



TẠP CHÍ

NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

ISSN 2815 - 5610

- ▶ *Ảnh hưởng của làm thêm bên ngoài tới gánh bó công việc và cân bằng công việc - cuộc sống*
- ▶ *Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và trầm cảm: Mỗi quan hệ phức tạp cùng những tác động tiềm ẩn đối với sinh viên Việt Nam*
- ▶ *Ảnh hưởng của tin giả (fake news) trên mạng xã hội đến niềm tin của công chúng về chính sách bảo hiểm xã hội*

SỐ 41
04/2025

<http://ulsa.edu.vn>

**TẠP CHÍ NGUỒN NHÂN LỰC
VÀ AN SINH XÃ HỘI**

*Journal of Human Resources and
Social Protection*



Tạp chí ra hàng tháng
Số 41 - Tháng 04/2025

TỔNG BIÊN TẬP

PGS. TS. Lê Thanh Hà

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

TS. Doãn Thị Mai Hương

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS. TS. Lê Thanh Hà

GS.TS. Trần Ngọc Anh

GS.TS. Phạm Quang Trung

GS.TS. Ngô Thăng Lợi

GS.TS. Nguyễn Hữu Minh

GS.TS. Đinh Văn Sơn

TS. Doãn Thị Mai Hương

PGS. TS. Đỗ Thị Tươi

PGS.TS. Nguyễn Trung Hải (79)

THƯ KÝ TÒA SOẠN

TS. Nguyễn Xuân Hương

Tòa soạn: số 43 Trần Duy Hưng,
phường Trung Hòa, quận Cầu Giấy,
Thành phố Hà Nội

Điện thoại: 024.35564584

Email: phongkhhtqt@ulsa.edu.vn

Giấy phép xuất bản số:

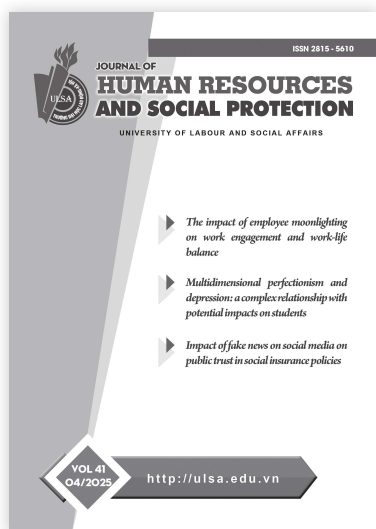
438/GP-BTTTT ngày 13 tháng 7 năm 2021

Chế bản và in tại Công ty TNHH In Vietcolor

TRONG SỐ NÀY:

- 2 *Ảnh hưởng của làm thêm bên ngoài tới gắn bó công việc và cân bằng công việc - cuộc sống*
**Trần Huy Phương, Phạm Phương Thùy,
Nguyễn Huy Độ, Nguyễn Khánh Linh,
Hoàng Quỳnh Chi**
- 16 *Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và trầm cảm: Mối quan hệ phức tạp cùng những tác động tiềm ẩn đối với sinh viên Việt Nam*
**Phạm Thị Thanh Nhân, Phạm Đỗ Mai Chi,
Bùi Thị Thanh Xuân, Nguyễn Tuyết Ngân,
Đàm Khánh Cường**
- 25 *Ảnh hưởng của tin giả (fake news) trên mạng xã hội đến niềm tin của công chúng về chính sách bảo hiểm xã hội*
Phạm Hương Trà, Lê Nguyễn Phương Thảo
- 36 *Một số yếu tố ảnh hưởng tới nhận thức của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội về người đồng tính*
Đỗ Thị Ngọc Bích
- 44 *Thực trạng kết nối nguồn lực cộng đồng trong hỗ trợ cho phụ nữ đơn thân*
**Đặng Thị Lan Anh, Chu Thị Huyền Yến,
Hà Thị Thu Hòa, Lê Thị Quyên**
- 54 *Sự sẵn sàng chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng Việt Nam: Vai trò của cảm xúc tích cực và ý định mua hàng hóa xanh*
**Vũ Hoàng Ngân, Ninh Quốc Vượng,
Ngô Thị Quỳnh Chi, Nguyễn Thị Thu Hiền,
Nguyễn Thị Thùy Trang, Trần Phương Giang**

**JOURNAL OF HUMAN
RESOURCES AND SOCIAL
PROTECTION**



Monthly Publication
Vol 41 - 04/2025

EDITOR-IN-CHIEF

Asso. Prof. Dr. Le Thanh Ha

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF

Dr. Doan Thi Mai Huong

EDITORIAL BOARD

Asso. Prof. Dr. Le Thanh Ha

Prof. Dr. Tran Ngoc Anh

Prof. Dr. Pham Quang Trung

Prof. Dr. Ngo Thang Loi

Prof. Dr. Nguyen Huu Minh

Prof. Dr. Dinh Van Son

Dr. Doan Thi Mai Huong

Asso. Prof. Dr. Do Thi Tuoi

Asso. Prof. Dr. Nguyen Trung Hai (79)

EDITORIAL SECRETARY

Dr. Nguyen Xuan Huong

Journal Office:

No.43 Tran Duy Hung Road,

Trung Hoa Ward, Cau Giay Distr., Hanoi.

Tel: +84 (0) 24 35564584

Email: phongkhhtqt@ulsa.edu.vn

Publishing License

No. 438/GP-BTTTT dated 13th July 2021

Printed at Vietcolor Ltd. Company.

TABLE OF CONTENTS:

- 2** *The impact of employee moonlighting on work engagement and work-life balance*
**Tran Huy Phuong, Pham Phuong Thuy,
Nguyen Huy Do, Nguyen Khanh Linh,
Hoang Quynh Chi**
- 16** *Multidimensional perfectionism and depression: A complex relationship with potential impacts on Vietnamese students*
**Pham Thi Thanh Nhan, Pham Do Mai Chi,
Bui Thi Thanh Xuan, Nguyen Tuyet Ngan,
Dam Khanh Cuong**
- 25** *Impact of fake news on social media on public trust in social insurance policies*
Pham Huong Tra, Le Nguyen Phuong Thao
- 36** *Factors affecting students' perceptions of homosexuality at the University of Labor and Social Affairs*
Do Thi Ngoc Bich
- 44** *The present state of connecting community resources to assist single women*
**Dang Thi Lan Anh, Chu Thi Huyen Yen,
Ha Thi Thu Hoa, Le Thi Quyen**
- 54** *Vietnamese consumers' readiness to transition to a circular economy: The role of positive emotions and green purchase intention*
**Vu Hoang Ngan, Ninh Quoc Vuong,
Ngo Thi Quynh Chi, Nguyen Thi Thu Hien,
Nguyen Thi Thuy Trang, Tran Phuong Giang**

ẢNH HƯỞNG CỦA LÀM THÊM BÊN NGOÀI TỚI GẮN BÓ CÔNG VIỆC VÀ CÂN BẰNG CÔNG VIỆC - CUỘC SỐNG

Trần Huy Phương

Đại học Kinh tế Quốc dân
phuongth@neu.edu.vn

Phạm Phương Thùy

Đại học Kinh tế Quốc dân
11215639@st.neu.edu.vn

Nguyễn Huy Độ

Đại học Kinh tế Quốc dân
nghuydo.neu@gmail.com

Nguyễn Khánh Linh

Đại học Kinh tế Quốc dân
11223557@st.neu.edu.vn

Hoàng Quỳnh Chi

Đại học Kinh tế Quốc dân
11220968@st.neu.edu.vn

Tóm tắt: Ngành Công nghệ thông tin và Truyền thông (CNTT-TT) là một lĩnh vực kinh tế mũi nhọn, đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng GDP của các quốc gia. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của ngành dẫn đến hiện tượng nhân viên làm thêm bên ngoài ngày càng phổ biến, ảnh hưởng đến sự gắn bó với công việc chính cũng như sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống. Sử dụng phương pháp phân tích dữ liệu khảo sát 444 nhân viên trong ngành CNTT-TT tại Việt Nam bằng phần mềm Smart PLS, kết quả cho thấy sự gắn bó công việc có ảnh hưởng tích cực đến sự cân bằng công việc - cuộc sống, nhưng tác động này bị suy giảm khi nhân viên tham gia làm thêm bên ngoài. Làm thêm bên ngoài không chỉ điều tiết làm giảm mức độ gắn kết với công việc chính mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến sự cân bằng công việc - cuộc sống. Phát hiện này mở rộng vai trò ảnh hưởng gián tiếp của làm thêm bên ngoài và phát triển các lý thuyết về xung đột vai trò công việc - gia đình, đồng thời cung cấp bằng chứng thực nghiệm và đề xuất các giải pháp trong bối cảnh Việt Nam.

Từ khóa: Làm thêm bên ngoài, cân bằng công việc - cuộc sống, công nghệ thông tin và truyền thông, sự gắn bó với công việc, Việt Nam

THE IMPACT OF EMPLOYEE MOONLIGHTING ON WORK ENGAGEMENT AND WORK-LIFE BALANCE

Abstract: The Information and Communication Technology (ICT) sector is a key economic driver, playing a crucial role in economic growth and labor productivity. However, the rapid development of this

industry has led to an increasing prevalence of employee moonlighting, which affects employees' work engagement and work - life balance. Using data analysis methods and surveying 444 employees in the ICT sector in Vietnam with Smart PLS software, the results indicate that work engagement positively influence work-life balance. However, this effect is significantly weakened when employees engage in employee moonlighting. Employee moonlighting not only moderates by reducing engagement with the primary job but also negatively impacts work - life balance. These findings expand the understanding of the indirect influence of employee moonlighting and advance theories on work - family role conflict while providing empirical evidence and solutions within the Vietnamese context.

Keywords: employee moonlighting, work - life balance, ICT, work engagement, Vietnam

Mã bài báo: JHS - 253

Ngày nhận bài sửa: 10/03/2025

Ngày nhận bài: 17/02/2025

Ngày duyệt đăng: 20/03/2025

Ngày nhận phản biện: 01/03/2025

1. Giới thiệu

Ngành Công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT-TT) hiện nay đang là động lực chủ chốt thúc đẩy sự phát triển kinh tế toàn cầu, đóng góp mạnh mẽ vào việc nâng cao năng suất và khả năng cạnh tranh của các quốc gia (Jorgenson & Vu, 2016). Tại Việt Nam, trong giai đoạn 2021-2022, ngành này đã đạt mức doanh thu tăng trưởng hơn 12,5%, trong khi lực lượng lao động chỉ tăng 5% (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2022), điều này phản ánh sự phát triển nhanh chóng của ngành và sự gia tăng yêu cầu về năng lực làm việc. Tuy nhiên, điều đó cũng đồng nghĩa với việc nhân sự trong ngành CNTT-TT phải đối mặt với khối lượng công việc ngày càng lớn, tạo ra mối lo ngại đáng kể về chất lượng cuộc sống của người lao động (Alang & Tri, 2022). Trước đại dịch Covid-19, làm thêm giờ là chuẩn mực văn hóa phổ biến ở nhiều quốc gia đang phát triển, bao gồm Việt Nam, với lý do tăng trưởng kinh tế nhanh chóng và áp lực cạnh tranh cao, cùng tình trạng thiếu hụt lao động (Le H. và nnk., 2020). Tuy nhiên, sau đại dịch, sự cân bằng công việc - cuộc sống (Work - Life Balance - WLB) trở thành một trong những yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự hài lòng và cam kết của nhân viên (Alang & Tri, 2022). Theo báo cáo từ Navigos Group (2023), WLB được xếp hạng là yếu tố quan trọng thứ hai, chỉ sau lương bổng, ảnh hưởng đến sự cam kết và quyết định của người lao động Việt Nam khi lựa chọn công việc. Điều này phản ánh sự thay đổi trong kỳ vọng của người lao động đối với môi trường làm việc, từ đó đặt ra thách thức đối với các doanh nghiệp trong ngành CNTT-TT trong việc đáp ứng những nhu cầu của người lao động. Cùng với sự phát triển của WLB, một xu hướng đặc trưng khác trong ngành CNTT-TT hiện nay là nhân viên không chỉ làm một công việc mà có

thể có nhiều công việc “tay trái” (Campion và nnk., 2020; George & George, 2022). Hiện tượng làm thêm bên ngoài (Employee Moonlighting - EM) ngày càng trở nên phổ biến, tạo ra những tác động kép đến sức khỏe tinh thần và hiệu suất làm việc của người lao động (Piasna và nnk., 2021). Tại Việt Nam, nghiên cứu chỉ ra rằng hiện tượng này khá phổ biến trong khu vực nhà nước, khi nhiều cán bộ công chức tham gia giảng dạy hoặc tư vấn ngoài giờ để bù đắp mức thu nhập không đủ từ công việc chính (Welch, 2010). Theo Báo cáo thị trường IT Việt Nam năm 2022 do TopDev (2022) phát hành, số lượng công việc tự do trong ngành IT đã tăng mạnh kể từ sau đại dịch Covid-19, gây áp lực lớn đến việc tuyển dụng và thu hút nhân tài của các doanh nghiệp do nhân sự ngành IT có nhiều cơ hội lựa chọn nghề nghiệp hơn, dẫn tới đòi hỏi mức lương cao hơn và gia tăng rủi ro nghỉ việc.

Trong bối cảnh đó, sự gắn bó với công việc (Work Engagement - WE) thường được xem là một yếu tố quan trọng, không chỉ giúp nâng cao hiệu suất lao động, thúc đẩy sự phát triển bền vững của doanh nghiệp (Bakker & Demerouti, 2007) mà còn tạo ảnh hưởng tích cực đến sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống của nhân viên (Wood và nnk., 2020). Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu chứng minh sự tác động tích cực của WE đối với WLB nhưng các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào yếu tố hỗ trợ như sự hỗ trợ từ đồng nghiệp và gia đình, chính sách công ty, và các yếu tố cá nhân như tính cách trong việc điều tiết mối quan hệ giữa WE và WLB (Wood, 2020; Alang & Tri, 2022). Rất ít nghiên cứu xem xét ảnh hưởng tiêu cực của các yêu cầu công việc bổ sung có thể điều tiết mối quan hệ này.

Theo lý thuyết Nguồn lực và Yêu cầu Công việc (Job Demand-Resource Model - JD-R), JD-R, yêu cầu

công việc là những khía cạnh của công việc đòi hỏi sự nỗ lực liên tục, có thể dẫn đến căng thẳng và kiệt sức, trong khi tài nguyên công việc là những yếu tố giúp nhân viên quản lý yêu cầu công việc, thúc đẩy sự gắn kết công việc và đạt được mục tiêu công việc. Yêu cầu công việc có ảnh hưởng tiêu cực lên WE, làm giảm mức độ gắn kết của nhân viên với công việc, trong khi tài nguyên công việc lại gia tăng ảnh hưởng tích cực đến WE. Cũng theo lý thuyết này, WE thường dẫn tới những tác động tích cực, vượt ngoài phạm vi công việc và ảnh hưởng trực tiếp đến hạnh phúc gia đình (Bakker và nnk., 2023; Shimazu và nnk., 2020). Điều này xảy ra do những cá nhân có WE cao trong công việc có khả năng tự tạo ra những nguồn lực cá nhân để đầu tư cho cả công việc và cuộc sống cá nhân (Bakker và nnk., 2023) ảnh hưởng trực tiếp đến WLB (Wood và nnk., 2020).

