Nguyễn Thanh Hải, “Freedom on the Basis of Rationality – A Distinctive Feature in J. Locke’s Conception of Human Rights”, *Journal of Youth Scientific Research*, No. 47, 2024]
- [4] John Locke, *Two treatises of government*, Cambridge University Press, 2017
- [5] C. Mác – Ph. Ăngghen, *Toàn tập*, Tập 2, Nxb. Chính trị Quốc gia, 1995 [trans: Karl Marx and Friedrich Engels, *Collected Works, Volume 2*, National Political Publisher, 1995]
- [6] C. Mác – Ph. Ăngghen, *Toàn tập*, Tập 3, Nxb. Chính trị Quốc gia, 1995 [trans: Karl Marx and Friedrich Engels, *Collected Works, Volume 3*, National Political Publisher, 1994]
- [7] C. Mác – Ph. Ăngghen, *Toàn tập*, Tập 20, Nxb. Chính trị Quốc gia, 2002 [trans: Karl Marx and Friedrich Engels, *Collected Works, Volume 20*, National Political Publisher, 2002]
- [8] Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 4, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Collected Works, Volum 4*, National Political Publisher, 2011]
- [9] Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 8, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Collected Works, Volum 8*, National Political Publisher, 2011]
- [10] Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 9, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Collected Works, Volum 9*, National Political Publisher, 2011]
- [11] Plato, *Cộng hòa*, Nxb. Thế giới, 2014 [trans: Plato, *The Republic*, The Gioi Publisher, 2014]
- [12] John Rawls, *Một lý thuyết về công lý*, Nxb. Tri thức, 2022 [trans: John Rawls, *A Theory of Justice*, Tri Thuc Publisher, 2022]
- [13] Stanley Rosen, *Triết học nhân sinh*, Nxb. Lao động, 2006 [trans: Stanley Rosen, *Philosophy of Human Existence*, Labour Publisher, 2006]
- [14] Đinh Ngọc Thạch, Trịnh Doãn Chính, *Lịch sử Triết học phương Tây*, Nxb. Chính trị quốc gia sự thật, 2018 [trans: Dinh Ngoc Thach & Trinh Doan Chinh, *History of Western Philosophy*, National Political Publisher, 2018]
- [15] Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam – Viện Khoa học xã hội vùng Nam bộ, *Từ điển tiếng Việt*, Nxb. Từ điển bách khoa, 2013 [trans: Southern Institute of Social Sciences, *Vietnamese Dictionary*, Encyclopedia Publisher, 2013]

QUAN ĐIỂM CỦA JOHN RAWLS VỀ CON NGƯỜI – MỘT SỐ NỘI DUNG CƠ BẢN, HẠN CHẾ VÀ GIÁ TRỊ HIỆN THỜI Ở VIỆT NAM

TS LƯU ĐÌNH VINH

Khoa Khoa học cơ bản, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh
Faculty of Basic Sciences, Ho Chi Minh City University of Law
Email: ldvinh@hcmulaw.edu.vn

Tóm tắt

John Rawls là một nhà triết học chính trị nổi tiếng ở Mỹ và tư tưởng của ông ảnh hưởng đến toàn bộ đời sống chính trị Âu – Mỹ những năm sau chiến tranh thế giới lần thứ II. Rawls đã có những quan điểm đặc sắc về con người, nêu bật khả năng tự ý thức của con người về tự do và công bằng trong xã hội dân chủ. Mặc dù có những hạn chế, nhưng tư tưởng của Rawls đã góp phần làm phong phú thêm lý luận về mục tiêu dân chủ, công bằng ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: quan điểm về con người, John Rawls, triết học chính trị, công lý, tự do

Abstract

John Rawls was a prominent American political philosopher whose ideas profoundly influenced the political thought of Europe and the United States in the post–World War II era. Among his major contributions were his distinctive conceptions of the human being, emphasizing the capacity for self-awareness regarding freedom and justice within a democratic society. Although his theory contains certain limitations, Rawls’s thought has significantly enriched the theoretical discourse on democracy and social justice in contemporary Vietnam.

Keywords: conception of the human being, John Rawls, political philosophy, justice, freedom

Ngày nhận bài: 17/10/2025

Ngày duyệt đăng: 10/11/2025

John Rawls (1921 – 2002), được xem là một triết gia tiêu biểu, có ảnh hưởng lớn ở Hoa Kỳ vào những năm 1950 đến 1960 của thế kỷ XX. Ông đã để lại nhiều tác phẩm triết học có giá trị, tác động sâu sắc đến đời sống chính trị, đạo đức, pháp luật, kinh tế trong xã hội Anh – Mỹ. Tư tưởng triết học về con người của Rawls chịu ảnh hưởng của các điều kiện thực tiễn chính trị – xã hội nước Mỹ những năm sau chiến tranh thế giới lần thứ II. Đặc biệt, tư tưởng của Rawls chịu ảnh hưởng to lớn từ, hậu quả của “chiến tranh lạnh” giữa Liên Xô và Mỹ, cùng mối đe dọa thường xuyên của chiến tranh hạt nhân. Trong đó, các phương tiện truyền thông được huy động tối đa để tuyên truyền nước Mỹ là quốc gia lãnh đạo thế giới như một đối trọng với Liên Xô cùng mô hình xã hội chủ nghĩa đang lan rộng. Tuy nhiên, nước Mỹ cũng phải đối mặt với các vấn nạn xã hội và những chỉ trích gay gắt quốc tế. Trong đó nạn phân biệt chủng tộc được xem như “gót chân Achilles” của nước Mỹ¹ không chỉ trong quan hệ quốc tế mà còn trong thực thi chính sách pháp luật trong nước. Bên cạnh đó, “làn sóng thứ hai” trong phong trào nữ quyền do phụ nữ Do Thái khởi xướng cũng tác động đến tư tưởng của Rawls. Những cuộc vận động cải cách luật hôn nhân và tài sản, quyền bầu cử của phụ nữ, biện pháp tránh thai, cải thiện điều kiện làm việc cho phụ nữ, Tu chính án về Quyền Bình đẳng, hay vô số các hoạt động khác nhằm thúc đẩy cơ hội bình đẳng cho phụ nữ đang và đã làm thay đổi các giá trị truyền thống cốt lõi về con người, quyền con người không chỉ ở Mỹ và còn ở khắp châu Âu. Ngoài ra, các cuộc biểu tình của sinh viên, phong trào dân quyền, phản chiến và cả “chiến tranh Việt Nam”² đã tác động không nhỏ đến sự hình thành tư

1 Mary L. Dudziak, *Cold war civil rights - Race and the image of American democracy*, Nxb. Princeton University Press, 2000, tr. 29.

2 Theo cách gọi của Chính quyền Mỹ về cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước của người dân Việt Nam.

tưởng triết học về con người của Rawls. Rawls là một trong những học giả phản đối “chiến tranh Việt Nam” và xem “cuộc chiến này là bất công và liên tục bảo vệ quan điểm này trước công chúng”.³

Cùng với đó, các quan điểm triết học của Rawls còn chịu ảnh hưởng bởi các tiền đề lý luận như các giá trị về quyền tự do, bình đẳng, nghĩa vụ chính trị, công lý của triết gia nổi tiếng thời khai sáng, thế kỷ XVIII, John Locke (1632 – 1704). Rawls đã kế thừa, tiếp biến, mở rộng các khái niệm triết học cơ bản của J.Locke trong xã hội Mỹ đương thời, tạo nên những đặc điểm riêng và khác biệt so với Locke. Rawls quan tâm đến nhiều vấn đề xã hội của nước Mỹ, các quan điểm về công lý, công bằng, tự do, quyền tự quyết, khế ước xã hội, hợp tác quốc gia, dân tộc và lấy đó làm đối tượng, mục đích cơ bản trong các hệ thống lý luận triết học của ông. Tư tưởng triết học về con người của Rawls cũng là sự kế thừa và phát triển các giá trị về “quyền riêng tư”, “những chuẩn mực của tự do”, “bình đẳng”, “cấu trúc cưỡng chế xã hội” của Immanuel Kant (1724 - 1804). Nó được xem như là một nền tảng quan trọng trong quan điểm về công lý, công bằng của Rawls. Cả Kant và Rawls đều nổi bật trong lịch sử triết học chính trị khi cho rằng “cấu trúc cưỡng chế của xã hội là chủ đề duy nhất của lý thuyết về công lý”⁴ và xem nó là nguồn cảm hứng cho những suy tư triết học.

Tư tưởng triết học nói chung và triết học con người nói riêng của Rawls được thể hiện trong nhiều tác phẩm, trong đó, có một số tác phẩm tiêu biểu như: *A Theory of Justice* (*Lý thuyết về Công lý*), được xuất bản lần đầu vào năm 1958 và tái bản nhiều lần với nhiều thứ tiếng khác nhau. Đây được xem là tác phẩm vĩ đại, nền tảng của học thuyết nổi tiếng “Justice as Fairness” (công lý như công bằng) của Rawls. Tác phẩm *Political liberalism* (*Chủ nghĩa tự do chính trị*) xuất bản lần đầu vào năm 1993. Đây là tác phẩm bổ sung, hoàn thiện lý thuyết về công lý và nhấn mạnh lý thuyết về công lý như một khái niệm chính trị không mang tính phổ quát ở tất cả các ngành khoa học khác. *The law of peoples* (*Luật của các dân tộc*), xuất bản lần đầu vào năm 1999, là tác phẩm liên quan đến các mối quan hệ quốc tế, cách ứng xử giữa các quốc gia, dân tộc và nhiều tác phẩm triết học khác. Đánh giá về tư tưởng triết học của Rawls, triết gia Thomas Pogge trong tác phẩm *John Rawls: His Life and Theory of Justice* đã cho rằng: “Với tham vọng khai sáng độc đáo, lý thuyết này là một thành tựu rực rỡ trong triết học chính trị tốt nhất hiện có. Không ai quan tâm đến công bằng một cách kỹ lưỡng mà không nghiên cứu nó”.⁵ Về tác phẩm *Theory of justice*, tác giả Andrew Koppelman cho rằng: lý thuyết của Rawls đã giúp “chúng ta học cách sống với sự bất bình đẳng. Chúng ta cần cơ chế, thể chế để giữ cho nó không tạo ra thành kiến, sỉ nhục người khác và lạm dụng quyền lực”.⁶ Xuyên suốt trong hệ thống triết học của Rawls là công lý và công bằng. Tuy nhiên, nền tảng, mục đích của công lý chính là quan niệm về con người, động lực của sự phát triển của toàn bộ xã hội và cũng bởi: “Đầu tiên là công việc đối với con người”.⁷

3 Thoms Pogge, *John Rawls: His life and theory of justice*, New York Oxford University Press, 2007, tr. 19.

4 Arthur Ripstein, “Private order and public justice: Kant and Rawls”, *Virginia Law Review*, Vol. 92(7), 2006, tr. 1400.

5 Thomas Pogge, *ibid*, tr. VII.

6 Andrew Koppelman, “Rawls, inequality, and welfare-state capitalism”, *American Journal of Law and Equality*, 2023, tr. 282.

7 Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 15, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 2011, tr. 616.

1. Những quan điểm chủ yếu của Rawls về con người

Con người luôn là đối tượng của các nhà triết học từ trước đến nay, từ Đông sang Tây. Mỗi nhà triết học sẽ có những cái nhìn khác nhau và không có quan điểm duy nhất về con người nhưng đều xem con người là trung tâm của triết học. Là một nhà triết học chính trị, Rawls cũng đã lấy con người làm đối tượng và hạt nhân trong xây dựng hệ thống tri thức lý luận của bản thân. Tuy ông không có tác phẩm chuyên luận về con người, nhưng quan điểm về con người đã được đề cập như một cơ sở lý luận quan trọng và chủ yếu trong tất cả các tác phẩm triết học chính trị của Rawls. Nhằm hệ thống hóa các vấn đề chính trị - xã hội cốt lõi và không gây tranh cãi với các triết lý tôn giáo và lý luận khoa học khác, ngay từ đầu, Rawls đã xác định phạm vi của khái niệm con người. Qua đó, con người – trong tất cả các nghiên cứu của Rawls, không được xem xét dưới góc độ chung, khái quát mà chỉ được xem xét trong một khía cạnh duy nhất, khía cạnh chính trị - con người chính trị. Rawls cho rằng: “không nên nhầm lẫn quan niệm về con người này với quan niệm về một con người (như một thành viên của loài *homo sapiens* (người tinh khôn, người hiện đại))”.⁸ Sự lựa chọn này không phải ngẫu nhiên mà đó là sự suy lý dựa trên các điều kiện thực tiễn, mà Rawls gọi là “chủ nghĩa đa nguyên hợp lý”,⁹ khi các quan niệm khác nhau đều đúng đắn trên tinh thần tôn trọng sự khác biệt. Theo Rawls, khái niệm con người bao gồm các nội hàm “sức mạnh của lý trí, suy luận, phán đoán”¹⁰ và khẳng định “đây là những quyền năng đồng hành thiết yếu cho việc thực hành hai quyền lực đạo đức”.¹¹

Vì là con người chính trị tham gia vào một xã hội có chủ quyền, thể chế, hiến định, đạo đức cụ thể, tức là có thể tham gia vào đời sống xã hội, thực thi và tôn trọng các quyền và nghĩa vụ của nó, nên khái niệm con người đã được Rawls đồng nhất tương đối với khái niệm công dân. Trong đó, khái niệm “con người” và “công dân” gắn bó trong mối quan hệ tương hỗ chặt chẽ nhưng không hoàn toàn là một. Trong khi nghiên cứu khái niệm con người, Rawls cũng đã chỉ ra điểm khác biệt trong khái niệm “con người” và “công dân”: một là, bối cảnh áp dụng. Theo đó, khái niệm con người được áp dụng rộng rãi trong tất cả các quan điểm lý luận nói chung và tất cả các hình thức xã hội nói riêng. Trong khi đó, khái niệm công dân sẽ gắn với một chế độ dân chủ hợp hiến cụ thể, đang tồn tại và vận hành. Hai là, hình thức vận hành. Khái niệm con người là tiền đề, nền tảng để xây dựng khái niệm công dân. Trong khi đó, “công dân” là một chủ thể trong một xã hội được tổ chức tốt (*well-ordered society*), được điều tiết bằng các nguyên tắc, thể chế đã được lựa chọn. “Công dân” là những người sống, sinh hoạt, chấp hành và tham gia vào đời sống chính trị của xã hội. Ba là, khái niệm con người có tính trừu tượng, xác định một chủ thể đạo đức chung tham gia các hoạt động xã hội. Trong khi đó, khái niệm công dân có tính thực tiễn nhằm xác định và hiện thực hóa “con người” khi là thành viên tham gia, hợp tác đầy đủ các hoạt động của một xã hội dân chủ hợp hiến. Ngoài những điểm khác biệt, quan điểm về con người của Rawls được thể hiện thành “công dân” và con người chính là công dân của một xã hội dân chủ cụ thể.

8 John Rawls, *Justice as Fairness - A restatement*, edited by Erin Kelly, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 2001, tr. 24.

9 John Rawls, *lđđ* (8), tr. 33.

10 *Như trên*, tr. 24.

11 *Như trên*.

Khái niệm con người với tư cách là công dân, đây cũng là điểm tương đồng trong khái niệm con người và công dân – là chủ thể của tự do và bình đẳng,¹² được thể hiện ở:

Thứ nhất, công dân là những người tự do trong khuôn khổ pháp luật và đạo đức của xã hội. Theo Rawls, ngay từ thời kỳ Hy Lạp cổ đại, sự tự do của một con người như một công dân trong xã hội được thể hiện bằng việc thực thi và tôn trọng các quyền và nghĩa vụ khác nhau do xã hội đặt ra. Vì thế, Rawls cho rằng, công dân tự do phải là những người có năng lực đạo đức. Đó chính là khả năng ý thức về công lý và khả năng tự xây dựng quan niệm về cái thiện phù hợp với các chuẩn mực, quy tắc, tiêu chuẩn đã được đặt ra của xã hội, nhằm hướng dẫn, điều chỉnh hành vi của bản thân. Năng lực ý thức về công lý và cái thiện không phải bẩm sinh, tự nhiên hình thành mà được tạo ra từ tư tưởng, thực tiễn đạo đức và tư tưởng chính trị của mỗi người khi là thành viên của xã hội. Nó phải được thường xuyên điều chỉnh, luôn vận động và thay đổi theo các giá trị chung. Mặc dù, Rawls cũng thừa nhận năng lực nhận thức của mỗi người là khác nhau và có thể mâu thuẫn với các chuẩn mực của xã hội,¹³ nhưng nó đã và luôn là một yêu cầu tất yếu, là điều kiện của tồn tại của mỗi thành viên trong xã hội.

Tự do của mỗi công dân còn được thể hiện ở quan điểm tự chủ về chính trị (*full autonomy, politically*). Đây được xem là hạt nhân trong triết học chính trị của Rawls và được hiện thực hóa trong tất cả các hoạt động của công dân trong xã hội. Tự chủ về chính trị có được khi công dân thực hiện đầy đủ các nguyên tắc xã hội một cách tự nguyện và công khai thừa nhận những nguyên tắc ấy trong tất cả các hoạt động cộng đồng, cũng như “tận hưởng” các biện pháp bảo vệ quyền tự do từ phía nhà nước. Như vậy, có thể thấy, một mặt, Rawls tôn trọng và bảo vệ quyền tự do của công dân trong quá trình tự ý thức nhưng mặt khác, Rawls cũng cho rằng, nhà nước vẫn có quyền can thiệp sâu sắc vào quyền tự ý thức của người dân để bảo vệ những chuẩn mực, nguyên tắc về công bằng chung của xã hội. Rawls tuyên bố: “quyền lực chính trị luôn là quyền lực cưỡng chế”¹⁴ nhằm thực hiện quyền bình đẳng của tất cả mọi người trong xã hội.

Công dân là tự do khi được xác định là nguồn xác nhận yêu sách (*Self-authenticating sources of claims*) đối với xã hội. Một khía cạnh quan trọng của việc công dân là người tự do là cách họ nhìn nhận bản thân mình trong vai trò xác lập các yêu sách đối với xã hội. Ở đó, mỗi công dân có quyền tự quyết về giá trị sống, mục tiêu, niềm tin cá nhân không lệ thuộc vào người khác về mặt đạo đức hay chính trị. Đồng thời, quyền tự quyết đó không cần thực chứng, công khai, hay sự xác nhận của bất cứ người nào, kể cả chính quyền nhà nước. Nói cách khác, công dân có quyền đưa ra quan điểm mà không cần chứng minh giá trị bản thân trước người khác.

Tóm lại, theo quan điểm Rawls, công dân tự do là những người có năng lực tự xây dựng các giá trị của bản thân phù hợp với các chuẩn mực của xã hội. Đồng thời, cũng phải thừa nhận một cách tự giác các chuẩn mực đạo đức, chính trị của xã hội, kể cả khi nó không phù hợp với lợi ích của bản thân.

Thứ hai, công dân là những con người bình đẳng. Quan điểm này thể hiện rõ trong lý thuyết “công lý như công bằng” – một quan điểm đã làm nên tên tuổi của

12 John Rawls, *tldd* (8), tr. 24.

13 John Rawls, *Political Liberalism*, Nxb. Columbia University Press, 1996, tr. 34.

14 John Rawls, *tldd* (13), tr. 68.

Rawls trong thế kỷ XX. Theo đó, bình đẳng chỉ có được khi mỗi công dân sở hữu những năng lực đạo đức như những người tự do. Các năng lực đạo đức ở mức độ cần thiết cũng được xem là cơ sở để công dân bình đẳng tham gia vào quá trình hợp tác và thực hiện các mối quan hệ của mỗi thành viên trong xã hội. Theo Rawls, bình đẳng là phẩm chất vốn có của con người khi tham gia hoạt động xã hội. Ông miêu tả phẩm chất vốn có này thành khái niệm “*original position*” (*trạng thái nguyên thủy*) và chính “phẩm chất vốn có” này đã tạo nên cơ sở cho việc loại bỏ tất cả – hay cách gọi của Rawls là “bức màn vô hình” (*veil of ignorance*) che chắn những thành kiến về giới tính, chủng tộc, địa vị xã hội, tài năng, niềm tin tôn giáo, của tất cả công dân trong xã hội¹⁵ và “không ai được phép tận dụng các lợi thế của mình để thiết lập các nguyên tắc thiên vị, có lợi cho bản thân”¹⁶ trong xã hội. Rawls viết trong tác phẩm *Justice as fairness - A restatement*:

“Tuy nhiên, dù hành vi lợi dụng ưu thế có thể bị xem là phi lý, nó không phải lúc nào cũng thiếu lý trí. Thực tế, có những người nắm giữ quyền lực chính trị lớn hơn hoặc ở trong hoàn cảnh thuận lợi hơn – dù những yếu tố này không liên quan đến sự bình đẳng giữa con người. Trong trường hợp đó, việc họ tận dụng lợi thế sẵn có có thể được coi là hành động hợp lý. Trong đời sống hàng ngày, ta vẫn nhận ra sự phân biệt này: khi một người có vị thế thương lượng vượt trội đưa ra đề nghị, ta có thể cho rằng họ hành động có lý, nhưng vẫn là điều khó chấp nhận về mặt đạo lý. Nói cách khác, cái “hợp lý” không phải lúc nào cũng trùng với cái “lý trí”; nó còn là một phạm trù đạo đức, phản ánh mức độ nhạy cảm của con người đối với công bằng và lẽ phải”.¹⁷

Rawls cho rằng, sự bình đẳng của mỗi công dân trong xã hội được đảm bảo bằng hai định chế (hay nguyên tắc):¹⁸ Nguyên tắc thứ nhất, mỗi người bình đẳng về quyền và tự do cơ bản. Nguyên tắc này bao gồm nhiều quyền thiết yếu như: một là, tự do chính trị. Rawls cho rằng: “giá trị của chính trị là những giá trị rất lớn và do đó không dễ dàng bị bác bỏ”.¹⁹ Tức là, mỗi công dân không chỉ có quyền tự do về chính trị trên danh nghĩa mà còn cả trên thực tế sử dụng các quyền đó trong xã hội. Hai là, Tự do tư tưởng (*Liberty of Conscience*). Đây là quyền của mỗi người được tự do suy nghĩ, tin tưởng và hành động theo lương tâm của mình, mà không bị ép buộc hoặc trừng phạt bởi nhà nước hoặc bất kỳ tổ chức nào khác. Nó bao gồm quyền tự do tôn giáo, tín ngưỡng, cũng như quyền không theo tôn giáo nào. Ba là, quyền về sự toàn vẹn cá nhân (*Integrity of the Person*) cả thể chất lẫn tinh thần. Tất cả các quyền này tồn tại thành một hệ thống, một chỉnh thể hoàn chỉnh, với những mối quan hệ biện chứng tác động qua lại lẫn nhau trong không gian và thời gian nhất định. Nguyên tắc thứ hai, tồn tại (chấp nhận) những bất bình đẳng hợp lý trong xã hội. Bất bình đẳng trong xã hội là một thực tế khó tránh khỏi. Tác giả Andrew Koppelman (2023) khi nghiên cứu về Rawls, cũng khẳng định quan điểm: “Bất bình đẳng có lẽ là một phần vĩnh viễn của điều kiện sống con người”.²⁰ Rawls khẳng định sự tồn tại của những bất bình

15 John Rawls, *tlđđ* (13), tr. 23.

16 John Rawls, *tlđđ* (8), tr. 7.

17 *Như trên*, tr. 7.