Mô hình Xung đột vai trò Công việc - Gia đình (Work - Home Role Conflict) (Greenhaus & Beutell, 1985) chỉ ra rằng, xung đột vai trò xảy ra khi yêu cầu từ các vai trò khác nhau không tương thích với nhau, gây khó khăn cho cá nhân trong việc hoàn thành các nhiệm vụ của mỗi vai trò. Mô hình Nguồn lực Công việc - Gia đình (Ten Brummelhuis & Bakker, 2012) phát triển từ các nghiên cứu trước đây về yêu cầu - nguồn lực công việc và xung đột vai trò, nhấn mạnh tài nguyên cá nhân (ví dụ như thời gian, năng lượng và tinh thần) có thể bị cạn kiệt khi các yêu cầu công việc và gia đình trở nên quá tải, dẫn đến xung đột công việc - gia đình. Những người thực hiện trách nhiệm kép trong cả công việc và gia đình thường gặp khó khăn khi chuyển đổi từ vai trò này sang vai trò khác do sự cạnh tranh về tài nguyên hạn chế (Greenhaus & Beutell, 1985), điều này có thể dẫn đến việc rời bỏ công việc (Montgomery và nnk., 2003).

Dựa trên những cơ sở lý thuyết trên, nhóm tác giả cho rằng EM là một yêu cầu công việc và đồng thời là một tác nhân gây ra một xung đột vai trò mạnh mẽ giữa công việc và gia đình. Trong nghiên cứu của chúng tôi, EM được xem là một yêu cầu công việc vì nó gia tăng khối lượng công việc và áp lực cảm xúc (Campion và nnk., 2020), gây ảnh hưởng tiêu cực tới thể chất, cảm xúc và tinh thần người lao động (Sharma & Rautela, 2024), tạo ra mệt mỏi, kiệt sức và suy giảm hiệu suất công việc chính (Campion và nnk., 2020).

Cụ thể, việc tham gia nhiều công việc đồng thời đòi hỏi nhân viên phải dành thêm nguồn lực cho công việc phụ, dẫn đến sự mất cân bằng giữa yêu cầu công việc và tài nguyên cá nhân (như thời gian và năng lượng), từ đó gây mất mát tài nguyên và căng thẳng (Ten Brummelhuis & Bakker, 2012). Hệ quả là, nhân viên sẽ không còn đủ tài nguyên để duy trì sự gắn kết với

công việc chính, làm giảm mức độ tham gia công việc (Rispel & Blaauw, 2015; Piasna và nnk., 2021). Đồng thời, áp lực từ công việc làm thêm sẽ làm tăng xung đột thời gian, căng thẳng và hành vi giữa công việc và gia đình (Greenhaus & Beutell, 1985), từ đó làm giảm chất lượng cuộc sống tổng thể của họ (Bakker và nnk., 2023; Sharma & Rautela, 2024). Như vậy, đối với những nhân viên có sự gắn bó cao với công việc chính nhưng đồng thời tham gia làm thêm bên ngoài, họ sẽ phải đối mặt với mâu thuẫn trong việc cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân, đồng thời giảm mức độ gắn kết với công việc chính. Do đó, nghiên cứu của chúng tôi đặt ra câu hỏi quan trọng: Liệu làm thêm bên ngoài có điều tiết tác động của sự gắn bó công việc tới sự cân bằng công việc - cuộc sống trở nên tiêu cực hơn không?

Một số nghiên cứu gắn EM với việc hoàn thành các mục tiêu cá nhân, chẳng hạn như tự kinh doanh và khởi nghiệp (Seema, 2019; Guariglia và Kim, 2006). Ngoài ra, EM còn mở ra cho cá nhân cơ hội khám phá các lĩnh vực việc làm mới cũng như thúc đẩy phát triển sự nghiệp và nâng cao năng lực cá nhân (Rispel và cộng sự, 2014). Trong khi một số nghiên cứu đã chỉ ra các tác động tiêu cực của EM đối với năng suất công việc, sức khỏe tinh thần, và sự cân bằng công việc - cuộc sống (Sharma & Rautela, 2024; Bakker và nnk., 2023), chúng mới chỉ nghiên cứu tác động của EM đến WLB thông qua giảm thời gian dành cho các hoạt động cá nhân (Piasna và nnk., 2021, George & George, 2022) mà chưa làm rõ cơ chế điều tiết của EM có thể tác động đến mối quan hệ giữa WE và WLB cũng như chưa tập trung cụ thể vào môi trường ngành CNTT-TT. Tại Việt Nam, các nghiên cứu về EM đã chỉ ra rằng, nhân viên làm thêm bên ngoài chủ yếu ở các ngành nghề truyền thống như khu vực Nhà nước (Welch, 2010), chưa có nhiều nghiên cứu khám phá ảnh hưởng của EM trong bối cảnh ngành CNTT-TT, nơi yêu cầu làm việc linh hoạt và cường độ công việc cao.

Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích mối quan hệ giữa WE tới WLB, đồng thời khám phá vai trò điều tiết của EM tới mối quan hệ giữa WE và WLB trong ngành CNTT-TT tại Việt Nam. Nghiên cứu này đóng góp vào lý thuyết JD-R và lý thuyết Xung đột vai trò Công việc - Gia đình, đồng thời mở rộng hiểu biết về EM và tác động của nó đối với WLB trong các ngành CNTT-TT. Kết quả nghiên cứu sẽ mở rộng và làm sâu sắc thêm hiểu biết về mối quan hệ giữa WE và WLB, đồng thời đưa ra cái nhìn mới về vai trò của EM như một yếu tố trung gian trong mối quan hệ này. Đây là nghiên cứu quan trọng đối với các doanh nghiệp và tổ chức CNTT-TT tại Việt Nam, cung cấp các gợi ý

về cách thức hỗ trợ nhân viên cân bằng giữa công việc chính và các công việc phụ, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực của việc làm thêm bên ngoài đối với hiệu suất công việc và chất lượng cuộc sống. Các nhà quản lý có thể áp dụng kết quả nghiên cứu của chúng tôi để cải thiện chính sách nhân sự, tạo ra một môi trường làm việc lành mạnh và cân bằng hơn cho nhân viên.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Kalliath & Brough (2008) định nghĩa WLB là nhận thức của cá nhân về sự tương thích giữa các hoạt động công việc và ngoài công việc, thúc đẩy sự phát triển phù hợp với các ưu tiên cuộc sống hiện tại của cá nhân đó. Theo Kirchmeyer (2000), cá nhân đạt được WLB khi đạt được những trải nghiệm thỏa mãn trong tất cả các lĩnh vực của cuộc sống, khi họ có đủ thời gian, năng lượng và sự cam kết giữa các lĩnh vực đó. WE được Kahn (1990) định nghĩa là “các thành viên của tổ chức gắn kết bản thân với vai trò công việc của họ; khi có sự gắn kết, cá nhân thể hiện và bộc lộ bản thân một cách toàn diện về mặt thể chất, nhận thức và cảm xúc trong quá trình thực hiện vai trò của mình”. Theo nghiên cứu của Schaufeli và nnk. (2002), WE đề cập đến trạng thái tâm lý đặc trưng bởi sự nhiệt huyết, sự tận tâm và tập trung cao độ trong công việc. Từ các định nghĩa trên, theo nhóm tác giả, khi nhân viên cảm thấy gắn kết với công việc, họ có xu hướng tận hưởng công việc hơn, có đủ năng lượng và sự cam kết với công việc hơn, từ đó giảm bớt căng thẳng và tạo ra sự hài hòa giữa công việc và cuộc sống.

Theo lý thuyết JD-R, WE là yếu tố quan trọng giúp duy trì WLB thông qua cơ chế tận dụng nguồn lực (Bakker và nnk., 2023). Những nhân viên có mức độ gắn kết cao chủ động tối ưu hóa công việc của mình bằng cách tận dụng hiệu quả các nguồn lực tổ chức như sự trao quyền của tổ chức, sự hỗ trợ từ đồng nghiệp hoặc có khả năng gia tăng những nguồn lực cá nhân (Bakker và nnk., 2023), từ đó đối phó được với các yêu cầu công việc và giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực của các căng thẳng công việc đến đời sống cá nhân.

Bên cạnh đó, mức độ gắn bó cao với công việc cũng giúp nhân viên có cảm giác thành tựu hơn trong công việc vào cuối ngày, từ đó nâng cao mức độ hài lòng tổng thể với cuộc sống, trong đó sự hài lòng với gia đình là một yếu tố quan trọng. Khi xét đến WLB, những nhân viên có mức độ WE cao thường cảm thấy họ đã cống hiến hết mình trong công việc (Kahn, 1990). Nhờ vậy, khi trở về nhà, họ có thể dành nhiều sự chú ý và tâm sức hơn cho gia đình, qua đó nâng cao về WLB. Cơ chế này phần nào đã được củng cố bởi nhiều nghiên cứu, trong đó chỉ ra rằng WE không chỉ mang lại lợi ích cho

tổ chức, cho bản thân người lao động mà còn lan tỏa đến gia đình họ. Ilies và nnk. (2017) chỉ ra rằng WE có ảnh hưởng tích cực đến sự cân bằng giữa công việc và gia đình thông qua việc tạo ra các nguồn lực từ môi trường làm việc và cảm xúc tích cực trong công việc và cuộc sống gia đình như tự hào, hài lòng. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Bakker và nnk. (2023) và Shimazu và nnk. (2020) cũng cho rằng WE thường dẫn tới tác động tích cực, vượt ngoài phạm vi công việc và ảnh hưởng trực tiếp tới gia đình và cuộc sống của nhân viên. Hơn nữa, theo nghiên cứu của Rothbath (2001), vào những ngày nhân viên đạt mức độ gắn bó cao trong cả công việc và gia đình, họ có xu hướng cảm thấy sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cao hơn. Điều này xuất phát từ việc họ thực sự có cảm giác kiểm soát và hiệu quả trong cả hai vai trò, từ đó tạo ra sự hài hòa giữa công việc và cuộc sống cá nhân.

Dựa trên những phân tích trên, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết rằng:

H1: Sự gắn bó với công việc tác động tích cực đến Sự cân bằng công việc - cuộc sống

Trong khi những nghiên cứu gốc chỉ mới giới hạn EM là “công việc thứ hai, thường làm bí mật vào ban đêm” (Dickey và nnk., 2011), các nghiên cứu gần đây đã mở rộng định nghĩa EM là hoạt động làm việc cho một công việc thứ hai ngoài công việc chính, được thực hiện đồng thời trong lúc làm công việc chính hoặc trong thời gian rảnh (Seema và nnk., 2021). Rộng hơn, nghiên cứu của Campion và nnk. (2020) đã khẳng định EM là một hình thức nhỏ của đảm nhiệm nhiều công việc (Multiple Job Holdings), tức là hành động làm nhiều công việc cùng lúc, bao gồm làm việc cho người sử dụng lao động và tự kinh doanh, trong đó tất cả các nhiệm vụ hoặc nhóm nhiệm vụ được thực hiện để trao đổi hoặc do kỳ vọng về lợi ích.

Theo lý thuyết JD-R, yêu cầu công việc bao gồm các khía cạnh đòi hỏi sự nỗ lực liên tục, và nếu không được quản lý tốt, có thể dẫn đến căng thẳng và kiệt sức. Trong nghiên cứu của chúng tôi, EM được xem là một dạng yêu cầu công việc. Sự căng thẳng và kiệt sức phát sinh từ việc làm thêm này, theo nhóm tác giả, là yếu tố chính khiến nhân viên không chỉ giảm hiệu suất công việc mà còn làm giảm mức độ gắn kết công việc khi nhân viên không còn đủ nguồn lực để xây dựng và duy trì các mối quan hệ công việc quan trọng. Vì WE đòi hỏi sự kết nối cá nhân và mức độ tham gia vào công việc, Paxson & Sichertman (1996) cho rằng nhân viên có thể ít gắn kết hơn với công việc phụ mà bản thân đảm nhiệm. Nghiên cứu khác của Peters và nnk. (1981) cho thấy, nhân viên đảm nhiệm nhiều công việc có ít thời gian để thực hiện

công việc chính và ít hòa nhập với đồng nghiệp hơn. Hơn nữa, Martin & Hafer (1995) chỉ ra rằng, họ có ít kinh nghiệm và hiểu biết về tổ chức hơn so với những nhân viên tập trung vào một công việc. EM được chứng minh không chỉ gây ra căng thẳng, lo âu mà còn làm giảm sự tận tâm đối với công việc chính, như nghỉ phép thường xuyên hơn (Piasna và nnk., 2021; Rispel & Blaauw, 2015).

Dựa trên những phân tích trên, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết:

H2a: Làm thêm bên ngoài tác động tiêu cực đến Sự gắn bó với công việc

Khi dành nhiều thời gian và năng lượng hơn cho một vai trò, cá nhân có xu hướng bị cuốn vào vai trò đó, gây xung đột vai trò và làm giảm khả năng đáp ứng yêu cầu của các vai trò khác (Greenhaus & Beutell, 1985). Những người đảm nhận đồng thời trách nhiệm trong công việc và gia đình thường gặp khó khăn trong việc chuyển đổi giữa các vai trò do sự cạnh tranh về nguồn lực hạn chế (Greenhaus & Beutell, 1985). Hơn nữa, việc phải cân đối giữa hai công việc với những yêu cầu khác nhau về thời gian, lịch trình và đi lại tạo ra những thách thức lớn, dễ dẫn đến áp lực và căng thẳng (Boyd và nnk., 2016). Mellor & Decker (2020) cho rằng, đồng thời làm hơn một công việc thường dẫn đến sự gia tăng xung đột giữa công việc và gia đình, khiến thời gian dành cho gia đình, giải trí và chăm sóc người thân bị thu hẹp. Khi số giờ làm thêm tăng lên, thời gian dành cho gia đình, bạn bè, sức khỏe và giải trí bị thu hẹp, dẫn đến nguy cơ mất cân bằng giữa công việc và cuộc sống (Marucci-Wellman và nnk., 2014). Một nghiên cứu khác về nhân viên nhà hàng trẻ tuổi kết luận rằng, làm nhiều công việc có thể làm giảm chất lượng cuộc sống cá nhân, hạn chế khả năng ra ngoài gặp gỡ bạn bè hay tham gia vào các hoạt động chăm sóc sức khỏe và thể dục (Osborne & Warren, 2006). Như vậy, áp lực từ công việc làm thêm làm gia tăng xung đột về thời gian, căng thẳng và sự mất cân bằng giữa công việc và gia đình (Greenhaus & Beutell, 1985), từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng cuộc sống tổng thể của họ (Bakker và nnk., 2023; Sharma & Rautela, 2024).