18 John Rawls, *tlđđ* (8), tr. 42.

19 John Rawls, *tlđđ* (13), tr. 139.

20 Andrew Koppelman, “Rawls, inequality, and welfare-state capitalism”, *American Journal of Law and Equality*, 2023, tr. 256-282.

đẳng trong xã hội, nhưng cho rằng những bất bình đẳng đó phải là điều kiện để thực hiện bình đẳng chung của toàn xã hội. Đối với Rawls, những bất bình đẳng được tồn tại trong xã hội phải dựa trên hai mục đích:

(i) Để giúp cho tất cả mọi người không phân biệt giới tính, tôn giáo, chủng tộc, xuất thân, hoàn cảnh kinh tế, kể cả tài năng... đều có cơ hội tiếp cận và đạt được những vị trí nhất định (nghề nghiệp, chức vụ...) trong xã hội. Ông cũng cho rằng, tài năng và nỗ lực là yếu tố quyết định cho sự thành công của con người trong xã hội. Hai người có cùng năng lực và quyết tâm như nhau thì có sự thành công như nhau, bất kể họ sinh ra trong gia đình thuộc tầng lớp nào, giàu hay nghèo. Giáo dục và tiếp cận tri thức trong xã hội không phụ thuộc vào địa vị xã hội của gia đình. Người giàu học trường tốt, người nghèo học trường chưa tốt là không công bằng. Đồng thời, ông khẳng định trường học phải là nơi không có những rào cản, phân biệt giai cấp. Trường học dù công hay tư đều phải đảm bảo để mọi học sinh phát triển như nhau.

(ii) Các bất bình đẳng trong xã hội phải vì lợi ích của những người yếu thế. Nguyên tắc này đặt ra các tiêu chuẩn để đánh giá những bất bình đẳng về kinh tế - xã hội của xã hội dân chủ. Để xem xét ai là người yếu thế trong xã hội, Rawls sử dụng khái niệm “hàng hóa sơ cấp xã hội” (*social primary goods*) – là những tài sản cơ bản mà mọi công dân cần có để sống như những người tự do và bình đẳng trong xã hội. Chúng bao gồm quyền lợi, tự do, thu nhập, tài sản, và nền tảng xã hội của lòng tự trọng. Đồng thời, Rawls cũng cho rằng hàng hóa sơ cấp gồm hai loại: hàng hóa sơ cấp tự nhiên, do bẩm sinh hoặc môi trường tự nhiên mang lại; hàng hóa sơ cấp xã hội, gồm các quyền tự do ngôn luận, bầu cử, quyền được xét xử công bằng, tự do tín ngưỡng, lập hội, tự do nghề nghiệp, quyền được sống cơ bản để duy trì phẩm giá con người, sự công nhận và tôn trọng từ xã hội... Có thể thấy, bình đẳng cho người yếu thế chính là sự bù đắp từ cộng đồng để đảm bảo sự bình đẳng thật sự diễn ra trong xã hội. Sự bình đẳng đó cũng không phải là tuyệt đối khi Rawls bảo vệ quan điểm về sự giàu có của một số ít thành viên vượt lên trên toàn bộ xã hội nếu nó mang lại lợi ích thiết thực nhằm đảm bảo những tiêu chí công bằng tối thiểu cho tất cả mọi người.

Như vậy, quan điểm về con người là công dân tự do và bình đẳng là một trong những điểm đặc sắc trong tư tưởng triết học chính trị và pháp quyền của Rawls. Nội dung của tự do và bình đẳng hướng đến tất cả mọi công dân trong xã hội, nhất là tầng lớp yếu thế. Rawls đã xây dựng những thang giá trị nhằm xác định các yêu cầu của tự do và bình đẳng trong xã hội, nhằm đảm bảo cho mỗi con người là công dân đều được tự do và bình đẳng như nhau, tạo nên công bằng cho toàn xã hội.

2. Hạn chế và giá trị hiện thời của triết học pháp quyền Rawls về con người ở Việt Nam

2.1 Những hạn chế trong quan điểm triết học của Rawls về con người

Karl Marx đã viết: “Các triết gia không mọc lên như nấm từ trái đất, họ là sản phẩm của thời đại của mình, của dân tộc mình, mà dòng sữa tinh tế nhất, quý giá và vô hình được tập trung lại trong những tư tưởng triết học”,²¹ do đó quan điểm triết học của Rawls về con người cũng chính là sản phẩm của các điều kiện kinh tế - xã hội - văn hóa - chính trị đặc thù phương Tây - Mỹ những năm đầu thế kỷ XX. Ở đó, các giá trị con người được nhìn nhận với tư cách một cá thể độc lập trong xã hội,

21 C.Mác và Ph.Ăngghen, *Toàn tập, Tập 1*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2002, tr. 156.

cần được đảm bảo mọi quyền lợi như tất cả mọi người, đặc biệt là các quyền về tự do và bình đẳng. Tư tưởng về con người của Rawls đã có những đóng góp nhất định đối với sự phát triển của các quan niệm triết học về con người, con người – chính trị, về vấn đề xem trọng phẩm giá, quyền phát triển bản thân của con người trên nền tảng tự do và bình đẳng. Tuy nhiên, quan điểm của Rawls về con người vẫn tồn tại những hạn chế mang tính lịch sử đối với quá trình xây dựng con người mới – con người xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay.

Thứ nhất, Rawls đề cao và chỉ xem xét con người như một cá thể tồn tại trong xã hội, xem con người ở góc độ duy nhất “công dân là những người tự do và bình đẳng”²² mà bỏ qua các yếu tố về điều kiện vật chất, tinh thần của con người. Lịch sử đã cho thấy con người chỉ có thể tồn tại và phát triển trong xã hội loài người. Đồng thời, tồn tại xã hội cũng là một trong những điều kiện quyết định đến sự hình thành và phát triển của ý thức và bản thân con người. Karl Marx khẳng định: “Xã hội... là sản phẩm của sự tác động qua lại giữa những con người”²³ và “trong tính hiện thực của nó, bản chất con người là tổng hòa những quan hệ xã hội”.²⁴ Trong khi đó, Rawls viết: “Ý tưởng về một xã hội được tổ chức tốt, tức là một xã hội được điều chỉnh hiệu quả bởi một quan niệm công khai về công lý”.²⁵ Đối với Rawls, chính con người và công lý cho con người là cơ sở duy nhất để điều chỉnh các quan hệ xã hội.

Thứ hai, quan điểm con người là công dân mặc dù có những ưu điểm nhất định nhưng đã xuất hiện những yếu tố có tính lạc hậu, không phù hợp với quá trình đa dạng hóa, quốc tế hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam hiện nay. Các bản Hiến pháp của Việt Nam từ năm 1946 đến năm 2013 đều xác nhận quyền công dân và xem công dân như chủ thể của xã hội. Tuy nhiên, Hiến pháp năm 2013 của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, đã phân biệt khái niệm “quyền con người” và “công dân” và xem chúng như hai chủ thể khác nhau, hướng đến một xã hội dân chủ, công bằng thật sự. Trong giai đoạn hiện nay, Việt Nam tham gia ngày càng sâu rộng vào thương mại quốc tế, cũng như tham gia đầy đủ các công ước quốc tế về quyền con người, nên khái niệm “con người” và “quyền con người” trong Hiến pháp và pháp luật thể hiện tính khách quan trong xu thế hội nhập toàn cầu, tạo dựng niềm tin đối với các nhà đầu tư nước ngoài, đảm bảo các quyền bất khả xâm phạm, không phân biệt đối xử cho mọi cá nhân trên lãnh thổ Việt Nam, phù hợp với luật pháp quốc tế.

Thứ ba, Rawls bỏ qua vai trò của nhà nước, tập thể và xã hội trong xây dựng các nguyên tắc của tự do và công bằng. Để đảm bảo các giá trị tối thiểu của con người, trong đó có công lý và công bằng cho tất cả mọi người, không thể thiếu các vai trò của nhà nước, tập thể và các tổ chức chính trị xã hội. Rawls có đề cập đối tượng yếu thế trong xã hội, yêu cầu bảo vệ những người yếu thế nhưng lại cho rằng mỗi công dân cần phải đạt được tiêu chuẩn “tự ý thức về công lý”, “tự ý thức về cái thiện”, đây là điều không thể thực hiện trong xã hội gồm nhiều người với nhiều điều kiện sống, giáo dục khác nhau. Chủ tịch Hồ Chí Minh cho rằng phải: “làm sao cho nhân dân biết hưởng quyền dân chủ, biết dùng quyền dân chủ của mình, dám nói, dám làm”²⁶

22 John Rawls, *tlđđ* (8), tr. 5.

23 C.Mác và Ph.Ăngghen, *Toàn tập, Tập 27*, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 1996, tr. 657.

24 C.Mác và Ph.Ăngghen, *Toàn tập, Tập 3*, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 1995, tr. 11.

25 John Rawls, *tlđđ* (8), tr. 5.

26 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 15*, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 2011, tr. 293.

và đó cũng là vai trò, trách nhiệm quan trọng của nhà nước nhằm đảm bảo công bằng cho tất cả mọi người. Do đó, chủ tịch Hồ Chí Minh nêu vấn đề cấp bách sau cách mạng tháng Tám là “phải có một hiến pháp dân chủ” và “đề nghị Chính phủ tổ chức càng sớm càng hay cuộc Tổng tuyển cử với chế độ phổ thông đầu phiếu”²⁷ để có thể nhanh chóng xây dựng hệ thống pháp luật, chính sách, đảm bảo tự do, công bằng cho mọi người dân trong xã hội. Đồng thời, nhà nước bằng các công cụ của mình, cũng là cơ quan đảm bảo tất cả mọi người bình đẳng, được đối xử công bằng trong xã hội. Bên cạnh đó, các tổ chức chính trị - xã hội, quần chúng nhân dân sẽ đảm nhận vai trò xây dựng, truyền bá, nâng cao nhận thức, giáo dục, các chuẩn mực đạo đức, pháp luật phù hợp với thực tiễn xã hội, trong những không gian và thời gian cụ thể, khuyến khích chống lại mọi hình thức phân biệt đối xử và kỳ thị. Tóm lại, kiến tạo các nguyên tắc tự do và công bằng là kết quả của nỗ lực liên kết giữa Nhà nước, cộng đồng và xã hội. Nhà nước định hình luật pháp và bảo hộ quyền tự do; cộng đồng nuôi dưỡng chuẩn mực đạo đức; xã hội tạo lập không gian dân chủ và khơi dậy tinh thần tham dự. Chỉ khi ba chủ thể này tương tác hài hòa, tự do và công bằng mới thật sự tồn tại trong một xã hội văn minh.

2.2.2. Giá trị hiện thời của các quan điểm về con người của Rawls

Bên cạnh những hạn chế, sự khác biệt do bối cảnh xã hội dân chủ tự do phương Tây và nền tảng tư tưởng triết học – chính trị, tư tưởng về con người của Rawls vẫn mang nhiều giá trị thiết thực, quan trọng đối với quá trình xây dựng con người mới – con người xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay.

Thứ nhất, quan điểm về con người là công dân tự do, bình đẳng và được đối xử công bằng trên tất cả các lĩnh vực bao gồm cơ hội phát triển bản thân là nguồn cảm hứng, cơ sở lý luận cho việc tiếp tục khẳng định và làm phong phú hơn nội hàm khái niệm “con người mới” của Đảng Cộng sản và nhà nước xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội (Cương lĩnh năm 1991) của Đảng đã khẳng định:

“Phương hướng lớn của chính sách xã hội là: phát huy nhân tố con người trên cơ sở đảm bảo công bằng, bình đẳng về nghĩa vụ và quyền lợi công dân, kết hợp tốt tăng trưởng kinh tế với tiến bộ xã hội, giữa đời sống vật chất và đời sống tinh thần, giữa đáp ứng các nhu cầu trước mắt với chăm lo lợi ích lâu dài, giữa cá nhân với tập thể và cộng đồng xã hội”.

Các giá trị của tự do và bình đẳng luôn và đã trở thành “hệ giá trị quốc gia” của Việt Nam. Trong đó, các quan điểm về con người là công dân tự do của Rawls tiếp tục khẳng định quan điểm xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, tự do, sáng tạo; quan điểm con người là những công dân có khả năng tự ý thức về công lý, tự ý thức về cái thiện củng cố niềm tin của mỗi cá nhân trong xây dựng chủ nghĩa xã hội, phù hợp với quan điểm “lấy dân làm gốc” trong tư tưởng chính trị của Việt Nam hiện nay. Đồng thời, quan điểm này cũng khẳng định tầm quan trọng của giáo dục con người, hình thành những công dân có trách nhiệm đối với xây dựng mục tiêu công bằng đã được xác định trong Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ (bổ sung sửa đổi năm 2011) với những đặc trưng cơ bản của chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam là “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. Đối với Rawls,

27 Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Tập 4, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 2011, tr. 7.

“công lý như công bằng” và có được thông qua những thỏa thuận xã hội có thể được xem như những gợi mở trong việc tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật, đặt con người vào trung tâm và các bất bình đẳng chỉ được chấp nhận khi mang lại lợi ích cho nhóm yếu thế trong xã hội, làm cho mọi người đều có điều kiện, cơ hội tiếp cận giáo dục, y tế, việc làm một cách công bằng, thực hiện thành công chiến lược xóa đói giảm nghèo ở Việt Nam hiện nay. Cách tiếp cận con người ở góc độ là công dân bình đẳng và tự do cũng gợi ý cho những hệ thống pháp luật mang lại sự cân bằng nhất định giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội, không vì lợi ích xã hội mà hy sinh lợi ích cá nhân và ngược lại, tạo điều kiện cho sự phát triển hài hòa, tiến bộ xã hội trên nguyên tắc bình đẳng và công bằng.

Thứ hai, quan điểm về con người trong triết học của Rawls thể hiện tính nhân văn trong đề cao con người, bảo vệ con người. Nguyên tắc tự do của Rawls nhắc nhở về tầm quan trọng của việc bảo vệ các quyền con người cơ bản, như quyền tự do ngôn luận, tự do tín ngưỡng, hội họp... xem các quyền cơ bản của con người là bất khả xâm phạm và ưu tiên. Hiện nay, Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam đang tiếp tục hoàn thiện các cơ chế thực thi để không chỉ những quyền của con người mà Rawls đã nêu ra mà cả những quyền khác, mang đặc trưng của bản sắc văn hóa dân tộc không chỉ tồn tại trên văn bản mà trở thành thực tế sống động trong đời sống xã hội. Đây là một tiến trình tất yếu trong quá trình xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa – nơi pháp luật được hiểu không đơn thuần là công cụ quản lý, mà là không gian chung để tự do, công bằng và nhân phẩm được bảo đảm cho mọi người.

Thứ ba, quan điểm về con người gắn liền với khái niệm công dân tự do, bình đẳng và công bằng giúp làm sáng tỏ hơn khái niệm dân chủ ở Việt Nam, cũng như giải quyết mối quan hệ biện chứng giữa yêu cầu ổn định xã hội và dân chủ. Dân chủ ở Việt Nam là một khái niệm mang tính lịch sử - xã hội, gắn chặt với đặc điểm kinh tế, chính trị và các giá trị văn hóa, phong tục tập quán, thói quen của người Việt. Trong quá trình xây dựng nền dân chủ xã hội chủ nghĩa, với quan điểm “dân chủ là dân là chủ và dân làm chủ” và “địa vị cao nhất là dân, vì dân là chủ”²⁸ và nhà nước “đại diện cho quyền làm chủ của nhân dân; đồng thời là người tổ chức thực hiện đường lối của Đảng; có cơ chế để nhân dân thực hiện quyền làm chủ trực tiếp và dân chủ đại diện trên các lĩnh vực của đời sống xã hội, tham gia quản lý xã hội”²⁹ nhằm thực hiện mục tiêu “dân chủ, công bằng, văn minh”. Do đó, dân chủ ở Việt Nam được thực thi hướng đến tất cả mọi người dân trong xã hội với vai trò tổ chức của nhà nước, đảm bảo quyền lực thực sự thuộc về nhân dân. Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định: “Dân chủ là bản chất của chế độ xã hội chủ nghĩa mà Việt Nam xây dựng, là mục tiêu, động lực của sự phát triển xã hội, của tiến bộ xã hội”,³⁰ dân chủ ở Việt Nam được đảm bảo thông qua thực hiện các cam kết, thỏa thuận về quyền của công dân, quyền con người được ghi nhận trong hiến pháp và pháp luật; mỗi người dân Việt Nam thực hành dân chủ bằng cách tuân thủ pháp luật, qua đó đảm bảo sự ổn định chung, duy trì trật tự xã hội, ngăn chặn hành vi không phù hợp pháp luật, phá hoại cuộc sống bình yên của nhân dân.

28 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 7*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2011, tr. 434.

29 Nguyễn Phú Trọng, *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2022, tr. 28.

30 Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 15*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2011, tr. 325.

Kết luận

Trong bối cảnh hiện nay, việc nghiên cứu, tìm ra các giá trị tương đồng giữa các tư tưởng của các học giả phương Tây với Chủ nghĩa Marx-Lenin, Tư tưởng Hồ Chí Minh và đường lối, chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam có ý nghĩa rất thiết thực trong việc tiếp tục khẳng định tính đúng đắn, khoa học, cách mạng, nhân văn... của nền tảng tư tưởng mà Đảng và nhân dân Việt Nam đã lựa chọn. Có thể thấy quan điểm về con người của Rawls tập trung lý giải con người tồn tại trong một xã hội dân chủ cụ thể - xã hội dân chủ Âu Mỹ. Do đó, khái niệm “con người” đã được Rawls xem như là “công dân” khi tự bản thân đáp ứng được các giá trị chung của xã hội là tự do và bình đẳng. Tư tưởng về con người của Rawls có những hạn chế có tính thời đại, trong đó chưa khái quát được thành khái niệm “công dân toàn cầu” mà chỉ bó hẹp trong một xã hội dân chủ nhất định. Bỏ qua những hạn chế đó, tư tưởng về con người của Rawls đã bổ sung thêm nguồn cơ sở lý luận quan trọng trong việc xây dựng con người mới – con người xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam. Đặc biệt, quan điểm về con người như một công dân tự do và bình đẳng đã làm phong phú thêm các giá trị tư tưởng về một xã hội thượng tôn pháp luật, lấy tự do của một người làm cơ sở cho tự do của tất cả mọi người ở Việt Nam hiện nay. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] C.Mác và Ph. Ăngghen, *Toàn tập, Tập 1*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2002 [trans: Karl Marx and Friedrich Engels, *Collected Works, Volume 1*, National Political Publishing House – Truth, 2002]
- [2] C.Mác và Ph. Ăngghen, *Toàn tập, Tập 3*, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 1995 [trans: Karl Marx and Friedrich Engels, *Collected Works, Volume 3*, National Political Publishing House – Truth, 1995]
- [3] C.Mác và Ph. Ăngghen, *Toàn tập, Tập 27*, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 1996 [trans: Karl Marx and Friedrich Engels, *Collected Works, Volume 27*, National Political Publishing House – Truth, 1996]
- [4] Mary L. Dudziak, *Cold war civil rights - Race and the image of American democracy*, Nxb. Princeton University Press, 2000
- [5] Andrew Koppelman, “Rawls, inequality, and welfare-state capitalism”, *American Journal of Law and Equality*, 2023
- [6] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 15*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Collected Works, Volume 15*, National Political Publishing House – Truth, 2011]
- [7] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 4*, Nxb. Chính trị quốc gia – Sự thật, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Collected Works, Volume 4*, National Political Publishing House – Truth, 2011]
- [8] Hồ Chí Minh, *Toàn tập, Tập 7*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2011 [trans: Ho Chi Minh, *Collected Works, Volume 7*, National Political Publishing House – Truth, 2011]
- [9] Thoms Pogge, *John Rawls: His life and theory of justice*, New York Oxford University Press, 2007
- [10] John Rawls, *Justice as fairness - A restatement*, edited by Erin Kelly, Cambridge, Massachusetts, Harvard university press, 2001
- [11] John Rawls, *Political Liberalism*, Nxb. Columbia University press, 1996
- [12] Arthur Ripstein, “Private order and public justice: Kant and Rawls”, *Virginia Law Review*, Vol. 92(7), 2006
- [13] Nguyễn Phú Trọng, *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2022 [trans: Nguyen Phu Trong, *Some theoretical and practical issues on socialism and the path toward socialism in Vietnam*, National Political Publishing House – Truth, 2022]

KINH TẾ HỌC PHẬT GIÁO TRONG BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG: KINH NGHIỆM TỪ VIỆT NAM

TS ĐẶNG TRUNG KIÊN

Khoa Kinh doanh & Logistics, Trường ĐH Kinh tế và Quản trị kinh doanh, ĐH Thái Nguyên
Faculty of Business & Logistics, University of Economics and Business Administration,
Thai Nguyen University
Email: dtkien@tueba.edu.vn

TS TRẦN THỊ THUY LINH

Khoa Ngân hàng tài chính, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên
Faculty of Banking and Finance, University of Economics and Business Administration,
Thai Nguyen University
Email: linhhtt@tueba.edu.vn

Tóm tắt

Phật giáo với hơn 500 triệu tín đồ toàn cầu mang lại nền tảng đạo đức và triết học có thể mở rộng sang lĩnh vực kinh tế. Kinh tế học Phật giáo không phải là một trường phái chính thống mà là tập hợp quan điểm định hướng chính sách và thực tiễn kinh tế theo các giá trị từ bi, tiết độ và sinh kế chân chính. Trọng tâm của nó là phúc lợi con người, bền vững và đạo đức thay vì chủ nghĩa đa hóa lợi ích vật chất. Khác với mục tiêu tăng trưởng vô hạn của kinh tế học truyền thống, cách tiếp cận này nhấn mạnh “con đường trung đạo” để tránh cả chủ nghĩa vật chất cực đoan lẫn trì trệ phát triển. Các nguyên tắc Phật giáo có thể định hướng chính sách công về phát triển bền vững, phúc lợi xã hội, đạo đức kinh doanh và quản trị. Ở Việt Nam, dù Nhà nước là nhà nước thế tục, truyền thống Phật giáo vẫn góp phần định hình thái độ xã hội và diễn ngôn chính sách liên quan đến phát triển và phúc lợi.

Từ khóa: con đường trung đạo, đạo đức kinh doanh, kinh tế học Phật giáo, phát triển bền vững, phúc lợi xã hội

Abstract

Buddhism, with over 500 million followers worldwide, provides an ethical and philosophical foundation that can extend into the economic sphere. Buddhist economics is not a formal school of thought but rather a set of perspectives guiding policies and practices in line with values of compassion, moderation, and right livelihood. Its focus lies on human well-being, sustainability, and ethics rather than the sole pursuit of material gain. Unlike the pursuit of unlimited growth and profit maximization in mainstream economics, this approach emphasizes the “middle way,” seeking to avoid both excessive materialism and developmental stagnation. Core Buddhist principles can guide public policy in areas such as sustainable development, social welfare, business ethics, and governance. In Vietnam, although the state is formally secular, Buddhist traditions continue to shape social attitudes and policy discourse related to development and welfare.