Dựa trên những phân tích trên, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết rằng:

H2b: Làm thêm bên ngoài tác động tiêu cực đến Sự cân bằng công việc - cuộc sống

Theo các nghiên cứu về EM và hiện tượng làm nhiều công việc, một nhân viên không nhất thiết phải cảm thấy bất mãn với công việc chính để bắt đầu làm thêm bên ngoài. Nghiên cứu về động lực EM cho thấy lý do nhân viên làm thêm bên ngoài có thể do mong muốn kiếm thêm thu nhập, nhu cầu phát triển sự nghiệp và thỏa mãn các nhu cầu tinh thần của cá nhân (Campion và nnk., 2020). Các nhân viên gắn bó với công việc chính thường có sự yêu thích công việc họ đang làm và mong muốn mở rộng năng lực bản thân thông qua các công việc bên ngoài (Bretz và nnk., 1994), thậm chí Wu và nnk. (2009) cho rằng, những người lao động hài lòng với giờ làm việc trong công việc chính của họ có nhiều khả năng nhận thêm công việc khác. Tuy nhiên, việc thường phải làm việc nhiều giờ hơn so với những người chỉ có một công việc chính (Bambery & Campbell, 2012), dẫn đến cạn kiệt các nguồn lực cá nhân (Bakker, 2023) dẫn đến việc ít thời gian hơn dành cho gia đình và các hoạt động cá nhân. Cơ chế suy giảm của làm thêm nhiều công việc tới nguồn lực cá nhân khiến người lao động vừa giảm gắn bó với cả công việc chính và công việc phụ (Campion và nnk., 2020; Webster & Edwards, 2019), vừa không có đủ nguồn lực để dành cho gia đình và đời sống cá nhân (Campion và nnk., 2020; Boyd và nnk., 2016; Osborne & Warren, 2006).

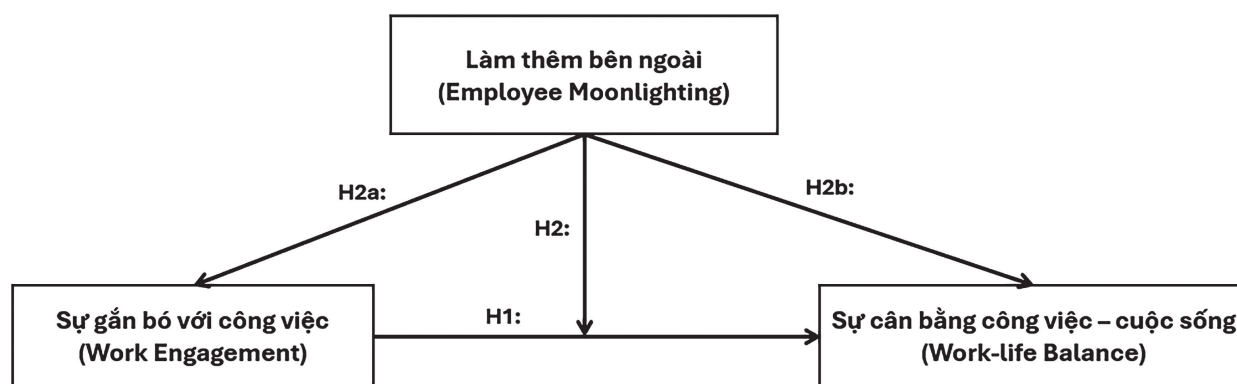
Giả thuyết 1 cho thấy WE tăng sẽ làm tăng WLB và ngược lại. Tuy nhiên, dựa trên những công trình nghiên cứu trước đó về hiện tượng làm nhiều công việc đã được đề cập ở trên, nhóm tác giả lập luận rằng EM đóng vai trò điều tiết mối quan hệ này. Cụ thể, nếu một nhân viên có mức độ gắn bó cao với công việc chính nhưng đồng thời tham gia làm thêm bên ngoài, WLB của họ có thể dẫn bị ảnh hưởng tiêu cực. Như vậy, EM có thể điều chỉnh hoặc thậm chí làm suy yếu tác động tích cực từ WE đến WLB. Điều này chưa được đề cập trong các nghiên cứu trước đây, và nhóm tác giả mong rằng bài viết này sẽ làm sáng tỏ vai trò điều tiết của EM đối với mối quan hệ giữa WE và WLB.

Dựa trên những phân tích trên, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết rằng:

H2: Làm thêm bên ngoài điều tiết mối quan hệ giữa Sự gắn bó với công việc và Sự cân bằng công việc - cuộc sống

Dựa trên các giả thuyết trên, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu:

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu sơ cấp của nghiên cứu được thu thập vào tháng 11 năm 2024 đến tháng 1 năm 2025, thông qua khảo sát định lượng, tập trung vào các nhân sự đang làm tại các công ty CNTT-TT trên toàn quốc. Quá trình khảo sát được tiến hành theo hai hình thức: trực tuyến (qua LinkedIn và Email) và trực tiếp, nhằm tiếp cận đa dạng đối tượng. Nhóm nghiên cứu đã áp dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện, đồng thời đảm bảo tính đa dạng về nhân khẩu học.

Các công ty được chúng tôi khảo sát là các doanh nghiệp tư nhân hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong ngành CNTT-TT, không bao gồm các doanh nghiệp nhà nước và không giới hạn quy mô doanh nghiệp. Hai lĩnh vực kinh doanh chính của các doanh nghiệp này là Công ty công nghệ thông tin và truyền thông và Công ty khởi nghiệp công nghệ. Quá trình thu thập mẫu qua LinkedIn và Email được tiến hành có hệ thống nhằm tiếp cận đúng đối tượng nhân sự ngành CNTT-TT. Nhóm nghiên cứu đã sử dụng chức năng tìm kiếm nâng cao của LinkedIn, nhập các từ khóa liên quan như “Information Technology”, “Software Engineer”, “IT Manager” và các từ khóa tương ứng với các vị trí chuyên môn trong ngành CNTT-TT. Để tăng độ chính xác, kết quả tìm kiếm còn được lọc theo ngành nghề, vị trí công việc và kinh nghiệm làm việc. Sau khi kết nối thành công, ứng viên được mời tham gia khảo sát qua tin nhắn cá nhân, với mô tả chi tiết về mục tiêu nghiên cứu. Đối với quá trình thu thập mẫu qua Email, nhóm nghiên cứu gửi lời mời tham gia khảo sát đến các nhân sự CNTT-TT từ danh sách Email chuyên ngành, thu thập từ các sự kiện công nghệ và mạng lưới doanh nghiệp. Trong quá trình thu thập mẫu trực tiếp, nhóm tác giả đã đến các lớp cao học chuyên ngành công nghệ thông tin tại các trường đại học là Đại học Bách khoa

và Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông để phát phiếu khảo sát. Để khuyến khích sự tham gia và đảm bảo các câu trả lời trung thực, nghiêm túc, nhóm nghiên cứu cũng đã cung cấp những phần quà cho tất cả người tham gia khảo sát.

Theo Hair và nnk. (2014), kích thước mẫu cần lớn hơn 5-10 lần số lượng biến quan sát, với 18 biến quan sát, cỡ mẫu dự kiến là ít nhất 180 phản hồi. Kết quả khảo sát thu về 485 phiếu, trong đó có 408 phiếu được thu thập qua hình thức trực tuyến và 77 phiếu qua hình thức trực tiếp. Đối tượng khảo sát được phân bố tại cả 3 miền: 346 người đến từ miền Bắc, 25 người từ miền Trung và 73 người từ miền Nam. Sau khi loại bỏ các phiếu không hợp lệ, còn lại 444 phiếu được làm sạch, bao gồm 264 phản hồi từ LinkedIn, 105 phản hồi qua Email và 75 phản hồi trực tiếp, đạt đúng quy mô mẫu yêu cầu.

Về thang đo, các câu hỏi đều sử dụng thang đo Likert 5 điểm, với 1 là “Hoàn toàn không đồng ý” và 5 là “Hoàn toàn đồng ý”.

Sự gắn bó với công việc: Để đo lường Sự gắn bó với công việc, nhóm tác giả đã sử dụng thang đo của Schaufeli & Bakker (2003), một thang đo rất phổ biến với 9 nhận định, đo lường sự gắn kết qua ba khía cạnh: năng lượng, sự cống hiến, và sự say mê trong công việc. Đây là phiên bản rút gọn của thang đo gốc gồm 17 nhận định, trong đó có 6 nhận định về năng lượng, 5 nhận định về sự cống hiến, và 6 nhận định về sự say mê. Theo Mills và nnk. (2012), thang đo 9 nhận định của Sự gắn bó với công việc có thể thay thế thang đo 17 nhận định trên như một công cụ đo lường đơn giản hơn, nhưng vẫn đảm bảo nhận diện cấu trúc đa yếu tố của sự gắn kết một cách đáng tin cậy. Do đó, nhóm tác giả đã quyết định lựa chọn thang đo rút gọn này.

Làm thêm bên ngoài: Thang đo của chúng tôi được kế thừa từ Trần Huy Phương (2025), dựa trên sự điều chỉnh từ thang đo của Seema và nnk. (2021) để đo lường hành vi làm thêm bên ngoài. Trong khi thang đo gốc chủ yếu đo lường ý định làm thêm, thang đo này đã được điều chỉnh để tập trung vào việc đo lường hành vi làm thêm thực tế. Điều này rất phù hợp với mục tiêu của nghiên cứu, khi nghiên cứu nhấn mạnh vào hành vi làm thêm thực tế của nhân viên trong ngành CNTT-TT.

Sự cân bằng công việc - cuộc sống: Có nhiều thang đo khác nhau được sử dụng để đo lường Sự cân bằng công việc - cuộc sống (Hill và nnk., 2001; Syrek và nnk., 2011; Smeltzer và nnk., 2016), nhưng nhóm tác giả đã lựa chọn thang đo của Brough và nnk. (2014) cho nghiên cứu này. Lý do là thang đo của Brough và nnk. đã loại bỏ những mục quá phức tạp hoặc khó hiểu, chỉ giữ lại bốn nhận định trọng tâm về Sự cân bằng công việc - cuộc sống. Trong đó, phát biểu: “Hiện tại, tôi có sự cân bằng tốt giữa thời gian dành

cho công việc và thời gian dành cho các hoạt động cá nhân” là trọng điểm, giúp đánh giá trực tiếp mức độ cân bằng của cá nhân. Do đó, thang đo bốn nhận định này được coi là phù hợp nhất với nghiên cứu và được khuyến nghị sử dụng để đo lường Sự cân bằng công việc - cuộc sống.

Trong mẫu khảo sát, nam giới chiếm 76,13%, trong khi nữ giới chỉ chiếm 23,87%. Điều này dễ hiểu vì ngành công nghệ thông tin vốn có tỷ lệ nam giới cao hơn, khi phụ nữ chỉ chiếm khoảng 37% lực lượng lao động trong lĩnh vực này tại Việt Nam. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), độ tuổi chủ yếu nằm trong khoảng từ 18 đến 30, chiếm 70,27%, và phần lớn đối tượng là nhân viên với tỷ lệ 79,95%. Về thâm niên làm việc, chủ yếu là từ 1 đến 4 năm (22,97%) và từ 5 đến 10 năm (57,21%). Trình độ học vấn của người tham gia chủ yếu là đại học, chiếm 85,14%, với phần lớn đến từ miền Bắc (77,93%). Hơn nữa, phần lớn đối tượng khảo sát, với 90,77%, công tác tại các doanh nghiệp CNTT-TT.

Bảng 1. Thống kê các đối tượng khảo sát

Yếu Tố	Phân loại	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	338	76,13
	Nữ	106	23,87
Độ tuổi	18-30	312	70,27
	31-40	132	29,73
Học vấn	Cao học	26	5,86
	Đại học	378	85,14
	Sơ cấp/Cao đẳng	40	9,01
Địa điểm	Miền Bắc	346	77,93
	Miền Trung	25	5,63
	Miền Nam	73	16,44
Thâm niên	Dưới 1 năm	80	18,02
	Từ 1 đến 4 năm	102	22,97
	Từ 5 đến 10 năm	254	57,21
	Từ 11 đến 15 năm	8	1,80
Vị trí	Nhân viên/Chuyên viên	355	79,95
	Trưởng nhóm/Phó nhóm	48	10,81
	Trưởng phòng/Phó phòng/Quản lý	34	7,66
	Giám đốc/Phó giám đốc	7	1,58
Lĩnh vực	Công ty công nghệ thông tin và truyền thông	403	90,77
	Công ty khởi nghiệp công nghệ	41	9,23

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định mô hình đo lường trên Smart PLS

Bảng 2. Giải thích các biến đưa vào mô hình

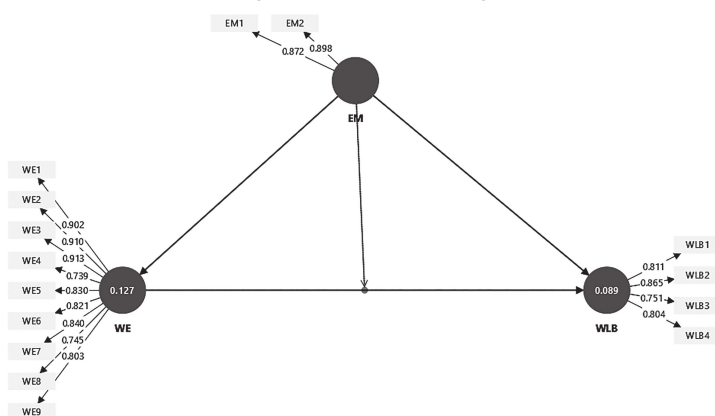
Thang đo	Biến đặc trưng	Giải thích thang đo
WE	WE1, WE2, WE3, WE4, WE5, WE6, WE7, WE8, WE9	Sự gắn bó với công việc
WLB	WLB1, WLB2, WLB3, WLB4	Sự cân bằng công việc - cuộc sống
EM	EM1, EM2, EM3, EM4, EM5	Làm thêm bên ngoài

Nguồn: Tổng hợp điều tra của nhóm tác giả.

Kiểm định tính hợp lệ hội tụ của mô hình đo lường với mô hình chỉ báo phản ánh được đánh giá thông qua độ tin cậy của từng chỉ báo, sử dụng hệ số tải chuẩn hóa, phản ánh mức độ tương quan giữa từng chỉ báo và

cấu trúc của nó. Hệ số tải trên 0,70 được coi là lý tưởng (Hair và nnk., 2014). Sau khi loại đi các biến quan sát có hệ số tải nhỏ hơn 0.70, các đánh giá tiếp theo tiếp tục được thực hiện.