Keywords: middle way, business ethics, buddhist economics, sustainable development, social welfare
Ngày nhận bài: 28/10/2025 **Ngày duyệt đăng:** 13/11/2025

Bài viết hướng tới mục tiêu làm rõ những nguyên tắc cốt lõi của kinh tế học Phật giáo và chỉ ra cách các nguyên tắc này có thể định hướng chính sách phát triển bền vững, phúc lợi xã hội, đạo đức kinh doanh và quản trị. Trong khuôn khổ nghiên cứu, chúng tôi chủ yếu sử dụng phương pháp phân tích - tổng hợp tài liệu và phân tích chính sách định tính. Trong đó, chúng tôi tập trung vào một số kinh nghiệm tiêu biểu của các quốc gia Á châu chịu ảnh hưởng sâu của Phật giáo, đặc biệt là Bhutan, Thái Lan và Việt Nam, trong giai đoạn đương đại, trên cơ sở phân tích, tổng hợp các tài liệu thứ cấp, văn kiện chính sách và công trình nghiên cứu liên quan. Bài viết tìm kiếm câu trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu sau: (i) Các nguyên

tác then chốt của kinh tế học Phật giáo là gì và khác biệt như thế nào so với kinh tế học chính thống? (ii) Những nguyên tắc này đã được thể chế hóa ra sao trong các khung chính sách cụ thể như Chi số hạnh phúc quốc gia (Bhutan), Triết lý kinh tế đủ dùng (Thái Lan) và thực tiễn chính sách ở Việt Nam? (iii) Từ các kinh nghiệm đó, có thể rút ra những hàm ý chính sách nào nhằm tăng cường tính bền vững, công bằng và đạo đức trong phát triển tại Việt Nam? Bài viết không sử dụng điều tra định lượng hay phỏng vấn sâu; các kết luận mang tính tổng thuật, định hướng và gợi mở cho các nghiên cứu thực nghiệm tiếp theo.

1. Nguyên tắc của kinh tế học Phật giáo

Về cốt lõi, kinh tế học Phật giáo nhìn nhận nền kinh tế thông qua lăng kính tinh thần và đạo đức. Đây là “một cách tiếp cận mang tính tinh thần và triết học” xem xét tâm lý của ham muốn và khổ đau trong đời sống kinh tế.¹ Một đặc điểm nền tảng là tính tương duyên: Phật giáo dạy rằng mọi chúng sinh đều có sự kết nối với nhau và với thiên nhiên, do đó hoạt động kinh tế phải tôn trọng những mối quan hệ này. Điều này trái ngược với giả định về các cá nhân biệt lập, chỉ hành động vì lợi ích riêng trong kinh tế học truyền thống. Thay vào đó, kinh tế học Phật giáo đặt ra câu hỏi: Làm thế nào để các thực tiễn kinh tế có thể giảm *dukkha* (khổ đau) và thúc đẩy *sukha* (hạnh phúc đích thực)?

Một trụ cột của kinh tế học Phật giáo là sự tiết độ. Lấy cảm hứng từ con đường Trung đạo của Đức Phật, kinh tế học Phật giáo cho rằng “con đường trung dung như một nguyên tắc bao trùm” là chìa khóa.² Thay vì theo đuổi sự dư thừa vật chất, cá nhân và xã hội nên thỏa mãn nhu cầu một cách hợp lý mà không tạo ra những ham muốn mới. Nhà kinh tế E.F. Schumacher, trong tiểu luận nổi tiếng năm 1966 “Buddhist Economics”, lập luận rằng tăng trưởng quá mức và tiêu dùng thái quá gây cạn kiệt môi trường và làm giảm hạnh phúc. Do đó, kinh tế học Phật giáo “khuyến khích không nên nhân lên mà nên giảm lược các ham muốn của con người”.³ Bằng cách kiềm chế dục vọng vô hạn và thay vào đó nuôi dưỡng sự mãn nguyện, chính sách có thể giảm khai thác tài nguyên quá mức và hạn chế bất bình đẳng.

Một khái niệm trung tâm khác là Sinh kế chân chính (Chánh mạng - *Sammā-ājīva*), một yếu tố trong Bát Chánh Đạo của Đức Phật. Sinh kế chân chính nghĩa là mưu sinh mà không gây hại cho người khác. Trong thực tiễn, điều này ngụ ý định hướng các hoạt động kinh tế tránh xa những ngành nghề bóc lột hoặc phi đạo đức. Theo Holmes¹ giải thích, sinh kế chân chính “tạo nền tảng cho kinh tế học Phật giáo, với mục tiêu là phát triển sự trong sạch về đạo đức, thoát khỏi thiếu thốn, sống đơn giản và không gây hại”. Hệ quả thực tiễn là một số ngành nghề (ví dụ: sản xuất vũ khí, công nghiệp gây ô nhiễm nặng, hay buôn người) sẽ bị hạn chế hoặc cấm trong một nền kinh tế được định hướng bởi Phật giáo. Các nhà hoạch định chính sách theo quan điểm này có thể, chẳng hạn, điều chỉnh ngành nghề theo tiêu chí đạo đức và ưu tiên những việc làm góp phần vào sự hưng thịnh của con người.

1 David Dale Holmes, “Buddhism and economics”, *Buddhistdoor Global*, 2020, <https://www.buddhistdoor.net/features/buddhism-and-economics/>, truy cập ngày 19/08/2025.

2 Ernst Friedrich Schumacher, *Small is beautiful: Economics as if people mattered*, Harper & Row Publishing, 1973.

3 Karam Tej Singh Sarao, *Buddhist approach to responsible consumption and sustainable development*, [Conference paper], 2019.

Lòng từ bi và tinh thần bất hại (*ahimsa*) cũng là những giá trị Phật giáo có liên quan mật thiết đến kinh tế. Phật giáo dạy rằng tham lam và ích kỷ dẫn đến khổ đau cho bản thân và người khác. Ngược lại, một nền kinh tế từ bi hướng đến việc giảm bớt đau khổ – cho con người, động vật và môi trường. Học giả Neville Karunatilake nhận định rằng kinh tế học Phật giáo hình dung một xã hội hợp tác, hài hòa, nơi mà “tính ích kỷ và ham muốn chiếm hữu phải được loại bỏ” thông qua sự phát triển của con người. Trong bối cảnh chính sách, điều này có thể được thể hiện bằng việc nhấn mạnh hơn đến hỗ trợ xã hội, bảo vệ môi trường và đối xử công bằng với người lao động – nhằm hướng tới “thịnh vượng chung” và “giảm thiểu khổ đau cho người lao động, khách hàng và xã hội”.⁴ Tóm lại, kinh tế học Phật giáo khuyến khích các chính sách thúc đẩy sự kết nối, giảm bớt dục vọng thái quá và đặt lòng từ bi làm trung tâm. Những nguyên tắc này đối lập với các chính sách chỉ chú trọng tăng trưởng, thay vào đó gợi ý rằng phát triển vật chất phải được cân bằng với hạnh phúc đạo đức và tinh thần.

2. Kinh tế học Phật giáo và phát triển bền vững

Phát triển bền vững – đáp ứng nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai – có sự cộng hưởng sâu sắc với tư tưởng Phật giáo. Bằng cách nhấn mạnh tính vô thường và tương duyên, Phật giáo tự nhiên kêu gọi việc chăm sóc môi trường và tiết chế trong tiêu dùng. Đức Phật dạy rằng mọi hành động đều có hệ quả, và việc khai thác thiên nhiên quá mức cuối cùng sẽ dẫn đến khổ đau cho tất cả chúng sinh. Do đó, các cộng đồng Phật giáo thường đi đầu trong việc bảo vệ môi trường.

Về mặt lý thuyết, kinh tế học Phật giáo định nghĩa phát triển bền vững như sự cân bằng giữa tiến bộ vật chất và tiến bộ tinh thần. Một học giả Phật giáo Việt Nam giải thích rằng “phát triển kinh tế bền vững là sự phát triển mà trong đó cả khía cạnh vật chất và khía cạnh tinh thần đều phải được coi trọng như nhau”.⁵ Trên thực tế, điều này có nghĩa là tăng trưởng kinh tế không được diễn ra bằng cái giá của văn hóa, sinh thái hay sức khỏe cộng đồng. Nó cũng hàm ý việc coi trọng chất lượng cuộc sống (chẳng hạn như sự hài hòa cộng đồng và sức sống sinh thái) hơn là những gia tăng đơn thuần về thu nhập hoặc sản lượng.

Trên bình diện toàn cầu, quan điểm này đã truyền cảm hứng cho nhiều khuôn khổ chính sách đổi mới. Một ví dụ nổi tiếng là Chỉ số hạnh phúc quốc gia (*Gross national happiness*, GNH) của Bhutan. Như một phân tích cho thấy, khuôn khổ GNH – được đưa ra từ năm 1972 – được thiết kế nhằm đối trọng với các tác động tiêu cực của tăng trưởng thiếu kiểm soát đối với xã hội và môi trường.⁶ Bộ chỉ số GNH được xây dựng trên 9 lĩnh vực và hàng chục chỉ báo cụ thể (sức khỏe, giáo dục, sinh thái, sức sống cộng đồng, quản trị...), sử dụng dữ liệu điều tra đại diện toàn quốc và được gắn trực tiếp với công cụ “sàng lọc GNH” khi phê duyệt chính sách

4 David Dale Holmes, *ltd.*

5 Nguyen Ngoc Duy Khanh, *Buddhist approach to economic sustainable development*, UNDV 2019 Vietnam Subtheme Proceedings, 2019

6 Maria Carrasco Rey, “Bhutan’s Gross National Happiness framework implements a holistic approach to progress and well-being”, *Pathfinders*, 2023, <https://www.sdg16.plus/policies/bhutans-gross-national-happiness-framework-implements-a-holistic-approach-to-progress-and-well-being/>, truy cập ngày truy cập ngày 12/05/2025.

mới.⁷ Theo đó bộ chỉ số này đánh giá sự tiến bộ bằng nhiều chỉ số (sinh thái, văn hóa, sức khỏe tinh thần...) thay vì chỉ dựa vào tổng sản phẩm quốc nội (*gross domestic product*, GDP). Chỉ số GNH dựa trên “các giá trị văn hóa Bhutan và niềm tin Phật giáo về ý nghĩa của hạnh phúc và phúc lợi”. Mọi chính sách của chính phủ Bhutan đều phải được sàng lọc về tác động đối với các chỉ số toàn diện này. Carrasco² nhận xét, Bhutan quy định rằng tất cả các chính sách công đều phải được đánh giá bằng công cụ “sàng lọc GNH” để xác định ảnh hưởng của chúng đối với hạnh phúc của công dân. Nói ngắn gọn, mô hình quản trị của Bhutan đã tích hợp rõ rệt các thước đo lấy cảm hứng từ Phật giáo: tính bền vững, công bằng, sức sống cộng đồng và cả yếu tố tinh thần.

Một ví dụ khác là Triết lý kinh tế đủ dùng (*Sufficiency economy philosophy*, SEP) của Thái Lan, được Vua Bhumibol Adulyadej khởi xướng. Học thuyết chính sách này (đặc biệt được nhấn mạnh sau khủng hoảng tài chính 1997) được xây dựng rõ ràng dựa trên triết lý Trung đạo của Phật giáo. Nó nhấn mạnh ba thành tố - sự tiết độ, tính hợp lý và sự thận trọng - với “con đường trung đạo” định hướng cho các quyết định từ cấp hộ gia đình đến chính phủ. Báo cáo của Chương trình Phát triển của Liên hợp quốc (*United Nations Development Programme*, UNDP) chỉ ra Thái Lan giảm mạnh tỷ lệ nghèo (từ khoảng 38% năm 1990 xuống 11% năm 2004) đồng thời cải thiện chỉ số phát triển con người, được gắn với định hướng “tự cường, tiết độ” của SEP.⁸ Oxford Business Group mô tả rằng cách tiếp cận này của Thái Lan tương phản với các mô hình tối đa hóa lợi nhuận ngắn hạn: nó định nghĩa thành công bằng khả năng tự cường và khả năng chống chịu dài hạn, chứ không phải tăng trưởng GDP nhanh chóng.⁹ Đặc biệt, triết lý này kêu gọi các doanh nghiệp và quan chức cân nhắc tác động đến tất cả các bên liên quan: người lao động, cộng đồng và môi trường, bên cạnh cổ đông. Trong thực tiễn, các chính sách của Thái Lan chịu ảnh hưởng của triết lý này bao gồm các chương trình tự cung tự cấp ở nông thôn, bảo tồn sinh thái và chuẩn bị ứng phó thiên tai, phản ánh giá trị Phật giáo về sự cân bằng và quan tâm đến cộng đồng. Nhiều phân tích học thuật xem triết lý kinh tế đủ dùng như một đóng góp cho lý thuyết phát triển, nhấn mạnh ba nguyên tắc “tiết độ – hợp lý – tự cường” trong quản trị rủi ro và phát triển bền vững.¹⁰

Gần hơn với Việt Nam, các cộng đồng Phật giáo đang tích cực đóng góp vào phát triển bền vững. Hiện nay, tại Việt Nam, nhiều ngôi chùa và tổ chức Phật giáo thúc đẩy bảo vệ môi trường. Ví dụ, các bài giảng tại chùa thường khuyến khích phân loại rác, giảm nhựa, trồng cây và xây dựng các cộng đồng “xanh – sạch”.¹¹ Nhiều

7 Karma Ura, Sabina Alkire, Tshoki Zangmo and Karma Wangdi, *An extensive analysis of GNH Index*, The Centre for Bhutan Studies Publishing, 2012; OECD, *Bhutan's Gross National Happiness (GNH) Index*. Paris: OECD Publishing, 2024.

8 United Nations Development Programme, *Thailand Human Development Report 2007: Sufficiency Economy and Human Development*. Bangkok: UNDP, 2007.

9 Oxford Business Group., *Thailand applies sufficiency economy philosophy to promote sustainable development*, In Asia Business Review: Thailand 2016 Report, 2016.

10 Prasopchoke Mongsawad, “The philosophy of sufficiency economy: A contribution to the theory of development”, *Asia-Pacific Development Journal*, United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP), Vol. 17(1), 2010, tr. 123-143.

11 Nguyen Van Thanh, Nguyen Thuy Thom, “The roles of Buddhism in environmental protection in Vietnam these days”, *ISRG Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, Vol. 6(4), 2024, DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13901714>

khảo sát gần đây cho thấy phần lớn Phật tử Việt Nam từng được truyền giảng về trách nhiệm bảo vệ môi trường tại chùa. Trên thực tế, nhiều chùa còn tổ chức chương trình tái chế (bán phế liệu để làm từ thiện), và Phật tử được khuyến khích thực hành “sống xanh, sống tốt, tu tập tôn giáo” thông qua việc chăm sóc thiên nhiên. Một số nghiên cứu về tôn giáo và phát triển bền vững tại Việt Nam cho thấy các cộng đồng tôn giáo, đặc biệt là Phật giáo, ngày càng đóng vai trò tích cực trong các hoạt động trồng cây, giảm rác thải nhựa, hỗ trợ cộng đồng dễ bị tổn thương trước biến đổi khí hậu.¹² Tóm lại, trong các xã hội Phật giáo, đạo đức phát triển bền vững định hình cả hành vi ở cấp cơ sở và chính sách ở cấp cao hơn. Chủ đề chung rất rõ: phát triển bền vững không chỉ được hiểu là tăng trưởng kinh tế, mà là sự hài hòa giữa nhu cầu con người và sức khỏe của hành tinh – một cách hiểu bắt nguồn từ tinh thần tương duyên và lòng từ bi trong Phật giáo.

3. Kinh tế học Phật giáo và phúc lợi xã hội

Tư tưởng Phật giáo đặt trọng tâm lớn vào việc giảm khổ đau và chăm sóc những người thiếu thốn, điều này có thể được chuyển hóa thành các mục tiêu phúc lợi xã hội mạnh mẽ. Đức hạnh bố thí (*dāna*) và lý tưởng về một xã hội từ bi gợi ý rằng chính sách công nên bảo đảm các nhu cầu cơ bản được đáp ứng và giảm bất bình đẳng. Mục tiêu không chỉ là nâng cao mức giàu có trung bình, mà còn chia sẻ phúc lợi một cách rộng rãi và bảo vệ những người dễ bị tổn thương.

Công trình gần đây của Brown minh họa rõ định hướng này. Bà lập luận rằng một nền kinh tế lấy cảm hứng từ Phật giáo phải bao gồm “các chương trình và dịch vụ xã hội” nhằm đáp ứng các nhu cầu cơ bản, để tạo ra “một nền kinh tế công bằng, bền vững với mức phúc lợi cao hơn cho người dân”.¹³ Trong khuôn khổ của Brown, các chính sách được đánh giá dựa trên mức độ chúng tạo ra sự hỗ trợ xã hội: trên thực tế, bà đã phát triển Chỉ số Chính sách thịnh vượng chia sẻ bền vững (*Sustainable shared-prosperity policy index*), xếp hạng các quốc gia theo các chính sách hỗ trợ môi trường, cấu trúc thị trường công bằng và cấp vốn cho các chương trình phúc lợi.

Về mặt triết học, Phật giáo dạy rằng sự bám chấp vào lợi ích vật chất là nguyên nhân gây ra khổ đau. Nếu chính sách kinh tế ưu tiên hạnh phúc thay vì của cải, thì tất yếu sẽ bao gồm các mạng lưới an sinh xã hội. Đạo đức Phật giáo không lên án sự giàu có tự thân, nhưng nhấn mạnh rằng của cải phải được sử dụng khôn ngoan và không làm tổn hại đến nhân phẩm. Một số diễn giả hiện đại thậm chí kêu gọi các chính sách như chăm sóc sức khỏe toàn dân, giáo dục phổ cập và xóa đói giảm nghèo như là biểu hiện của lòng từ bi. Ví dụ, một bình luận về Campuchia lưu ý rằng Phật giáo coi “phúc lợi đích thực” là bao gồm cả liêm chính đạo đức, sự trưởng thành tinh thần và hòa hợp cộng đồng, chứ không chỉ đơn thuần là của cải – từ đó ủng hộ các chính sách phát triển xã hội toàn diện.

Tại Việt Nam, mặc dù nhà nước về hình thức là thế tục, nhưng mối quan tâm Phật giáo đối với phúc lợi xã hội lại có sự cộng hưởng về mặt văn hóa. Chính phủ đã

12 Nguyễn Việt Thanh, Đỗ Thị Thanh Huyền, Nguyễn Ngọc Vô Khoa and Nguyễn Thị Quyết, “Religion and environmental stewardship in Vietnam: Faith-inspired responses to climate change and sustainable development”, *European Journal of Science and Theology*, Vol. 21(2), 2025, tr. 79-94.

13 Clair Brown, “Buddhist economics: The foundation for an equitable, sustainable, caring economy”, *Yin-Cheng Journal of Contemporary Buddhism*, Vol. 1(1), 2023, tr. 199-218, DOI: <https://doi.org/10.15239/yjcb.01.01.07>

triển khai nhiều chương trình an sinh phổ quát (bảo hiểm y tế, giáo dục, các chương trình giảm nghèo) – những biện pháp phù hợp với lý tưởng Phật giáo về việc chăm lo cho mọi công dân. Những tuyên bố trong các kỳ Đại lễ Vesak gần đây, trong đó có Vesak 2025 tại Việt Nam, đều khẳng định vai trò của Phật giáo trong củng cố phúc lợi xã hội và đoàn kết cộng đồng, qua đó phản ánh sự giao thoa giữa giá trị tôn giáo và chính sách phát triển. Nói tóm lại, mặc dù có rất ít đạo luật chính thức ở Việt Nam viện dẫn trực tiếp Phật giáo, nhưng các nguyên tắc về từ bi và bất hại rõ ràng đã củng cố lập luận cho các biện pháp phúc lợi xã hội bao trùm và sự đoàn kết cộng đồng trong diễn ngôn chính sách công.

4. Đạo đức Phật giáo trong kinh doanh và tiêu dùng

Phật giáo cũng có nhiều quan điểm về đạo đức trong hoạt động kinh doanh và mô hình tiêu dùng. Như đã đề cập, Sinh kế chân chính là một giáo lý then chốt: con người nên kiếm sống theo những cách không gây hại cho người khác. Điều này được mở rộng sang cả chính sách doanh nghiệp và chính phủ. Chẳng hạn, những thực hành doanh nghiệp liên quan đến bóc lột, tham nhũng hay gây ô nhiễm nghiêm trọng được coi là đi ngược với lý tưởng Phật giáo. Ngược lại, những quyết định kinh doanh được định hướng bởi sự trung thực, công bằng và quan tâm đến người khác sẽ phù hợp với tinh thần Phật giáo.

Nhà kinh tế E.F. Schumacher từng nhận xét rằng trong kinh tế học Phật giáo, lao động không nên chỉ được coi là một “ác cần thiết” mà cần được nhìn nhận như một cơ hội để phát triển con người. Ông nhấn mạnh rằng công việc có thể giúp mỗi cá nhân vượt qua tính ích kỷ bằng cách hợp tác trong những nhiệm vụ chung.¹⁴ Trên thực tế, đạo đức kinh doanh lấy cảm hứng từ Phật giáo thường thể hiện dưới dạng trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (*Corporate Social Responsibility, CSR*), thương mại công bằng và quản trị môi trường. Một số doanh nghiệp ở châu Á đã chủ động áp dụng các giá trị Phật giáo. Ví dụ, tại Việt Nam, một trường hợp đáng chú ý là Tổng công ty Vận tải biển Thiên Nhân, nơi các nhà quản lý từng viện dẫn đạo đức Phật giáo trong quá trình cải cách (dù còn có ý kiến tranh luận). Nói rộng hơn, các học giả Việt Nam cho rằng Phật giáo đã “góp phần hiệu quả vào việc hình thành và củng cố chuẩn mực đạo đức” trong thương mại và kinh doanh.¹⁵ Một nghiên cứu kết luận rằng “những đóng góp tích cực của Phật giáo đối với đời sống xã hội” bao gồm cả việc định hình đạo đức kinh doanh tại Việt Nam.¹⁶ Thật vậy, văn hóa kinh doanh Việt Nam thường nhấn mạnh sự tôn trọng, hòa hợp xã hội và mối quan hệ lâu dài – những giá trị phù hợp với đạo đức Phật giáo.

Ý thức bảo vệ môi trường cũng là một phần của đạo đức kinh doanh trong tư tưởng Phật giáo. Tiêu dùng chánh niệm – mua sắm với sự tỉnh thức về nhu cầu và tác động – thường xuyên được các vị thầy Phật giáo khuyến khích. Hội nghị Vesak Liên Hợp Quốc năm 2015 (tổ chức tại Thái Lan) đã nhấn mạnh trực tiếp mối liên hệ giữa tiêu dùng chánh niệm và phát triển bền vững. Dù hội nghị không phải là nguồn học thuật chính thống, nguyên tắc này lại phổ biến: ví dụ, Phật tử có thể ưa chuộng

14 David Dale Holmes, *ltd.*

15 Nguyen Thi Thu Huong, *The current role of Buddhism in building business ethics in Vietnam*, *Universum: общественные науки* (Universum: social sciences), Vol. 94(3), 2023, DOI: <https://doi.org/10.32743/UniSoc.2023.94.3.15106>

16 Nguyen Ngoc Duy Khanh, *ltd.*, 2019

những sản phẩm không liên quan đến ngược đãi động vật hay bóc lột lao động, thể hiện tinh thần giữ giới “không làm hại”. Các nhà hoạch định chính sách chịu ảnh hưởng từ kinh tế học Phật giáo có thể do đó ủng hộ các nhân sinh thái, chứng nhận kinh doanh có đạo đức hoặc đánh thuế hàng xa xỉ để khuyến khích tiết độ.