Hình 2. Đánh giá mô hình đo lường trên Smart PLS



Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

Để đánh giá độ tin cậy và hội tụ của thang đo, Hair và nnk. (2014) khuyến nghị nên dùng hệ số Cronbach Alpha và độ tin cậy tổng hợp (composite reliability - CR). Hệ số Cronbach Alpha của các nhân tố đều đạt mức lớn hơn 0,7, ngoài ra đối với hệ số độ tin cậy tổng hợp cần phải lớn hơn 0,7. Để đánh giá độ hội tụ của

thang cần đảm bảo các chỉ báo (item) có hệ số tải lớn hơn 0,7 và có sự hội tụ về thang đo đó đại diện, ngoài ra cần có chỉ số phương sai trung bình trích (average extracted variance - AVE) lớn hơn 0,5. Dựa theo Bảng 3 có thể thấy, mô hình nghiên cứu đã đạt đủ độ tin cậy và độ hội tụ (Hair và nnk., 2014)

Bảng 3. Chỉ số Cronbach Alpha, CR và AVE

	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR) (rho_a)	Độ tin cậy tổng hợp (CR) (rho_c)	Phương sai trung bình trích (AVE)
EM	0,724	0,730	0,879	0,783
WLB	0,824	0,835	0,883	0,654
WE	0,945	0,950	0,954	0,699

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

Ngoài ra, độ phân biệt của các nhân tố cần được đánh giá qua chỉ số Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations (HTMT). Nếu mà các hệ số HTMT có giá trị nhỏ hơn 0,85, điều này chỉ ra các nhân tố có sự

phân biệt rõ ràng và không bị trùng lặp, dựa theo Bảng 4, có thể thấy các nhân tố đều đáp ứng yêu cầu (Hair và nnk., 2014).

Bảng 4. Bảng ma trận hệ số Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT)

	EM	WE	WLB	EM x WE
EM				
WE	0,427			
WLB	0,247	0,261		
EM x WE	0,177	0,146	0,104	

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc trên Smart PLS

Để đánh giá sự phù hợp của mô hình, chỉ số SRMR là chỉ số goodness of fit của mô hình PLS-SEM có thể được sử dụng để tránh hiện tượng sai lệch thông số trong mô hình (Henseler và nnk., 2015). Hệ số SRMR của mô hình < 0,08 thì mô hình được coi là phù hợp, tuy nhiên nếu hệ số SRMR < 0,1 thì mô hình vẫn có thể được chấp nhận (Hu & Bentler, 1999).

Bảng 5. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

	Mô hình bão hòa	Mô hình đo lường
SRMR	0,060	0,061

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

Bảng 5 cho thấy, hệ số SRMR mô hình bão hòa là 0,060 và hệ số SRMR mô hình ước lượng là 0,061 đều nhỏ hơn 0,08 cho thấy mức độ phù hợp tốt nhất của mô hình nghiên cứu (Henseler & nnk., 2015).

Hệ số xác định R bình phương (R-square) có ý nghĩa đo lường mức độ giải thích của mô hình cho một biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu, với các giá trị R bình phương là 0,67, 0,33 và 0,19 sẽ tương ứng với mức độ giải thích lần lượt là mạnh, trung bình và yếu (Hair và nnk., 2014). Dựa trên kết quả Bảng 6, có thể thấy, hệ số R bình phương của WE là 0,127 (nhỏ hơn 0,19) cho thấy mô hình giải thích được 12,7% sự biến động của

WE. Ngoài ra nhân tố WLB được giải thích ở mức 8,9%, cũng ở mức giải thích yếu (R-bình phương < 0,19)

Bảng 6. Bảng hệ số R bình phương

	R-square	R-square adjusted
WE	0,127	0,125
WLB	0,089	0,083

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

4.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu (xem chi tiết tại Bảng 7) cho thấy EM, WE có ảnh hưởng tới WLB. Như vậy có thể kết luận, các giả thuyết H1, H2a, H2b được chấp nhận ở độ tin cậy 95%, ngoài ra EM có vai trò điều tiết tiêu cực trong mối quan hệ giữa WE và WLB, như vậy H2 được chấp nhận. Trong đó, WE tác động tích cực tới WLB. Ngoài ra, EM tác động tiêu cực mạnh nhất tới WE, thêm vào đó, EM cũng ảnh hưởng tiêu cực tới WLB.

Đối với kiểm định sự khác biệt giữa hai nhóm giới tính nữ và nam. Kết quả cho thấy, không có sự khác biệt giữa giới tính nam nữ giữa mỗi tác động của các biến trong mô hình.

Khi phân tổ các đối tượng khảo sát theo độ tuổi, nhóm độ 18-30 tuổi và nhóm 31-40 tuổi có sự khác biệt giữa tác động điều tiết của EM tới mối quan hệ giữa WE và WLB với mức ý nghĩa 5%. Cụ thể, ở nhóm độ tuổi 18-30, tác động của EM đối với mối quan hệ giữa WE và WLB mạnh mẽ hơn so với nhóm 31-40 tuổi. Ngoài ra, khi nhóm tác giả phân tích sự khác biệt giữa ba nhóm miền (miền Nam, miền Bắc, miền Trung). Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa hai nhóm EM và WLB, cụ thể, EM ở miền Bắc có tác động mạnh hơn đối với WLB so với miền Nam với mức ý nghĩa thống kê 1%. Còn lại các sự khác biệt giữa tác động của các mối quan hệ khác không có ý nghĩa thống kê.

Bảng 7. Tổng hợp giả thuyết nghiên cứu

Đường dẫn	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn	T values	P values	Kết quả
H1: WE -> WLB	0,204	0,049	4,208	0,000	Chấp nhận
H2a: EM -> WE	-0,356	0,042	8,495	0,000	Chấp nhận
H2b: EM -> WLB	-0,143	0,053	2,720	0,007	Chấp nhận
H2: EM x WE -> WLB	-0,149	0,052	2,877	0,004	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả.

5. Thảo luận kết quả và hàm ý nghiên cứu

Nghiên cứu của chúng tôi tập trung vào vai trò điều tiết của EM đến mối quan hệ giữa WE và WLB trong điều kiện thị trường lao động ngành CNTT-TT hiện đại, nơi EM ngày càng trở nên phổ biến và tác động

mạnh mẽ hơn đến WLB của nhân viên (George & George, 2022).

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, WE có ảnh hưởng tích cực đến WLB, hỗ trợ quan điểm của Chen & Powell (2012) và Ilies và nnk. (2017), đồng thời khẳng

định, khi nhân viên có mức độ gắn kết công việc cao, họ có xu hướng tạo ra nguồn lực tích cực từ công việc, cải thiện sự hài lòng và giảm thiểu xung đột giữa công việc và cuộc sống cá nhân. Nhân viên gắn kết thường cảm thấy ít căng thẳng hơn, có động lực để thực hiện các vai trò trong cả công việc và gia đình một cách hiệu quả hơn (Bakker và nnk., 2023; Shimazu và nnk., 2020).

Nghiên cứu của chúng tôi xác nhận rằng, EM có tác động tiêu cực đến WE, phù hợp với nghiên cứu của Katz & Kahn (1978) và Peters và nnk. (1981). Lý do chính là khi nhân viên làm thêm ngoài giờ, họ có xu hướng giảm mức độ gắn kết với công việc chính do sự phân tán nguồn lực, giảm sự hòa nhập vào văn hóa tổ chức và tăng nguy cơ kiệt sức (Neenet Baby, 2023). Điều này cũng phù hợp với quan điểm của “kế hoạch chuẩn bị nghỉ việc” của Peters và nnk. (1981), trong đó những nhân viên tham gia việc làm thêm bên ngoài thường có xu hướng ít gắn kết với công việc chính và có thể lên kế hoạch rời bỏ tổ chức trong tương lai. Tuy nhiên, một số nghiên cứu khác lại không tìm thấy mối quan hệ tiêu cực này, đặc biệt trong các ngành nghề linh hoạt, nơi làm thêm bên ngoài có thể là một cách để nhân viên nâng cao kỹ năng và động lực làm việc (Sliter & Boyd, 2014). Sự khác biệt này có thể do đặc điểm của mẫu nghiên cứu và bối cảnh tổ chức. Trong nghiên cứu của chúng tôi, EM được nghiên cứu trong ngành CNTT-TT tại Việt Nam, với đặc điểm môi trường làm việc áp lực cao, yêu cầu nhiều thời gian và năng lượng, dẫn đến sự giảm sút trong mức độ gắn kết công việc.

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, EM có tác động tiêu cực đến WLB. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Mellor & Decker (2020) và Boyd và nnk. (2016), cho rằng việc làm thêm nhiều công việc có thể làm tăng căng thẳng, giảm thời gian dành cho gia đình và làm suy giảm chất lượng cuộc sống. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra, nhân viên làm nhiều công việc thường bị thiếu ngủ, ít có thời gian nghỉ ngơi và dễ rơi vào trạng thái kiệt quệ tinh thần (Marucci-Wellman và nnk., 2014).

Phát hiện quan trọng nhất trong nghiên cứu này là EM có vai trò điều tiết tiêu cực đối với mối quan hệ giữa WE và WLB. Cụ thể, khi nhân viên không tham gia EM, tác động tích cực của WE lên WLB là rõ ràng. Tuy nhiên, khi nhân viên EM, tác động này bị suy giảm đáng kể. Điều này có thể được giải thích bởi lý thuyết xung đột vai trò (Role Conflict Theory) của Greenhaus & Beutell (1985), trong đó một cá nhân khi bị đặt vào nhiều vai trò khác nhau sẽ gặp khó khăn trong việc đáp ứng các yêu cầu từ từng vai trò, dẫn đến xung đột và mất cân bằng. Một số nghiên cứu trước đây đã xem xét ảnh hưởng của EM lên WE hoặc WLB một cách độc lập,

nhưng chưa tập trung vào tác động gián tiếp của EM cũng như chưa xem xét đến sự thay đổi động lực làm việc trong bối cảnh làm nhiều công việc cùng lúc. Đặc biệt, nghiên cứu của chúng tôi chỉ ra vai trò điều tiết của EM có sự khác nhau giữa các nhóm đối tượng. Kết quả cho thấy, trong nhóm độ tuổi 18-30, tác động của EM đối với mối quan hệ giữa WE và WLB mạnh mẽ hơn so với nhóm 31-40 tuổi. Lý do cho kết quả nghiên cứu này có thể đến từ việc người lao động lớn tuổi duy trì ranh giới công việc và cuộc sống chặt chẽ hơn (Spieler và nnk., 2018) nhờ khả năng áp dụng các chiến lược tự điều chỉnh hành vi để tạo ra kết quả công việc tốt hơn trong quá trình làm việc từ xa tại nhà (Scheibe và nnk., 2024). Ngoài ra, kết quả cho thấy EM ở miền Bắc có tác động mạnh hơn đối với WLB so với miền Nam có thể do miền Nam có xu hướng sống trong các hộ gia đình lớn, nhiều thế hệ và linh hoạt hơn trong việc sống với gia đình bên cha hay bên mẹ, trong khi các cặp vợ chồng miền Bắc lại có sự ưa chuộng rõ rệt đối với việc sống cùng gia đình bên cha hoặc tự ở riêng (gia đình chỉ có 2 thế hệ) (Bélanger, 2000). Sự linh hoạt trong mô hình gia đình của miền Nam giúp họ có nhiều người hỗ trợ các nhiệm vụ trong gia đình hơn khi một thành viên phải làm thêm bên ngoài và quá trình này có thể tạo ra những nguồn lực cá nhân mới để hoàn thành cả hai vai trò ở công việc và gia đình (Bakker và nnk., 2023; Ten Brummelhuis & Bakker, 2012). Bên cạnh yếu tố gia đình, điều này cũng có thể được giải thích từ yếu tố văn hóa, đặc biệt là sự khác biệt trong phong cách lãnh đạo giữa hai miền. Ở miền Bắc, lãnh đạo thường tham vọng và chuyên quyền hơn, tập trung vào việc xây dựng hình ảnh cá nhân và duy trì quyền lực trong tổ chức. Họ có xu hướng áp đặt quan điểm cá nhân, kiểm soát chặt chẽ công việc của nhân viên và giữ khoảng cách trong giao tiếp (Đạt, 2023). Điều này tạo ra một môi trường làm việc có tính kỷ luật cao, nơi nhân viên ít có sự linh hoạt trong việc sắp xếp công việc cá nhân, bao gồm cả công việc làm thêm bên ngoài. Việc làm thêm có thể bị coi là thiếu tập trung hoặc không cam kết với công ty, khiến nhân viên cảm thấy áp lực trong việc cân bằng giữa công việc chính và công việc ngoài, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến WLB. Ngược lại, ở miền Nam, lãnh đạo có xu hướng dân chủ và cởi mở hơn, không quá tập trung vào vị trí lãnh đạo mà quan tâm nhiều hơn đến kết quả và hiệu quả công việc. Họ cũng khuyến khích nhân viên đưa ra ý kiến, giao việc minh bạch hơn và sẵn sàng trao đổi, tranh luận khi có quan điểm khác biệt (Đạt, 2023). Nhờ đó, nhân viên có nhiều quyền tự chủ hơn trong công việc và ít bị giám sát chặt chẽ, giúp họ dễ dàng duy trì công việc bên ngoài mà vẫn đảm bảo WLB.

Như vậy, hiện tượng nhân viên làm thêm công việc bên ngoài có thể làm suy giảm mức độ gắn kết của nhân viên với công việc chính, đồng thời gây ảnh hưởng đến khả năng cân bằng cuộc sống cá nhân và nghề nghiệp. Nghiên cứu của chúng tôi góp phần bổ sung vào lý thuyết về WE và WLB bằng cách chỉ ra rằng, EM không chỉ ảnh hưởng tiêu cực đến từng yếu tố này mà còn đóng vai trò điều tiết làm suy giảm tác động tích cực của WE đến WLB. Trong bối cảnh thị trường lao động ngành CNTT-TT tại Việt Nam ngày càng cạnh tranh và áp lực, việc đảm bảo sự gắn kết trong công việc của nhân viên đồng thời hỗ trợ nhân viên duy trì sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống trở thành một mục tiêu quan trọng đối với các doanh nghiệp. Phát hiện này của chúng tôi có ý nghĩa quan trọng đối với các tổ chức trong việc quản lý nhân viên làm thêm ngoài giờ, đồng thời nhấn mạnh sự cần thiết của các chính sách hỗ trợ cân bằng công việc - cuộc sống.

Mặc dù nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò điều tiết tiêu cực của EM đối với mối quan hệ giữa WE và WLB, vẫn tồn tại một số hạn chế cần được xem xét. Thứ nhất, nghiên cứu này tập trung vào ngành CNTT-TT nơi hiện tượng EM khá phổ biến. Điều này có thể hạn chế khả năng khái quát hóa kết quả đối với các ngành nghề khác. Thứ hai, nghiên cứu chưa xem xét các biến số trung gian hoặc điều tiết khác có thể ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa WE, EM và WLB, chẳng hạn như phong cách quản lý, văn hóa tổ chức, động lực cá nhân, và khả năng quản lý thời gian của nhân viên. Một số nghiên cứu trước đây cho thấy, các chính sách linh hoạt của tổ chức có thể làm giảm tác động tiêu cực của EM lên WLB (Mellor & Decker, 2020). Bên cạnh đó, nghiên cứu này dựa trên dữ liệu cắt ngang (cross-sectional), do đó chưa thể xác định mối quan hệ nhân quả một cách chắc chắn. Ví dụ, mặc dù nghiên cứu chỉ ra rằng EM làm giảm WE, nhưng cũng có khả năng những nhân viên có mức độ gắn kết thấp ban đầu sẽ có xu hướng tìm kiếm thêm công việc ngoài giờ, tạo ra một mối quan hệ hai chiều (Peters và nnk., 1981). Việc sử dụng dữ liệu theo thời gian có thể giúp kiểm chứng chắc chắn hơn về hướng tác động giữa các biến số này.

Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng phạm vi nghiên cứu sang các ngành nghề khác nhau và so sánh ảnh hưởng của EM trong các bối cảnh khác nhau, đặc biệt là giữa các quốc gia có chính sách lao động và văn hóa làm việc khác nhau. Ngoài ra, các nghiên cứu có thể xem xét các biến trung gian như căng thẳng công việc (job stress), sự kiệt quệ (burnout), động lực làm việc (work motivation), và các yếu tố điều tiết

như hỗ trợ từ tổ chức (organizational support), chính sách làm việc linh hoạt (flexible work arrangements) để hiểu rõ hơn về cơ chế tác động của EM lên WLB. Việc sử dụng nghiên cứu theo thời gian cũng sẽ giúp kiểm chứng chắc chắn hơn mối quan hệ nhân quả giữa WE và WLB. Cuối cùng, các nghiên cứu có thể theo dõi nhân viên qua nhiều giai đoạn khác nhau để đánh giá sự thay đổi trong mức độ WE và WLB theo thời gian, đặc biệt là khi họ thay đổi tần suất hoặc mức độ tham gia vào EM.

6. Kết luận

Dựa trên khảo sát 444 nhân viên trong ngành Công nghệ Thông tin và Truyền thông (CNTT-TT) tại Việt Nam, nghiên cứu này đã phân tích và làm rõ mối quan hệ giữa Sự gắn bó với công việc (Work Engagement - WE) và Sự cân bằng công việc - cuộc sống (Work - Life Balance - WLB), đồng thời kiểm tra vai trò điều tiết của Làm thêm ngoài giờ (Employee Moonlighting - EM). Kết quả phân tích bằng phần mềm Smart PLS cho thấy WE có tác động tích cực đến WLB, nhưng tác động này bị suy giảm đáng kể khi nhân viên tham gia EM. Điều này khẳng định, EM không chỉ làm giảm mức độ gắn kết với công việc chính mà còn gây xung đột vai trò, ảnh hưởng tiêu cực đến WLB. Trên cơ sở kết quả thu được, chúng tôi đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giúp doanh nghiệp CNTT-TT tại Việt Nam tối ưu hóa môi trường làm việc và giảm thiểu tác động tiêu cực của EM.

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần tăng cường sự gắn kết của nhân viên với tổ chức bằng cách thiết kế công việc hợp lý và tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp. Doanh nghiệp cần có những chính sách cụ thể để xây dựng môi trường làm việc thúc đẩy sự gắn bó của nhân viên, chẳng hạn như đẩy mạnh trao quyền cho nhân viên để tác động tích cực đến sự gắn kết trong công việc, từ đó cải thiện hiệu suất và giảm ý định nghỉ việc (Monje-Amor và nnk., 2021).

Thứ hai, doanh nghiệp cần áp dụng các chính sách hỗ trợ WLB để giảm căng thẳng và nâng cao sự hài lòng trong công việc. Shagvaliyeva & Yazdanifard (2014) nhấn mạnh rằng “giờ làm việc linh hoạt thúc đẩy và tạo điều kiện cho sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống. Giảm căng thẳng và tăng cường sức khỏe nhân viên là kết quả của sự cân bằng công việc - cuộc sống”. Như vậy, việc cung cấp các gói phúc lợi linh hoạt và tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các hoạt động giải trí và kết nối xã hội trong nội bộ doanh nghiệp có thể giúp giảm bớt căng thẳng và tăng cường sự hài lòng trong công việc.

Thứ ba, đối với các nhân viên tham gia làm thêm ngoài giờ, các tổ chức cần phát triển các chính sách rõ

ràng và công bằng về việc làm thêm, như cung cấp các giải pháp tài chính hỗ trợ, tăng lương cơ bản, tạo cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp để nhân viên không cảm thấy phải tìm công việc phụ để đáp ứng nhu cầu tài chính. Nghiên cứu của Jia-jun & Hua-ming (2022) cho thấy “tăng trưởng sự nghiệp có tác động tích cực đến sự

gắn kết của nhân viên tri thức; cam kết tình cảm đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa tăng trưởng sự nghiệp và sự gắn kết”. Điều này cho thấy, việc cung cấp cơ hội phát triển nghề nghiệp và hỗ trợ tài chính có thể tăng cường sự gắn kết của nhân viên với tổ chức, giảm nhu cầu tìm kiếm công việc bổ sung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: State of the Art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Bakker, A., Demerouti, E., & Sanz-Vergel, A. (2023). Job Demands-Resources Theory: Ten years later. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10(1), 25-53. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-053933>
- Bambery, L., & Campbell, I. (2012). Multiple Job Holders in Australia: Motives and Personal Impact. *Australian Bulletin of Labour*, 38(4). https://www.researchgate.net/publication/266205746_Multiple_Job_Holders_in_Australia_Motives_and_Personal_Impact
- Belanger, D. (2000). Regional Differences in Household Composition and Family Formation Patterns in Vietnam. *Journal of Comparative Family Studies*, 31(2), 171-189. <https://doi.org/10.3138/jcfs.31.2.171>
- Bennett, N., Carson, P. P., Carson, K. D., & Blum, T. C. (1994). A comparison of “traditional” and “atypical” workers: Demographic, behavioral, and attitudinal differences. *Journal of Business and Psychology*, 8(4), 467-474. <https://doi.org/10.1007/bf02230961>
- Bộ Thông tin và Truyền thông. (2022). *Sách Trắng Công nghệ thông tin và Truyền thông*. Cổng thông tin điện tử Bộ Thông tin và Truyền thông. <https://mic.gov.vn/sach-trang-cong-nghe-thong-tin-va-truyen-thong-19724042616014143.htm>
- Boyd, E. M., Sliter, M. T., & Chatfield, S. (2015). Double trouble: work-family conflict and well-being for second job holders. *Community, Work & Family*, 19(4), 462-480. <https://doi.org/10.1080/13668803.2015.1074545>
- Bretz, R. D., Boudreau, J. W., & Judge, T. A. (1994). Job search behavior of employed managers. *Personnel Psychology*, 47(2), 275-301. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1994.tb01725.x>
- Brough, P., Timms, C., O'Driscoll, M. P., Kalliath, T., Siu, O.-L., Sit, C., & Lo, D. (2014). Work-life balance: a Longitudinal Evaluation of a New Measure across Australia and New Zealand Workers. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(19), 2724-2744.
- Campion, E. D., Caza, B. B., & Moss, S. E. (2019). Multiple Jobholding: An Integrative Systematic Review and Future Research Agenda. *Journal of Management*, 46(1), 014920631988275. <https://doi.org/10.1177/0149206319882756>
- Đạt, L. T. (2023). Ảnh hưởng của khác biệt vùng miền tới phong cách lãnh đạo trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 310, 34-43. <https://js.ktpt.edu.vn/index.php/jed/article/view/1110>
- Ferrinho, P., & Van Lerberghe, W. (2002). Managing health professionals in the context of limited resources: a fine line between corruption and the need for moonlighting. *Unpublished Manuscript*, 1-28.
- George, D. A. S., & George, A. S. H. (2022). A Review of Moonlighting in the IT Sector And its Impact. *Partners Universal International Research Journal (PUIRJ)*, 01(03), 64-73. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7114049>
- Ghosh, M., & Whalley, J. (2008). State owned enterprises, shirking and trade liberalization. *Economic Modelling*, 25(6), 1206-1215. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2008.03.005>
- Greenhaus, J. H., & Beutell, N. J. (1985). Sources of Conflict Between Work and Family Roles. *Academy of Management Review*, 10(1), 76-88. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4277352>
- Guariglia, A. and Kim, B.Y. (2006). The dynamics of moonlighting in Russia 1: what is happening in the Russian informal economy?. *Economics of Transition*, 14(1), 1-45. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0351.2006.00233.x>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*. www.scrip.org. <https://www.scrip.org/reference/referencespapers?referenceid=2190475>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hill, E. J., Hawkins, A. J., Ferris, M., & Weitzman, M. (2004). Finding an Extra Day a Week: The Positive Influence of Perceived Job Flexibility on Work and Family Life Balance*. *Family Relations*, 50(1), 49-58. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2001.00049.x>

- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513-524. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.44.3.513>
- Hobfoll, S. E., Halbesleben, J., Neveu, J.-P., & Westman, M. (2018). Conservation of Resources in the Organizational Context: The Reality of Resources and Their Consequences. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5(1), 103-128. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032117-104640>
- Ilies, R., Liu, X.-Y., Liu, Y., & Zheng, X. (2017). Why do employees have better family lives when they are highly engaged at work? *Journal of Applied Psychology*, 102(6), 956-970. <https://doi.org/10.1037/apl0000211>
- International Labour Organization. (2020). *Vietnamese women are increasingly well prepared for decision-making roles in businesses* | International Labour Organization. [Www.ilo.org. https://www.ilo.org/resource/news/vietnamese-women-are-increasingly-well-prepared-decision-making-roles](https://www.ilo.org/resource/news/vietnamese-women-are-increasingly-well-prepared-decision-making-roles)
- Jorgenson, D. W., & Vu, K. M. (2016). The ICT revolution, world economic growth, and policy issues. *Telecommunications Policy*, 40(5), 383-397. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2016.01.002>
- Jun, Z. J., & Ming, S. H. (2022). The Impact of Career Growth on Knowledge-Based Employee Engagement: The Mediating Role of Affective Commitment and the Moderating Role of Perceived Organizational Support. *Frontiers in Psychology*, 13. [Frontiersin. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.805208](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.805208)
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724. <https://doi.org/10.5465/256287>
- Kalliath, T., & Brough, P. (2008). Work-life balance: A review of the meaning of the balance construct. *Journal of Management & Organization*, 14(3), 323-327.
- Kirchmeyer, C. (2000). *Work-Life Initiatives Greed or Benevolence Regarding Workers Time*. Scirp.org. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3769910>
- Le, H., Newman, A., Menzies, J., Zheng, C., & Fermelis, J. (2020). Work-life balance in Asia: A systematic review. *Human Resource Management Review*, 30(4), 100766. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2020.100766>
- Martin, T. N., & Hafer, J. C. (1995). The Multiplicative Interaction Effects of Job Involvement and Organizational Commitment on the Turnover Intentions of Full- and Part-Time Employees. *Journal of Vocational Behavior*, 46(3), 310-331. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1995.1023>
- Marucci-Wellman, H. R., Lin, T.-C., Willetts, J. L., Brennan, M. J., & Verma, S. K. (2014). Differences in Time Use and Activity Patterns When Adding a Second Job: Implications for Health and Safety in the United States. *American Journal of Public Health*, 104(8), 1488-1500. <https://doi.org/10.2105/ajph.2014.301921>
- Mellor, S., & Decker, R. (2020). Multiple Jobholders with Families: A Path from Jobs Held to Psychological Stress through Work-Family Conflict and Performance Quality. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 32(1), 1-21. <https://doi.org/10.1007/s10672-020-09343-1>
- Mills, M. J., Culbertson, S. S., & Fullagar, C. J. (2012). Conceptualizing and Measuring Engagement: An Analysis of the Utrecht Work Engagement Scale. *Journal of Happiness Studies*, 13(3), 519-545. <https://doi.org/10.1007/s10902-011-9277-3>
- Monje Amor, A., Xanthopoulou, D., Calvo, N., & Abael Vázquez, J. P. (2021). Structural empowerment, psychological empowerment, and work engagement: A cross-country study. *European Management Journal*, 39(6).
- Nguyen, T.L.N. (2023). *Lecturers of English in Vietnam: The Commodification of their knowledge and expertise (Doctoral dissertation, The University of Newcastle, Australia)*.
- Osborne, R., & Warren, J. (2006). Multiple Job Holding - A Working Option for Young People. *Labour, Employment and Work in New Zealand*, 377-384. <https://doi.org/10.26686/lew.v0i0.1601>
- Paxson, C. H., & Sicherman, N. (1996). The Dynamics of Dual Job Holding and Job Mobility. *Journal of Labor Economics*, 14(3), 357-393. <https://doi.org/10.1086/209815>
- Peters, L. H., Jackofsky, E. F., & Salter, J. R. (1981). Predicting turnover: A comparison of part-time and full-time employees. *Journal of Organizational Behavior*, 2(2), 89-98. <https://doi.org/10.1002/job.4030020204>
- Phường, T. H. (2025). Employee moonlighting: the role of human resource management practices, perceived employability and self-direction value. *Employee Relations: The International Journal*. <https://doi.org/10.1108/er-07-2024-0416>
- Piasna, A., Pedaci, M., & Czarzasty, J. (2021). Multiple jobholding in Europe: features and effects of primary job quality. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 27(2), 181-199. <https://doi.org/10.1177/1024258920958836>
- Rispel, L. C., & Blaauw, D. (2015). The health system consequences of agency nursing and moonlighting in South Africa. *Global Health Action*, 8(1), 26683. <https://doi.org/10.3402/gha.v8.26683>
- Rothbard, N. P. (2001). Enriching or Depleting? the Dynamics of Engagement in Work and Family Roles. *Administrative Science Quarterly*, 46(4), 655.

- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2003). *Test manual for the Utrecht Work Engagement Scale*. Unpublished Manuscript, Utrecht University, the Netherlands. <http://www.schaufeli.com>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92. <https://doi.org/10.1023/a:1015630930326>
- Scheibe, S., Retzlaff, L., Hommelhoff, S., & Schmitt, A. (2024). Age-related Differences in the Use of Boundary Management Tactics When teleworking: Implications for Productivity and work-life balance. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 97(4). <https://doi.org/10.1111/joop.12512>
- Seema, Choudhary, V., & Saini, G. (2021). Effect of Job Satisfaction on Moonlighting Intentions: Mediating Effect of Organizational Commitment. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100137. <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2020.100137>
- Shagvaliyeva, S., & Yazdanifard, R. (2014). Impact of Flexible Working Hours on work-life Balance. *American Journal of Industrial and Business Management*, 04(01), 20-23. Researchgate. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2014.41004>
- Sharma, S., & Rautela, S. (2024). Employee moonlighting: a review and research agenda. *Journal of Management Development*, 43(4), 491–513. <https://doi.org/10.1108/jmd-08-2023-0251>
- Shimazu, A., Bakker, A. B., Demerouti, E., Fujiwara, T., Iwata, N., Shimada, K., Takahashi, M., Tokita, M., Watai, I., & Kawakami, N. (2020). Workaholism, Work Engagement and Child Well-Being: A Test of the Spillover-Crossover Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6213. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176213>
- Sinclair, R. R., Martin, J. E., & Michel, R. P. (1999). Full-Time and Part-Time Subgroup Differences in Job Attitudes and Demographic Characteristics. *Journal of Vocational Behavior*, 55(3), 337-357. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1999.1686>
- Smeltzer, S. C., Cantrell, M. A., Sharts-Hopko, N. C., Heverly, M. A., Jenkinson, A., & Nthenge, S. (2016). Psychometric Analysis of the Work/Life Balance Self-Assessment Scale. *Journal of Nursing Measurement*, 24(1), 5-14. <https://doi.org/10.1891/1061-3749.24.1.5>
- Spieler, I., Scheibe, S., & Stamov Roßnagel, C. (2018). Keeping work and private life apart: Age-related differences in managing the work-nonwork interface. *Journal of Organizational Behavior*, 39(10), 1233-1251. <https://doi.org/10.1002/job.2283>
- Syrek, C., Bauer-Emmel, C., Antoni, C., & Klusemann, J. (2011). Entwicklung und Validierung der Trierer Kurzskala zur Messung von Work-Life Balance (TKS-WLB). *Diagnostica*, 57(3), 134–145. <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000044>
- Ten Brummelhuis, L. L., & Bakker, A. B. (2012). A resource perspective on the work–home interface: The work–home resources model. *American Psychologist*, 67(7), 545-556.
- Thao, N. P. (2023). *Navigos Group ra mắt Báo cáo Lương và Thị trường lao động năm 2024 - Talent Guide 2024*. HR Insider VietnamWorks. <https://www.vietnamworks.com/hrinsider/bao-cau-luong-va-thi-truong-lao-dong-nam-2024-talent-guide-2024.html>
- Tho, A., & Tri, T. Q. (2022). Investigating female employees' work-life balance practices under the Covid-19 pandemic. *Ho Chi Minh City open University Journal of Science - Social Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.soci.en.12.1.2182.2022>
- TopDev. (2022). *Báo cáo thị trường IT Việt Nam năm 2020: Từng bước thay đổi hướng đến sự phát triển kinh tế lấy nhân tài làm trung tâm*. TopDev. <https://topdev.vn/blog/bao-cau-thi-truong-it-viet-nam-nam-2022-tung-buoc-thay-doi-huong-den-su-phat-trien-kinh-te-lay-nhan-tai-lam-trung-tam/>
- Welch, A. (2010). Vietnam, Malaysia, and the Global Knowledge System. *Higher Education, Policy, and the Global Competition Phenomenon*, 143-160. https://doi.org/10.1057/9780230106130_11
- Wood, J., Oh, J., Park, J., & Kim, W. (2020). The Relationship Between Work Engagement and Work–Life Balance in Organizations: A Review of the Empirical Research. *Human Resource Development Review*, 19(3), 240-262. <https://doi.org/10.1177/1534484320917560>
- Wu, Z., Baimbridge, M., & Zhu, Y. (2009). Multiple job holding in the United Kingdom: evidence from the British Household Panel Survey. *Applied Economics*, 41(21), 2751-2766. <https://doi.org/10.1080/00036840701335520>

CHỦ NGHĨA HOÀN HẢO ĐA CHIỀU VÀ TRẦM CẢM: MỐI QUAN HỆ PHỨC TẠP CÙNG NHỮNG TÁC ĐỘNG TIỀM ẨN ĐỐI VỚI SINH VIÊN VIỆT NAM

Phạm Thị Thanh Nhân

Đại học Kinh tế Quốc dân
nhan.dhktqd83@gmail.com

Phạm Đỗ Mai Chi

Đại học Kinh tế Quốc dân
11221042@st.neu.edu.vn

Bùi Thị Thanh Xuân

Đại học Kinh tế Quốc dân
11227027@st.neu.edu.vn

Nguyễn Tuyết Ngân

Đại học Kinh tế Quốc dân
11224592@st.neu.edu.vn

Đàm Khánh Cường

Đại học Kinh tế Quốc dân
11221147@st.neu.edu.vn

Tóm tắt: Tỷ lệ sinh viên mắc chứng trầm cảm đang gia tăng với tốc độ đáng báo động. Một trong những tác nhân chính đứng sau hiện tượng này chính là ảnh hưởng sâu sắc của chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều. Nhận thấy sự cấp thiết của vấn đề, nghiên cứu này được thực hiện nhằm khám phá mối liên hệ giữa chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và trầm cảm ở nhóm đối tượng sinh viên đại học tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng hai công cụ đánh giá quan trọng: Thang đo Mức độ hoàn hảo đa chiều của Frost (FMPS), đo lường các khía cạnh đa chiều của chủ nghĩa hoàn hảo và Thang đo Trầm cảm, Lo âu, Căng thẳng - 21 mục (DASS-21), đánh giá mức độ trầm cảm theo các tiêu chí khoa học. Kết quả thu được đã làm sáng tỏ một mối quan hệ đáng lo ngại: khi mức độ chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều tăng cao, nguy cơ mắc trầm cảm ở sinh viên cũng leo thang tỉ lệ thuận. Những phát hiện này không chỉ gióng lên hồi chuông cảnh tỉnh về vấn đề sức khỏe tâm lý trong cộng đồng sinh viên mà còn mở ra hướng đi mới để xây dựng các giải pháp can thiệp hiệu quả.

Từ khóa: chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều, trầm cảm, sinh viên đại học, tâm lý

MULTIDIMENSIONAL PERFECTIONISM AND DEPRESSION: A COMPLEX RELATIONSHIP WITH POTENTIAL IMPACTS ON VIETNAMESE STUDENTS

Abstract: *The prevalence of depression among students is rising at a concerning pace, with one of the primary factors contributing to this trend being the significant impact of multidimensional perfectionism. Recognizing the urgency of this issue, the present study was conducted to explore the relationship between multidimensional perfectionism and depression among university students in Vietnam. The study employed two critical measurement tools: the Frost Multidimensional Perfectionism Scale (FMPS), which assesses various dimensions of perfectionism, and the Depression, Anxiety, and Stress Scale - 21 items (DASS-21), which evaluates depression levels based on scientific criteria. The findings revealed a concerning correlation: higher levels of multidimensional perfectionism are proportionally associated with an increased risk of depression among students. These results not only raise an urgent alarm about the state of mental health in the student community but also pave the way for developing effective intervention strategies.*

Keywords: *Multidimensional perfectionism, depression, college students, psychology*

Mã bài báo: JHS - 254

Ngày nhận bài sửa: 26/02/2025

Ngày nhận bài: 16/01/2025

Ngày duyệt đăng: 20/03/2025

Ngày nhận phản biện: 17/02/2025

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh xã hội không ngừng biến đổi và thế giới phát triển với tốc độ nhanh chóng, con người phải đối mặt với vô vàn áp lực và thách thức từ nhiều khía cạnh của cuộc sống. Những điều này đã góp phần làm gia tăng các vấn đề về sức khỏe tâm lý như lo âu, căng thẳng và trầm cảm. Trong số đó, trầm cảm đã trở thành một trong những vấn đề sức khỏe tâm thần phổ biến nhất trên toàn cầu, bao gồm cả Việt Nam.

Theo Goldney RD và cộng sự (2010), tỷ lệ mắc bệnh trầm cảm đang ngày càng tăng và được coi là một đại dịch sức khỏe toàn cầu. Các triệu chứng trầm cảm không chỉ gây ra gánh nặng sâu sắc và âm ỉ cho các cá nhân trong sinh hoạt hàng ngày và chất lượng cuộc sống mà còn gây ảnh hưởng tới xã hội nói chung như làm căng thẳng tới hệ thống chăm sóc sức khỏe, mất năng suất khi làm việc, nghỉ hưu sớm và tử vong sớm (Hawthorne G và cộng sự, 2003).

Theo Malhi GS và Mann JJ (2018); DeFilippis M và Wagner KD (2014) và Hasler G (2010) độ tuổi trung bình mắc chứng bệnh trầm cảm là 25 tuổi và hơn 40% mọi người bắt đầu cảm thấy chán nản trước tuổi đôi mươi. Điều đó có nghĩa là thanh thiếu niên, đặc biệt là sinh viên đại học sẽ dễ mắc phải chứng trầm cảm do chịu nhiều áp lực từ phía môi trường đại học, kỳ vọng từ gia đình, xã hội hay từ chính những mong

muốn đạt được thành công quá mức, đặt ra tiêu chuẩn cao cho bản thân mình.

Trong bối cảnh này, chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều được xem là một yếu tố tiên quyết góp phần dẫn đến trầm cảm, xét trên cả góc độ nhận thức lẫn tâm lý học (Bibring, 1953; Beck, 1967). Chủ nghĩa hoàn hảo, định nghĩa bởi việc đặt ra những tiêu chuẩn cực kỳ cao và đánh giá bản thân một cách khắt khe trong quá trình theo đuổi các tiêu chuẩn đó, là một cấu trúc đa chiều phức tạp (Frost và cộng sự, 1990). Cấu trúc này bao gồm nhiều yếu tố tác động sâu sắc đến hành vi và cảm xúc của con người, như việc duy trì tiêu chuẩn cao, đối mặt với kỳ vọng từ người khác, và nỗi sợ hãi thất bại. Đặc biệt, những lo âu liên quan đến chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều thường xuất phát từ áp lực gia đình như nhu cầu đáp ứng kỳ vọng từ cha mẹ hay nỗi lo sợ về sai lầm, đã được chứng minh là nguyên nhân làm gia tăng nguy cơ mắc trầm cảm (Smith và cộng sự, 2016).

Đối với sinh viên đại học, Curran và Hill (2019) đã cho thấy mức độ chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều tăng liên tục kể từ năm 1989. Tương tự như nghiên cứu về chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều, nghiên cứu về chứng trầm cảm ở sinh viên đại học cũng cho thấy sự gia tăng liên tục, đây có thể là một xu hướng đáng lo ngại trong tương lai (Gao và cộng sự, 2019). Sinh viên đại học là những người vẫn đang trong giai đoạn trưởng thành,

chưa hình thành đầy đủ các phong cách đối phó với khó khăn (Heffer và Willoughby, 2017) và việc phải đối mặt với nhiều áp lực có thể dẫn đến khả năng mắc chứng trầm cảm cao hơn (Lan và cộng sự, 2019).

Mặc dù mối liên hệ giữa chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và chứng trầm cảm đã được khẳng định rộng rãi trong các nghiên cứu quốc tế (Flett và cộng sự, 1991), cùng với sự hiện diện của một kho tàng phong phú các công trình nghiên cứu xoay quanh hai đối tượng này. Tuy nhiên, tại Việt Nam, chủ đề này vẫn còn là một khoảng trống chưa được khai thác đầy đủ, đặc biệt khi xét trên nhóm đối tượng sinh viên đại học. Việc tìm hiểu mối quan hệ tiềm ẩn giữa chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và chứng trầm cảm ở sinh viên không chỉ góp phần lấp đầy khoảng trống tri thức, mà còn mang ý nghĩa thiết yếu trong việc mở ra những hướng đi mới cho các giải pháp hỗ trợ tâm lý hiệu quả, từ đó xây dựng nền tảng sức khỏe tinh thần bền vững cho thế hệ trẻ.

Nhận thấy giữa chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và trầm cảm có mối tương quan thuận, khi chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều tăng thì khả năng cá nhân mắc bệnh trầm cảm càng cao, nhóm nghiên cứu đã tổng hợp, tìm hiểu các nghiên cứu trước đây để đi sâu phân tích về mối quan hệ này trên một đối tượng cụ thể đó là sinh viên đại học tại Việt Nam. Nghiên cứu sẽ cung cấp một cái nhìn toàn diện hơn, cụ thể hơn, làm rõ từng khía cạnh của chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều, chứng trầm cảm và mối liên hệ giữa chúng đồng thời chỉ ra những tác động của nó tới sinh viên Việt Nam.

Từ đó, kết quả nghiên cứu có thể góp phần định hướng các chương trình can thiệp tâm lý, hỗ trợ sức khỏe tinh thần, giảm thiểu nguy cơ mắc bệnh trầm cảm và hạn chế tối đa tác động tiêu cực của chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều tới đời sống cá nhân, tới quá trình học tập và phát triển của sinh viên Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều

Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều là một mô hình lý thuyết quan trọng, được sử dụng rộng rãi để giải thích các hiện tượng tâm lý liên quan đến việc đặt ra kỳ vọng cao, theo đuổi sự hoàn hảo không thực tế và áp lực tự áp đặt, thường đi kèm với sự tự phê bình nghiêm khắc khi không đạt được mục tiêu. Đây là một khái niệm đã thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu trong cả lĩnh vực tâm lý học lâm sàng và tâm lý học nhân cách từ rất sớm (Hewitt và Flett, 1991). Ban đầu, chủ nghĩa hoàn hảo được hiểu đơn giản là một đặc điểm đơn chiều, tập trung vào sự theo đuổi sự hoàn hảo tuyệt đối (Burns, 1980). Tuy nhiên, các nghiên cứu sau này đã làm sáng tỏ rằng chủ nghĩa hoàn hảo mang bản chất đa chiều,

phản ánh một hiện tượng tâm lý phức tạp và đa dạng hơn nhiều (Frost và cộng sự, 1990; Hewitt và Flett, 1991; Terry-Short và cộng sự, 1995). Trong số đó, mô hình đa chiều của Frost và cộng sự (1990) đã nhanh chóng được chấp nhận rộng rãi như một công cụ hữu ích để nghiên cứu sâu hơn về chủ nghĩa hoàn hảo và các yếu tố liên quan.

Hiện nay, chủ nghĩa hoàn hảo được hiểu là một đặc điểm tâm lý phức tạp, bao gồm sáu khía cạnh chính: (1) tiêu chuẩn cá nhân cao, (2) lo lắng về sai lầm, (3) nghi ngờ về hành động, (4) tổ chức, (5) kỳ vọng từ cha mẹ và (6) phê bình từ cha mẹ. Một trong những đặc điểm nổi bật nhất của những người cầu toàn là họ thường đặt ra những tiêu chuẩn cực kỳ cao cho bản thân, đôi khi vượt xa khả năng thực tế (Pacht, 1984). Frost và cộng sự (1990) nhấn mạnh rằng, những tiêu chuẩn này không chỉ thể hiện khát vọng cao mà còn đi kèm với xu hướng tự phê bình nghiêm khắc. Người cầu toàn thường lo lắng quá mức về những sai sót, cảm thấy bất an trước những hành động chưa chắc chắn và dễ bị ám ảnh bởi cảm giác bản thân chưa đủ tốt. Bên cạnh đó, Frost và cộng sự chỉ ra rằng, áp lực từ kỳ vọng và sự đánh giá của cha mẹ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành chủ nghĩa hoàn hảo, khiến họ cảm thấy bắt buộc phải đạt được sự hoàn hảo để đáp ứng kỳ vọng này. Ngoài ra, những người cầu toàn thường nhấn mạnh mạnh mẽ vào sự ngăn nắp, tổ chức và trật tự, coi đó như một phần không thể thiếu trong việc duy trì cảm giác kiểm soát và giá trị bản thân. Mặc dù vậy, theo Frost, khía cạnh “tổ chức” chỉ có mối liên hệ lỏng lẻo với năm thành phần còn lại. Do đó, ông và cộng sự đề xuất loại trừ yếu tố này khi tính tổng điểm trong thang đo chủ nghĩa hoàn hảo. Vì lý do này, nghiên cứu của chúng tôi sẽ không bao gồm khía cạnh “tổ chức” trong quá trình phân tích dữ liệu.