Trong bối cảnh Việt Nam, đạo đức kinh doanh Phật giáo đang được thảo luận ở cấp học thuật. Một nghiên cứu gần đây tại Việt Nam chỉ ra rằng trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường, tôn giáo đã trở thành “nguồn hỗ trợ” cho nhiều người, và các giá trị nhân văn của Phật giáo đã củng cố các chuẩn mực đạo đức tại Việt Nam.¹⁷ Hiện nay, đạo đức kinh doanh ở Việt Nam được định hình vừa bởi quy định pháp luật, vừa bởi các tiêu chuẩn đạo đức, trong đó Phật giáo được xem là yếu tố ảnh hưởng quan trọng. Ví dụ, các doanh nghiệp do Phật tử sở hữu hoặc điều hành thường nhấn mạnh hoạt động từ thiện và phúc lợi cho người lao động. Dù khó lượng hóa, nhưng sự hiện diện của diễn ngôn đạo đức Phật giáo đã góp phần hình thành kỳ vọng xã hội về tính trung thực và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh tại Việt Nam.

5. Quản trị và chính sách công theo tinh thần Phật giáo

Quản trị chịu ảnh hưởng của các nguyên tắc Phật giáo thường nhấn mạnh lãnh đạo đạo đức, quản lý tài nguyên hợp lý và sự quan tâm tới phúc lợi cộng đồng. Lý tưởng xưa về một vị vua Phật giáo (*chakravartin*) là vị quân vương trị vì vì lợi ích của tất cả chúng sinh, được dẫn dắt bởi *dharma* (chính pháp). Trong ngôn ngữ hiện đại, điều này được chuyển hóa thành hình ảnh một nhà nước được định hướng bởi lòng từ bi và sự liêm chính đạo đức.

Một xu hướng toàn cầu minh họa điều này là việc tích hợp các giá trị Phật giáo vào mục tiêu phát triển quốc gia. Chúng ta đã thấy các ví dụ như Bhutan với Chỉ số hạnh phúc quốc gia và Thái Lan với Kinh tế đủ dùng. Nhiều trường hợp khác cũng tồn tại: chẳng hạn, vị vua quá cố của Nepal từng kêu gọi mô hình “phát triển gắn liền với phẩm giá” lấy cảm hứng từ Phật giáo, và nhiều quốc gia đa số Phật tử đã đưa thiền định vào trường học để nuôi dưỡng công dân có chánh niệm. Ở cấp quốc tế, Liên hợp quốc đã tổ chức nhiều kỳ ngày Vesak tại Việt Nam và các nơi khác, thường tập trung vào những chủ đề như hòa bình, nhân quyền và phát triển bền vững.

Tại Việt Nam, Nhà nước đã tạo dựng những khuôn khổ pháp lý tôn trọng thực hành tôn giáo và thậm chí lôi cuốn các tổ chức tôn giáo tham gia các chương trình xã hội. Về mặt pháp lý, Hiến pháp năm 2013 (Điều 24) khẳng định Nhà nước tôn trọng và bảo vệ quyền tự do tín ngưỡng, tôn giáo của mọi công dân. Luật Tín ngưỡng, tôn giáo năm 2016 tiếp tục thể chế hóa nguyên tắc này, quy định chi tiết quyền, nghĩa vụ của các tổ chức tôn giáo và vai trò của chúng trong hoạt động xã hội, từ thiện. Chính sách kiên định của chính phủ, như đã công khai nhiều lần, là bảo vệ quyền tự do tín ngưỡng của công dân và hợp tác với tôn giáo trong việc phục vụ phát triển quốc gia. Ví dụ, các ngôi chùa tại Việt Nam có thể vận hành trường học, cơ sở từ thiện và phòng khám mở cửa cho tất cả mọi người, bổ sung cho dịch vụ nhà nước. Việc Việt Nam nhiều lần đăng cai ngày Vesak Liên hợp quốc (Hà Long 2008; Hà

17 Nguyen Thi Thu Huong, “The current role of Buddhism in building business ethics in Vietnam”, *Universum: общественные науки (Universum: Social sciences)*, Vol. 94(3), 2023, DOI: <https://doi.org/10.32743/UniSoc.2023.94.3.15106>

Nội 2014; Huế 2019; TP. Hồ Chí Minh 2025) phản ánh sự công nhận chính thức rằng quan điểm Phật giáo có thể định hình “đối thoại về các vấn đề toàn cầu, phòng ngừa xung đột, thúc đẩy công bằng xã hội và phát triển bền vững”.¹⁸ Kết thúc Vesak 2025, ban tổ chức nhấn mạnh vai trò của Việt Nam như một “trung tâm quan trọng của Phật giáo dẫn thân” và khẳng định rằng các giá trị nhân văn của Phật giáo hỗ trợ đạo đức và công bằng xã hội trong quản trị.¹⁹ Cụ thể, quản trị lấy cảm hứng từ Phật giáo có thể được thể hiện trong các quyết định chính sách như sau:

- Đánh giá chính sách toàn diện: Áp dụng các công cụ như “sàng lọc GNH” của Bhutan để kiểm tra liệu luật mới hay dự án có thúc đẩy phúc lợi dài hạn và không gây hại đến văn hóa hay thiên nhiên. Các cơ quan tổ chức như Bộ Kế hoạch & Đầu tư, Ủy ban Kinh tế Quốc hội có thể xây dựng lộ trình triển khai gồm (i) Xây dựng bộ chỉ số hạnh phúc quốc gia phù hợp bối cảnh Việt Nam (từ 5 - 7 nhóm tiêu chí); (ii) Áp dụng thử cho 1 - 2 chương trình quốc gia (ví dụ: Chương trình mục tiêu phát triển bền vững, nông thôn mới); (iii) Điều chỉnh định kỳ dựa trên phản hồi.

- Chống tham nhũng và đề cao liêm chính: Vì tham lam và vô minh được xem là nguồn gốc của khổ đau, đạo đức Phật giáo đòi hỏi sự trung thực từ các nhà lãnh đạo. Dù Việt Nam vẫn đối diện với tham nhũng như nhiều quốc gia khác, nhưng diễn ngôn tại Vesak 2025 đã gắn kết trực tiếp các giá trị như từ bi và thiện chí với chính sách của Đảng. Điều này thể hiện kỳ vọng rằng quan chức cần hành động vô tư, vị tha. Bộ Nội vụ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Giáo hội Phật Giáo Việt Nam có thể là các tổ chức tiên phong trong việc thúc đẩy lòng ghép chánh niệm và đạo đức công vụ trong đào tạo cán bộ với các hoạt động như: (i) Thiết kế module “Lãnh đạo có chánh niệm” trong chương trình đào tạo công chức; (ii) Tổ chức lớp bồi dưỡng thí điểm tại các tỉnh/địa phương; (iii) Đánh giá mức cải thiện đạo đức và thái độ phục vụ công dân.

- Trao quyền cho cộng đồng địa phương: Quản trị theo tinh thần Phật giáo thường tôn trọng giải pháp của cộng đồng và hoạt động từ thiện cơ sở (khái niệm “Phật giáo dẫn thân”). Ở Việt Nam, các hội Phật giáo địa phương thường hợp tác với tổ dân phố để vận hành trường học hoặc hỗ trợ cứu trợ, bổ sung chức năng nhà nước. Chính sách nhà nước có thể thúc đẩy điều này bằng cách tạo hành lang pháp lý cho hoạt động xã hội dựa vào tôn giáo.

- Định hướng phát triển vượt khỏi mục tiêu vật chất: Các lãnh đạo Việt Nam từng khẳng định rằng thành công của Đại lễ Vesak được xem như minh chứng cho sự tiến bộ cả trong “đời sống vật chất lẫn tinh thần của người dân”. Điều này hàm ý rằng giáo dục, văn hóa và đạo đức là những mục tiêu chính đáng của chính sách công.

Tổng thể, các nguyên tắc Phật giáo gợi ý rằng quản trị tốt là quản trị phục vụ phúc lợi toàn diện của con người. Một quan chức Việt Nam đã phát biểu rõ ràng: Phật giáo (và tôn giáo nói chung) đóng góp vào “phát triển kinh tế - xã hội, phúc lợi xã hội và các hoạt động nhân đạo”.²⁰ Nói cách khác, chính sách không chỉ nên tập

18 VNA, “20th UN Day of Vesak celebrations wraps up with landmark declaration”, *VietnamPlus*, 8 May 2025, [https://en.vietnamplus.vn/20th-un-day-of-vesak-celebrations-wraps-up-with-landmark-declaration-post318863.vnp#:~:text=HCM%20City%20\(VNA\)%20%E2%80%93%20The,response%20to%20pressing%20global%20challenges.,truy cập ngày 19/8/2025](https://en.vietnamplus.vn/20th-un-day-of-vesak-celebrations-wraps-up-with-landmark-declaration-post318863.vnp#:~:text=HCM%20City%20(VNA)%20%E2%80%93%20The,response%20to%20pressing%20global%20challenges.,truy cập ngày 19/8/2025).

19 Như trên.

20 Phát biểu của Phó Thủ tướng Nguyễn Hòa Bình về vai trò của tôn giáo đối với phát triển kinh tế-xã hội. Xem: *Như trên*.

trung vào xây dựng đường xá, nhà máy mà còn cần nuôi dưỡng sự hòa hợp, lòng từ bi và tính bao trùm xã hội – những khát vọng mà cả Phật tử và các nhà hoạch định chính sách đều chia sẻ.

Tuy nhiên, việc lồng ghép giá trị tôn giáo vào chính sách công cũng đặt ra một số giới hạn. Thứ nhất, trong bối cảnh nhà nước thế tục, chính sách phải bảo đảm tính trung lập tôn giáo và không thiên vị bất kỳ hệ niềm tin nào. Thứ hai, các nguyên tắc đạo đức Phật giáo, như từ bi hay tiết độ, tuy giàu ý nghĩa nhân văn, nhưng khó lượng hóa để áp dụng trực tiếp trong quá trình hoạch định và đánh giá chính sách. Thứ ba, nếu không có cơ chế giám sát minh bạch, việc viện dẫn giá trị tôn giáo có thể bị lợi dụng cho mục tiêu chính trị hoặc tuyên truyền. Do đó, cách tiếp cận phù hợp là xem kinh tế học Phật giáo như nguồn cảm hứng đạo đức và văn hóa, chứ không phải hệ chuẩn bắt buộc trong quản trị nhà nước.

6. Phật giáo tại Việt Nam: Bối cảnh văn hóa và chính sách

Ở Việt Nam, Phật giáo từ lâu đã là một ảnh hưởng văn hóa chủ đạo. Ngày nay, một bộ phận người dân Việt Nam nhận mình là Phật tử, và các biểu tượng cùng giáo lý Phật giáo thấm đẫm vào đời sống hàng ngày. Điều này khiến Việt Nam trở thành một ví dụ minh họa rõ nét về cách tư tưởng kinh tế học Phật giáo có thể được áp dụng ngay cả trong một nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hiện đại. Chính phủ Việt Nam chính thức công nhận sáu hệ phái Phật giáo và đã tích hợp các tổ chức tôn giáo vào hệ thống chính sách xã hội.²¹

Kinh nghiệm của Việt Nam cho thấy một số cách thức cụ thể mà tư duy Phật giáo giao thoa với các lĩnh vực chính sách:

- Bảo vệ môi trường:

Như đã nêu ở trên, nhiều ngôi chùa Phật giáo thường đi đầu trong các dự án môi trường cộng đồng. Giáo hội Phật giáo Việt Nam đã công khai coi việc bảo vệ môi trường là một bổn phận tôn giáo, và đôi khi các cơ quan nhà nước còn hợp tác với chùa trong các chương trình trồng cây và quản lý rác thải. Điều này cho thấy đạo đức Phật giáo về “bảo vệ sự sống” phù hợp với cam kết tăng trưởng xanh của Việt Nam.