Dựa trên tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây, nhóm nghiên cứu nhận thấy rằng “Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều là một yếu tố tâm lý phức tạp có liên hệ chặt chẽ với trầm cảm. Không chỉ bắt nguồn từ việc đặt ra các tiêu chuẩn cá nhân cao, nó còn liên quan đến nỗi sợ mắc sai lầm, sự hoài nghi về năng lực bản thân và áp lực từ kỳ vọng của cha mẹ. Những yếu tố này có thể dẫn đến căng thẳng kéo dài, cảm giác thất bại khi không đạt được mục tiêu mong muốn, từ đó làm gia tăng nguy cơ trầm cảm”.

2.2. Trầm cảm

Rối loạn trầm cảm, hay còn gọi là trầm cảm, là một rối loạn tâm lý khá phổ biến được đặc trưng bởi cảm giác buồn bã kéo dài hoặc mất đi sự hứng thú đối với những hoạt động mà trước đây từng mang lại niềm vui.

Điều này không giống như những thay đổi tâm trạng thông thường mà hầu hết chúng ta đều trải qua trong cuộc sống hàng ngày. Trầm cảm có thể tác động mạnh mẽ đến tất cả các khía cạnh trong cuộc sống của một người, từ các mối quan hệ cá nhân cho đến công việc, học tập và các hoạt động xã hội. Không chỉ vậy, nếu không được can thiệp kịp thời, trầm cảm còn có thể dẫn đến các vấn đề nghiêm trọng hơn, như mất khả năng giao tiếp và giảm sút hiệu suất làm việc (WHO, 2023).

Trầm cảm có thể xảy đến với bất kỳ ai, và những người đã từng trải qua các sự kiện đau buồn, tổn thương, hay căng thẳng kéo dài sẽ có nguy cơ cao hơn. Một trong những đặc điểm quan trọng của trầm cảm là tỷ lệ mắc bệnh ở phụ nữ thường cao gấp đôi so với nam giới. Theo Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), trên toàn cầu, khoảng 280 triệu người chiếm 3,8% dân số đang sống chung với trầm cảm ở các mức độ khác nhau. Tình trạng này làm suy giảm đáng kể khả năng hoạt động của cá nhân trong công việc, học tập và các hoạt động hàng ngày (WHO, 2023). Trầm cảm nặng thường bắt đầu xuất hiện từ tuổi thiếu niên và kéo dài đến giữa tuổi 40, với tỷ lệ cao nhất trong độ tuổi từ 20 đến 30 (Achterbergh và cộng sự, 2020). Điều này chỉ ra rằng các triệu chứng trầm cảm ngày càng trở nên phổ biến ở nhóm người trẻ tuổi.

Môi trường đại học là một giai đoạn căng thẳng đối với phần lớn sinh viên khi họ phải đối mặt với nhiều thử thách và thay đổi. Những vấn đề như tìm chỗ ở, xây dựng các mối quan hệ cá nhân, sự cạnh tranh học tập, áp lực tài chính và các quyết định quan trọng có thể tạo ra căng thẳng. Trầm cảm ở sinh viên có thể ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả học tập, và trong những trường hợp nghiêm trọng, có thể dẫn đến hành vi tự tử (Ibrahim và cộng sự, 2013).

Có rất nhiều nghiên cứu về trầm cảm ở sinh viên đại học, cả trong và ngoài nước, nhưng tỷ lệ mắc trầm cảm và các yếu tố nguy cơ liên quan có sự thay đổi rõ rệt giữa các trường. Tại Việt Nam, tỷ lệ trầm cảm ở sinh viên có sự khác biệt giữa các vùng. Cụ thể, tại miền Nam, tỷ lệ này dao động trong khoảng 49,6% - 50,3% (Sang & Quỳnh, 2020; Kiên và cộng sự, 2019), tại miền Trung từ 23,5% - 46,1% (Hường & cộng sự, 2022; Tú và cộng sự, 2018), và tại miền Bắc từ 37,0% - 52,8% (Huyền, 2021; Ngọc và cộng sự, 2022). Trên toàn cầu, một nghiên cứu tổng hợp từ 24 công trình nghiên cứu cho thấy, tỷ lệ trầm cảm ở sinh viên có sự khác biệt đáng kể giữa các nghiên cứu, dao động từ 10,4% đến 80,5%, với mức trung bình khoảng 30,5% (Ibrahim, A. K. và cộng sự, 2013). Sự chênh lệch lớn

này có thể do nhiều yếu tố tác động, bao gồm sự khác nhau về tiêu chí chẩn đoán trầm cảm, công cụ đo lường, phương pháp thu thập dữ liệu, cũng như bối cảnh kinh tế - xã hội và văn hóa của từng quốc gia. Một số nghiên cứu có tỷ lệ trầm cảm cao thường được thực hiện trong các nhóm sinh viên có áp lực học tập lớn, thiếu hỗ trợ tâm lý hoặc trong bối cảnh khủng hoảng, trong khi những nghiên cứu có tỷ lệ thấp hơn có thể phản ánh nhóm sinh viên có điều kiện sống và học tập thuận lợi hơn.

2.3. Ảnh hưởng của chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều đến trầm cảm

Chủ nghĩa hoàn hảo từ lâu đã được coi là ngọn nguồn tiềm ẩn dẫn đến những cơn sóng ngầm của trầm cảm, một yếu tố âm thầm nhưng mạnh mẽ tác động cả về mặt tâm lý lẫn nhận thức (Bibring, 1953; Beck, 1967). Đây là đặc điểm của những con người luôn khao khát đạt đến sự hoàn mỹ, đặt ra những tiêu chuẩn phi thực tế và tự trói mình vào những đánh giá khắt khe. Các nghiên cứu đã không ngừng chỉ ra rằng, những cá nhân theo đuổi sự hoàn hảo này thường dễ dàng rơi vào trạng thái trầm cảm hơn (Blatt, 1995; Flett và cộng sự, 1995).

Một số nghiên cứu ở sinh viên đại học cho thấy hai khía cạnh của chủ nghĩa hoàn hảo, gồm “lo lắng về sai lầm” và “ngại ngùng hành động”, có mối quan hệ rõ rệt với các triệu chứng trầm cảm (Frost và cộng sự, 1990; 1993; Minarik và Ahrens, 1996). Những người hay lo lắng rằng mình mắc lỗi hoặc không chắc chắn về hành động của mình thường dễ bị trầm cảm hơn (hệ số tương quan $r = 0,28$ đến $0,55$). Trong khi đó, các tiêu chuẩn cá nhân cao hoặc việc quá chú trọng tổ chức và kỷ luật không có liên hệ mạnh mẽ với trầm cảm, thậm chí có thể giảm nguy cơ này (hệ số tương quan $r = -0,32$ đến $0,21$).

Từ quan điểm nhận thức, lý thuyết của Beck (1986) nhấn mạnh rằng, các suy nghĩ tiêu cực, lặp đi lặp lại, là chất xúc tác mạnh mẽ cho trầm cảm. Những người theo đuổi chủ nghĩa hoàn hảo thường đặt ra tiêu chuẩn cá nhân quá cao, không thực tế, dẫn đến cảm giác thất vọng và tự chỉ trích khi không đạt được mục tiêu. Các lỗi nhận thức như tư duy “tất cả hoặc không có gì”, phóng đại thất bại, và cá nhân hóa thường khiến họ nhìn nhận sai lệch về bản thân, làm gia tăng suy nghĩ tự động tiêu cực như “Tôi là kẻ thất bại” hoặc “Nếu không hoàn hảo, tôi không có giá trị”. Những suy nghĩ này hình thành một vòng lặp tự củng cố: thất bại trong việc đáp ứng tiêu chuẩn dẫn đến trầm cảm, từ đó tiếp tục thúc đẩy nhu cầu phải hoàn hảo hơn. Beck cũng chỉ ra rằng các

niềm tin cốt lõi như “Tôi phải hoàn hảo để được chấp nhận” đóng vai trò nền tảng, bắt nguồn từ trải nghiệm tuổi thơ hoặc văn hóa, làm trầm trọng thêm mối liên hệ giữa chủ nghĩa hoàn hảo và trầm cảm.

Mô hình nhận thức tích hợp (ICM) của Kwon và Oei (1992) đào sâu hơn khi cho rằng các thái độ tiêu cực, như chủ nghĩa hoàn hảo, tương tác với các biến cố không như ý trong cuộc sống để tạo nên một chuỗi phản ứng dây chuyền. Những suy nghĩ tiêu cực xuất hiện tự động, chẳng hạn như “Mình là kẻ thất bại” hoặc “Mọi người sẽ coi thường mình”, chính là cầu nối đưa người ta từ căng thẳng đến vực sâu của trầm cảm.

Chủ nghĩa hoàn hảo, với bản chất là một dạng rối loạn chức năng trong nhận thức, thường biểu hiện qua lối tư duy cực đoan: “Hoặc đạt đến sự hoàn mỹ, hoặc không là gì cả.” Khi đối mặt với thất bại hoặc những tình huống khó khăn, những người cầu toàn thường thiếu đi sự linh hoạt trong cách đối phó, dẫn đến những cảm xúc tiêu cực như buồn bã, tự trách hoặc thậm chí tuyệt vọng (Tran và Rimes, 2017).

Thêm vào đó, các nghiên cứu khoa học thần kinh đã chỉ ra rằng, áp lực tinh thần từ chủ nghĩa hoàn hảo không chỉ để lại dấu ấn trong tâm trí mà còn ảnh hưởng sâu sắc đến cơ chế hoạt động của não bộ, gia tăng nguy cơ trầm cảm (Hankin và cộng sự, 2005). Những người đặt ra các tiêu chuẩn quá khắt khe thường tự cô lập bản thân, từ chối sự hỗ trợ từ người khác, và dễ dàng bị mắc kẹt trong vòng xoáy của cảm giác thất bại và bất lực (Ashby và cộng sự, 2012).

Mặc dù việc khao khát sự hoàn hảo đôi khi có thể thúc đẩy những thành tựu lớn lao, nhưng khi không được kiểm soát nó lại trở thành gánh nặng, bóp nghẹt tinh thần và khiến con người dễ dàng sa vào bóng tối của trầm cảm. Nhận thức và điều chỉnh xu hướng cầu toàn, đồng thời học cách chấp nhận những thiếu sót của bản thân, là con đường quan trọng để gìn giữ sức khỏe tinh thần và đạt được sự cân bằng trong cuộc sống. Như vậy, chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều khi phát triển mạnh mẽ có thể làm tăng nguy cơ trầm cảm do áp lực từ việc đặt ra những tiêu chuẩn quá cao và lo lắng về sự hoàn hảo trong các khía cạnh khác nhau của cuộc sống.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trên mẫu gồm 110 sinh viên đang theo học tại các trường đại học tại Việt Nam. Đối tượng khảo sát được chọn ngẫu nhiên, đảm bảo sự đa dạng về giới tính và chuyên ngành. Trong tổng số mẫu, nữ giới chiếm tỷ lệ cao hơn với 67 sinh viên (60,9%), trong khi nam giới có 43 sinh viên tham gia (39,1%).

Về độ tuổi, phần lớn sinh viên trong mẫu thuộc nhóm 18-21 tuổi (90%), tiếp theo là nhóm 22-25 tuổi (8,2%) và một số ít sinh viên nằm trong nhóm 26-30 tuổi (1,8%). Sự xuất hiện của nhóm tuổi 26-30 có thể xuất phát từ nhiều lý do, chẳng hạn như việc theo đuổi chương trình học kéo dài, học văn bằng hai, hoặc quay lại học tập sau một khoảng thời gian gián đoạn.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng ghi nhận 81,8% sinh viên tham gia khảo sát đang theo học tại Hà Nội. Về chuyên ngành, lĩnh vực kinh tế chiếm tỷ lệ cao nhất với 48,2% tổng số mẫu nghiên cứu (Bảng 1).

Bảng 1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Tiêu chí phân loại	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	43	39,1
Nữ	67	60,9
Độ tuổi		
18-21	99	90
22-25	9	8,2
26-30	2	1,8
Nơi làm việc		
Hà Nội	90	81,8
TP. Hồ Chí Minh	15	13,6
Khác	5	4,5
Lĩnh vực		
Kinh tế	53	48,2
Công nghệ - Kỹ thuật	18	16,4
Y tế	2	1,8
Giáo dục	8	7,3
Quản lý - Quản trị	9	8,2
Khác	20	18,2
Tổng số sinh viên khảo sát = 110		

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Việc lựa chọn sinh viên làm đối tượng nghiên cứu xuất phát từ giả thuyết rằng đây là nhóm dễ chịu ảnh hưởng bởi chủ nghĩa hoàn hảo, do các áp lực học tập, kỳ vọng từ gia đình - xã hội và những thay đổi tâm lý trong giai đoạn trưởng thành. Mẫu nghiên cứu này phản ánh một cách tương đối đặc điểm nhân khẩu học của sinh viên Việt Nam, giúp đảm bảo tính đại diện và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu.

Về phương pháp, để phân tích nhằm làm rõ mối quan hệ giữa chủ nghĩa hoàn hảo và mức độ trầm cảm, nhóm nghiên cứu đã tiến hành tìm hiểu và sử dụng

phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm phân tích sự ảnh hưởng cũng như các tác động qua lại giữa hai biến được đề cập.

Cụ thể, dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua bảng hỏi khảo sát trực tuyến được tạo trên Google Docs với các thang đo đã được kiểm chứng về độ tin cậy trong các nghiên cứu trước đây. Dữ liệu thu thập từ 110 sinh viên được xử lý và phân tích bằng phần mềm SPSS phiên bản 27.0.

Về quy trình xử lý số liệu, nhóm tác giả sử dụng phần mềm SPSS để phân tích hồi quy tương quan của mô hình. Sau khi tiến hành ước lượng hồi quy, nhóm nghiên cứu tiến hành kiểm định kết quả thu được nhằm phát hiện ra các khuyết tật của mô hình thông qua việc phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Trước tiên nhóm thực hiện phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha để đánh giá tính nhất quán nội tại của các thang đo, các biến có hệ số tương quan biến tổng < 0.3 hoặc hệ số Cronbach's Alpha < 0.7 sẽ bị loại bỏ. Tiếp đến, nhóm tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm tra tính giá trị của các thang đo. Tiêu chí Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) > 0.5 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê được sử dụng để đảm bảo tính phù hợp của EFA. Quy trình phân tích được thiết kế nhằm đảm bảo tính chính xác và khách quan, từ đó đưa ra các kết quả hồi quy đáng tin cậy và có ý nghĩa phục vụ tốt cho mục tiêu nghiên cứu

3.2. Sử dụng thang đo

Nhóm nghiên cứu sử dụng hai thang đo chính để đánh giá tác động của chủ nghĩa hoàn hảo đến cảm xúc, bao gồm thang đo mức độ hoàn hảo đa chiều của Frost (FMPS) và thang đo mức độ trầm cảm được trích từ bộ thang đo Trầm cảm, Lo âu, Căng thẳng - 21 mục do Lovibond và cộng sự xây dựng (DASS-21).