- Cứu trợ thiên tai và công tác xã hội:

Các tổ chức Phật giáo ở Việt Nam nổi tiếng với việc huy động từ thiện trong các trận lũ lụt, đại dịch và những khủng hoảng khác.²² Các vị tăng ni thường điều phối quỹ cứu trợ và phòng khám y tế.²³ Truyền thông Việt Nam thường nhấn mạnh việc các ngôi chùa cung cấp bữa ăn miễn phí hoặc dịch vụ y tế ở những khu vực nghèo.²⁴ Những hoạt động này phản ánh giá trị từ bi (*karuṇā*) trong kinh tế học Phật giáo và đóng vai trò bổ sung cho an sinh nhà nước.

21 Điều chỉnh nội dung đoạn highlight thành: Chính phủ Việt Nam chính thức công nhận Phật giáo thông qua Giáo hội Phật giáo Việt Nam, tổ chức đại diện hợp nhất các truyền thống và hệ phái Phật giáo trong cả nước, và tạo điều kiện để các tổ chức tôn giáo tham gia vào các hoạt động xã hội, từ thiện và phát triển cộng đồng. Nguồn: Công văn 6955 /BNV-TGCP ngày 28/12/2020 của Bộ Nội vụ.

22 Thảo Tâm, “Trung ương GHPGVN ủng hộ 200 triệu đồng hỗ trợ bà con vùng bão lũ”, *Giác ngộ Online*, 2025, <https://giacngo.vn/trung-uong-ghpgvn-ung-ho-200-trieu-dong-ho-tro-ba-con-vung-bao-lu-post77869.html>, truy cập ngày 21/11/2025.

23 Ngọc Linh, “Giáo hội Phật giáo Việt Nam triển khai trên 7.000 tỷ đồng từ thiện xã hội trong nhiệm kỳ VIII”, *Ban tôn giáo chính phủ*, 2022, <https://btgcp.gov.vn/tin-trong-nuoc/giao-hoi-phat-giao-viet-nam-trien-khai-tren-7000-ty-dong-tu-thien-xa-hoi-trong-nhiem-ky-viii-post0Babkr8qyG.html>, truy cập ngày 19/08/2025.

24 Diệu Nghiêm, “Giáo hội kêu gọi cứu trợ đồng bào bị thiệt hại do lũ lụt ở miền Trung và Tây Nguyên”, *Giác Ngộ online*, 2025, <https://giacngo.vn/giao-hoi-keu-goi-cuu-tro-dong-bao-bi-thiet-hai-do-lu-lut-o-mien-trung-va-tay-nguyen-post77913.html>, truy cập ngày 24/11/2025.

- Thúc đẩy tiết độ:

Tư tưởng về sự tỉnh thức và tiết kiệm được duy trì mạnh mẽ trong văn hóa Việt Nam. Trong truyền thống Phật giáo, các giá trị như “thiểu dục tri túc” (sống biết đủ, ít ham muốn) và khuyến khích lối sống giản dị luôn gắn liền với tinh thần tiết kiệm, tránh phô trương và hạn chế lãng phí. Nhiều cơ sở Phật giáo, đặc biệt trong các dịp lễ lớn, thường nhấn mạnh thông điệp này trong hoạt động giảng dạy và hướng dẫn Phật tử. Ở tầm quản lý nhà nước, các bộ, ngành cũng triển khai những chương trình vận động tiết kiệm và chống lãng phí trong đời sống xã hội và trong khu vực công. Dù không trực tiếp xuất phát từ các giáo lý tôn giáo, các thông điệp này có sự tương đồng đáng kể với những giá trị đạo đức truyền thống của Phật giáo, phản ánh sự giao thoa giữa định hướng văn hóa và chính sách xã hội đương đại ở Việt Nam.²⁵

- Giáo dục và văn hóa:

Các giá trị Phật giáo ảnh hưởng đến chính sách giáo dục và văn hóa của Việt Nam. Đại lễ Vesak Liên hợp quốc lần thứ 20 tại Thành phố Hồ Chí Minh (2025) có nhiều phiên thảo luận về việc tích hợp chánh niệm Phật giáo vào quản trị. Rộng hơn, chương trình giáo dục Việt Nam có lồng ghép các nội dung về đạo đức và trách nhiệm xã hội, trên thực tế được xây dựng từ những khái niệm Phật giáo (và các triết lý khác) về hành vi đúng đắn.

Mặc dù pháp luật Việt Nam không viện dẫn trực tiếp Phật giáo khi hình thành chính sách kinh tế, nhưng có thể nhận thấy các lý tưởng Phật giáo có ảnh hưởng trong việc nhấn mạnh tới sự hài hòa và phúc lợi tập thể. Nhà nước Việt Nam nhiều lần nhấn mạnh vai trò của tôn giáo như một nguồn lực xã hội tích cực, kêu gọi các tổ chức tôn giáo đồng hành với dân tộc, góp phần phát triển kinh tế - xã hội, an sinh và hoạt động nhân đạo. Tóm lại, trường hợp Việt Nam minh chứng rằng ngay trong một nhà nước hiện đại, các nguyên tắc kinh tế học Phật giáo vẫn có thể định hướng tinh thần cho việc hoạch định chính sách, đưa chính sách tiến gần hơn tới tính bền vững, công bằng và đạo đức.

Kết luận

Kinh tế học Phật giáo không phải là một bản chỉ dẫn cứng nhắc, mà là một lăng kính để suy ngẫm lại các ưu tiên chính sách. Thông điệp cốt lõi của nó là tái định hình giá trị: coi trọng con người và hành tinh hơn lợi nhuận đơn thuần, nuôi dưỡng lòng từ bi và sự mãn nguyện thay vì tham lam, và nhìn nền kinh tế như một bộ phận của một hệ thống đạo đức - sinh thái rộng lớn hơn. Clair Brown đã chỉ ra, để đạt được sự thịnh vượng chung và một môi trường lành mạnh, cần một khuôn khổ kinh tế khác với các mô hình truyền thống - một khuôn khổ mà bà gọi là cách tiếp cận chính sách lấy cảm hứng từ Phật giáo. Trên thực tế, cách tiếp cận này khuyến khích các nhà hoạch định chính sách lồng ghép đạo đức và phúc lợi vào mọi lĩnh vực. Nó gợi ý những biện pháp cụ thể như: đánh giá tính bền vững cho tất cả các dự án, xây dựng mạng lưới an sinh xã hội mạnh mẽ, giám sát đạo đức trong kinh doanh, và quản trị bao trùm, lắng nghe tất cả các bên liên quan. Các ví dụ thực tế - từ Chỉ số hạnh phúc quốc gia của Bhutan, Kinh tế đủ dùng của Thái Lan, đến các dự án “xanh

25 Hà Phương, “Mùa Vu Lan 2025: Phật giáo kêu gọi sống giản dị, hạn chế phô trương”, *VOV.VN*, 2025, <https://vov.vn/van-hoa/mua-vu-lan-2025-phat-giao-keu-goi-song-gian-di-han-che-pho-truong-post1224074.vov>, truy cập ngày 10/10/2025.

hóa” của chùa chiền tại Việt Nam và các tuyên bố Vesak – cho thấy chính sách lấy cảm hứng từ Phật giáo có thể xuất hiện dưới nhiều hình thức khác nhau. Sợi chỉ đỏ xuyên suốt là mối quan tâm toàn diện tới sự thịnh vượng của con người và môi trường.

Đối với các học giả và nhà nghiên cứu toàn cầu đang tìm kiếm những mô hình kinh tế thay thế, kinh tế học Phật giáo mang lại những góc nhìn mới mẻ. Nó đặt ra câu hỏi nền tảng về ý nghĩa của tăng trưởng và cách đo lường tiến bộ. Nó thách thức giả định về tiêu dùng vô hạn và đề xuất một xã hội nơi “văn hóa quan tâm” được khắc sâu vào trong thể chế. Ngay cả trong một bối cảnh chính sách thế tục, các nguyên tắc Phật giáo như từ bi, tiết độ và tính tương duyên vẫn có thể truyền cảm hứng cho các giải pháp sáng tạo cho các vấn đề hiện đại – từ biến đổi khí hậu đến bất bình đẳng. Kinh nghiệm của Việt Nam minh chứng rằng các giá trị Phật giáo có thể định hướng những chính sách thực tiễn trong các lĩnh vực như bảo vệ môi trường và phúc lợi xã hội, ngay cả khi chúng không được luật hóa một cách chính thức. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] Clair Brown, “Buddhist economics: The foundation for an equitable, sustainable, caring economy”, *Yin-Cheng Journal of Contemporary Buddhism*, Vol. 1(1), 2023, tr. 199–218, DOI: <https://doi.org/10.15239/yjcb.01.01.07>
- [2] David Dale Holmes, “Buddhism and economics”, *Buddhistdoor Global*, 2020
- [3] Nguyen Thi Thu Huong, “The current role of Buddhism in building business ethics in Vietnam”, *Universum: общественные науки (Universum: social sciences)*, Vol. 94(3), 2023, DOI: <https://doi.org/10.32743/UniSoc.2023.94.3.15106>
- [4] Prasopchoke Mongswad, “The philosophy of sufficiency economy: A contribution to the theory of development”, *Asia-Pacific Development Journal*, United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP), Vol. 17(1), 2010
- [5] OECD, *Bhutan’s Gross National Happiness (GNH) Index*. Paris: OECD Publishing, 23 August 2024
- [6] Oxford Business Group., *Thailand applies sufficiency economy philosophy to promote sustainable development*, In Asia Business Review: Thailand 2016 Report, 2016
- [7] Maria Carrasco Rey, “Bhutan’s Gross National Happiness framework implements a holistic approach to progress and well-being”, *Pathfinders*, 2023
- [8] Karam Tej Singh Sarao, *Buddhist approach to responsible consumption and sustainable development*, [Conference paper], 2019
- [9] Ernst Friedrich Schumacher, *Small is beautiful: Economics as if people mattered*, Harper & Row Publishing, 1973
- [10] Nguyen Van Thanh, Nguyen Thuy Thom, “The roles of Buddhism in environmental protection in Vietnam these days”, *ISRG Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, Vol. 6(4), 2024, DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13901714>
- [11] Nguyễn Việt Thanh, Đỗ Thị Thanh Huyền, Nguyễn Ngọc Võ Khoa and Nguyễn Thị Quyết, “Religion and environmental stewardship in Vietnam: Faith-inspired responses to climate change and sustainable development”, *European Journal of Science and Theology*, Vol.21(2), 2025
- [12] United Nations Development Programme, *Thailand Human Development Report 2007: Sufficiency Economy and Human Development*. Bangkok: UNDP, 2007
- [13] Karma Ura, Sabina Alkire, Tshoki Zangmo and Karma Wangdi, *An extensive analysis of GNH Index*, The Centre for Bhutan Studies Publishing, 2012
- [14] VNA, “20th UN Day of Vesak celebrations wraps up with landmark declaration”, *VietnamPlus*, 8 May 2025



VỮNG TRUYỀN THỐNG - SÁNG TƯƠNG LAI

TỔNG BIÊN TẬP: GS-TS ĐỖ VĂN ĐẠI

Địa chỉ: Số 02 Nguyễn Tất Thành, Phường Xóm Chiếu, Thành phố Hồ Chí Minh

ĐT/Fax: (028) 39400989 ext. 139

Email: tapchikhxh-kt@hcmulaw.edu.vn

Website: <https://khoahocphaplyvietnam.edu.vn/>

Giấy phép: Giấy phép hoạt động tạp chí in và tạp chí điện tử số 83/GP-BVHTTDL ngày 30/7/2025 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Nơi in: Thành phố Hồ Chí Minh

Khổ in: 19cm x 26cm

Số trang: 120 trang

Kỳ hạn: 03 kỳ/năm

Giá bán: 50.000 đồng