Thang đo mức độ hoàn hảo đa chiều của Frost (FMPS) gồm 35 câu hỏi, được thiết kế để đánh giá các khía cạnh khác nhau của chủ nghĩa hoàn hảo. Thang đo này sử dụng thang điểm Likert từ 1 đến 5, tương ứng với các mức độ từ "Hoàn toàn không đồng ý" đến "Hoàn toàn đồng ý".

Thang đo mức độ trầm cảm được nhóm tác giả trích từ bộ công cụ DASS-21, vốn được thiết kế để đánh giá ba yếu tố tâm lý bao gồm trầm cảm, lo âu và căng thẳng. Trong nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu đã chọn 5 câu hỏi liên quan đến yếu tố trầm cảm trong tổng số 7 câu của thang đo ban đầu để phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Thang đo này sử dụng thang điểm từ 0 đến 3, tương ứng các mức độ từ "Không có" đến "Rất thường xuyên, gần như luôn luôn".

Việc kết hợp hai thang đo này không chỉ đảm bảo tính khoa học và độ tin cậy của dữ liệu thu thập mà còn cung cấp một cách tiếp cận toàn diện nhằm làm rõ mối quan hệ giữa chủ nghĩa hoàn hảo và mức độ trầm cảm trong bối cảnh nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy và xác thực của thang đo

Bảng 2. Kết quả đánh giá độ tin cậy và tính xác thực thang đo

	Nhân tố	Hệ số
Hệ số Cronbach's Alpha	Chủ nghĩa hoàn hảo	0,721
Kiểm định KMO		0,5
Kiểm định Bartlett		41,149
Sig.		<0,001

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Nghiên cứu sử dụng hệ số Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của thang đo. Theo Hair và cộng sự (2019), giá trị Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7 được xem là đạt độ tin cậy cao. Kết quả kiểm định cho thấy tất cả các biến trong mô hình nghiên cứu đều đạt độ tin cậy cao, với giá trị Cronbach's Alpha của Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều là 0,721 (Bảng 2).

Kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá (EFA) được áp dụng để đánh giá tính xác thực của các thang đo. Phân tích EFA sử dụng phương pháp trích Principal components kết hợp phép quay Varimax và chọn trị số Eigenvalue bằng 1. Kết quả EFA cho thấy dữ liệu phù hợp cho phân tích với giá trị $KMO=0.5 \geq 0,5$ và kiểm định Bartlett có nghĩa thống kê ($sig<0,01$), chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

4.2. Phân tích tương quan Pearson

Bảng 3. Tương quan giữa chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều và trầm cảm

	Hệ số	Trầm cảm
Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều	Pearson Correlation	0.564**
	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	110

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Bảng 3 cho thấy chủ nghĩa hoàn hảo và trầm cảm có mối tương quan mạnh với nhau, đây là cơ sở cho bước phân tích hồi quy tiếp theo. Cụ thể, với mức ý nghĩa 1% hệ số tương quan 0.564 cho thấy mối quan tích cực và tốt giữa chủ nghĩa hoàn hảo và trầm cảm

4.3. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Bảng 4. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết về mối quan hệ	Kì vọng dấu	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	P-value	Kiểm định giả thuyết
Chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều -> Trầm cảm	Dương	0,564	***	Ủng hộ

Ghi chú: *** biểu thị $p < 0,001$; ** biểu thị $p < 0,05$

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Kết quả nghiên cứu cho thấy mối liên hệ tích cực giữa chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều đến trầm cảm của các sinh viên đại học tại Việt Nam. Bảng 4 thể hiện hệ số hồi quy chuẩn hóa cho mối quan hệ này là 0,564 với P-value nhỏ hơn 0,001. Hệ số hồi quy 0,564 cho thấy khi mức độ chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều tăng lên 1 đơn vị thì mức độ trầm cảm tăng lên 0,564 đơn vị. Giá trị P-value nhỏ hơn 0,001 chứng tỏ kết quả này có tính chất thống kê đáng tin cậy cao, củng cố sự tồn tại của mối liên hệ này trong bối cảnh thực tế. Điều này nhấn mạnh rằng, mức độ chủ nghĩa hoàn hảo cao có ảnh hưởng mạnh mẽ đến mức độ trầm cảm của sinh viên, và giả thuyết về mối quan hệ giữa hai yếu tố này được khẳng định có ý nghĩa về mặt lý thuyết cũng như thực tiễn.

5. Bàn luận

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, chủ nghĩa hoàn hảo đa chiều là một yếu tố quan trọng góp phần làm gia tăng nguy cơ trầm cảm, đặc biệt khi các tiêu chuẩn quá cao và sự tự phê bình nghiêm khắc trở thành động lực chính chi phối hành vi và cảm xúc của cá nhân. Kết quả này góp phần làm phong phú thêm cơ sở lý thuyết về ảnh hưởng của các yếu tố tâm lý xã hội đối với sức khỏe tinh thần. Cụ thể, nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng về cách các khía cạnh của chủ nghĩa hoàn hảo, chẳng hạn như tiêu chuẩn cá nhân cao và sự lo âu trước đánh giá của người khác, có thể tạo ra các cơ chế dẫn đến trầm cảm.

Về mặt thực tiễn, các phát hiện cho thấy tầm quan trọng của việc can thiệp sớm để giảm thiểu tác động tiêu

cực của chủ nghĩa hoàn hảo trong các môi trường như học đường, gia đình và nơi làm việc. Việc giáo dục nhận thức về hậu quả của tiêu chuẩn không thực tế và xây dựng môi trường hỗ trợ tinh thần có thể giúp cá nhân phát triển một cách cân bằng hơn. Đồng thời, nghiên cứu gợi ý rằng các chương trình hỗ trợ tâm lý nên tập trung vào việc giảm sự tự chỉ trích quá mức và thúc đẩy khả năng chấp nhận bản thân, giúp ngăn ngừa các triệu chứng trầm cảm liên quan.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, kích thước mẫu tương đối nhỏ (110 sinh viên) và tập trung chủ yếu vào đối tượng sinh viên đại học, khiến kết quả khó có thể tổng quát hóa cho các nhóm tuổi hoặc nghề nghiệp khác. Thứ hai, phương pháp nghiên cứu dựa chủ yếu vào báo cáo tự đánh giá có thể dẫn đến sai lệch thông tin do các yếu tố như nhận thức cá nhân hoặc mong muốn xã hội hóa. Thứ ba, nghiên cứu chưa xem xét đến vai trò của các yếu tố văn hóa và bối cảnh xã hội, vốn có thể ảnh hưởng mạnh mẽ đến cách mà chủ nghĩa hoàn hảo tác động đến sức khỏe tâm lý.

Dựa trên các kết quả thu được, các nhà nghiên cứu tương lai có thể mở rộng quy mô mẫu, đa dạng hóa đối tượng nghiên cứu và sử dụng các phương pháp đo lường khác nhau, chẳng hạn như phỏng vấn sâu hoặc quan sát hành vi. Ngoài ra, việc phân tích tác động của chủ nghĩa hoàn hảo trong bối cảnh văn hóa và xã hội khác nhau cũng là một hướng nghiên cứu tiềm năng để hiểu rõ hơn về tính đa chiều và phức tạp của hiện tượng này.

- Achterbergh, L., Pitman, A., Birken, M. (2020). The experience of loneliness among young people with depression: a qualitative meta-synthesis of the literature. *BMC Psychiatry* 20, 415. <https://doi.org/10.1186/s12888-020-02818-3>
- Ashby, J. S., Noble, C. L., & Gnika, P. B. (2012). Multidimensional perfectionism, depression, and satisfaction with life: Differences among perfectionists and tests of a stress-mediation model. *Journal of College Counseling*, 15(2), 130-143. <https://doi.org/10.1002/j.2161-1882.2012.00011.x>
- Beck, A. T. (1967). Depression: Clinical, Experimental, and Theoretical aspects. *Harper & Row google scholar*, 2, 103-113.
- Bibring, E. (1953). The mechanism of depression. Trong *Affective disorders; psychoanalytic contributions to their study* (tr 13-48). International Universities Press.
- Blatt, S. J. (1995). The destructiveness of perfectionism: Implications for the treatment of depression. *American Psychologist*, 50(12), 1003-1020. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.50.12.1003>
- Curran, T., & Hill, A. P. (2019). Perfectionism is increasing over time: A meta-analysis of birth cohort differences from 1989 to 2016. *Psychological Bulletin*, 145, 410-429. <https://doi.org/10.1037/bul0000138>
- DeFilippis, M., & Wagner, K. D. (2014). Management of treatment-resistant depression in children and adolescents. *Pediatric Drugs*, 16, 353-361. <https://doi.org/10.1007/s40272-014-0088-y>
- Flett, G. L., Besser, A., Davis, R. A., et al. (2003). Dimensions of perfectionism, unconditional self-acceptance, and depression. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 21, 119-138. <https://doi.org/10.1023/A:1025051431957>
- Frost, R. O., Heimberg, R. G., Holt, C. S., Mattia, J. I., & Neubauer, A. L. (1993). A comparison of two measures of perfectionism. *Personality and Individual Differences*, 14(1), 119-126. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(93\)90181-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(93)90181-2)
- Frost, R.O., Marten, P., Lahart, C. et al (1990). The dimensions of perfectionism. *Cogn Ther Res* 14, 449-468. <https://doi.org/10.1007/BF01172967>
- Gao, W., Ping, S., & Liu, X. (2019). Gender differences in depression, anxiety, and stress among college students: A longitudinal study from China. *Journal of Affective Disorders*, 263, 292-300. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.11.121>
- Goldney, R. D., Eckert, K. A., Hawthorne, G., & Taylor, A. W. (2010). Changes in the prevalence of major depression in an Australian community sample between 1998 and 2008. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 44(10), 901-910. <https://doi.org/10.3109/00048674.2010.490520>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage Learning.
- Hasler, G. (2010). Pathophysiology of depression: Do we have any solid evidence of interest to clinicians? *World Psychiatry*, 9(3), 155-161. <https://doi.org/10.1002/j.2051-5545.2010.tb00298>
- Hawthorne, G., Cheok, F., Goldney, R., & Fisher, L. (2003). The excess cost of depression in South Australia: A population-based study. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 37(3), 362-373. <https://doi.org/10.1046/j.1440-1614.2003.01189.x>
- Heffer, T., and Willoughby, T. (2017). A count of coping strategies: A longitudinal study investigating an alternative method to understanding coping and adjustment. *PLoS One* 12:e0186057. doi: 10.1371/journal.pone.0186057
- Hewitt, P. L., & Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(3), 456-470. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.456>
- Huyền, L.T.V. (2021). Trầm cảm theo thang DASS 21 ở sinh viên hệ bác sĩ y khoa năm thứ nhất trường Đại học Y Hà Nội năm học 2020-2021 và một số yếu tố liên quan. *Tạp chí Y học Việt Nam*, 509(2), 5.
- Hường N. T. D., Diễm Đ. T. H., Đức V. N. H., Thủy P. T. T., & Trí T. T. C. (2022). Thực trạng trầm cảm, lo âu, stress ở học sinh trung học phổ thông thành phố Huế năm học 2020-2021. *Tạp chí y học dự phòng [Journal of preventive medicine]*, 32(3), 85-92. <https://doi.org/10.51403/0868-2836/2022/642>
- Hollon, S. D., & Kendall, P. C. (1980). Cognitive self-statements in depression: Development of an automatic thoughts questionnaire. *Cognitive Therapy and Research*, 4, 383-395. <https://doi.org/10.1007/BF01178214>
- Hankin, B. L., Fraley, C., & Abela, J. R. Z. (2005). Daily depression and cognitions about stress: Evidence for a trait-like depressogenic cognitive style and the prediction of depressive symptoms in a prospective daily diary study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(4), 673-685. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.4.673>
- Ibrahim, A. K., Kelly, S. J., Adams, C. E., & Glazebrook, C. (2013). A systematic review of studies of depression prevalence in university students. *Journal of Psychiatric Research*, 47(3), 391-400. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2012.11.015>
- Kiên, T. G., Phúc, L.T.V., Anh, H.N.V., (2019). Trầm cảm ở sinh viên khoa Y tế Công Cộng. *Y học TP. Hồ Chí Minh*, 23(2).
- Kwon, S., & Oei, T.P.S. (1992). Differential causal roles of dysfunctional attitudes and automatic thoughts in depression. *Cognition Therapy Research*, 16, 309-328. <https://doi.org/10.1007/BF01183284>

- Lan, X., Wang, W., and Radin, R. (2019). Depressive symptoms in emerging adults with early left-behind experiences in rural China. *J. Loss Trauma* 24, 339-355. doi: 10.1080/15325024.2019.1586188
- Lovibond, S. H. (1995). Manual for the depression anxiety stress scales. *Sydney psychology foundation*.
- Minarik, M.L., Ahrens, A.H (1996). Relations of eating behavior and symptoms of depression and anxiety to the dimensions of perfectionism among undergraduate women. *Cogn Ther Res* 20, 155-169. <https://doi.org/10.1007/BF02228032>
- Ngọc, N.T.M., Thảo N.T.T., Mơ,N,T. (2016). Trầm cảm và một số yếu tố liên quan ở sinh viên đa khoa trường Đại học Y Dược Hải Phòng năm 2016. *Tạp chí Y học Dự phòng*, 14(187), 153-158.
- Sang, N.T., & Quỳnh, H. H. N. (2020). Tỷ lệ stress và chiến lược ứng phó của sinh viên y học dự phòng, Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Y học Thành phố Hồ Chí Minh*, 24(1), 48-54.
- Smith, M. M., Sherry, S. B., Rnic, K., Saklofske, D. H., Enns, M., & Gralnick, T. (2016). Are Perfectionism Dimensions Vulnerability Factors for Depressive Symptoms after Controlling for Neuroticism? A Meta-analysis of 10 Longitudinal Studies. *European Journal of Personality*, 30(2), 201-212. <https://doi.org/10.1002/per.2053>
- Stober, J. (1998). The Frost Multidimensional Perfectionism Scale: More perfect with four (instead of six) dimensions. *Personality and Individual Differences*, 24(4), 481-491.
- Tú, N.M., & cộng sự. (2018). Mối liên quan giữa hoạt động thể lực với trầm cảm, lo âu, và stress ở sinh viên ngành y đa khoa trường Đại học Y Dược Huế năm 2018. *Tạp chí Y học Dự phòng*, 28(8).
- Tran, L., & Rimes, K. A. (2017). Unhealthy perfectionism, negative beliefs about emotions, emotional suppression, and depression in students: A mediational analysis. *Personality and Individual Differences*, 110, 144-147. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.042>
- World Health Organization. (2023). Depressive disorder (depression). <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression>.

ẢNH HƯỞNG CỦA TIN GIẢ (FAKE NEWS) TRÊN MẠNG XÃ HỘI ĐẾN NIỀM TIN CỦA CÔNG CHÚNG VỀ CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM XÃ HỘI

PGS.TS. Phạm Hương Trà
Học viện Báo chí và Tuyên truyền
phamhuongtrahvbc@gmail.com
ThS. Lê Nguyễn Phương Thảo
Đại học Khoa học Huế
lethao@husc.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu tập trung phân tích tác động của tin giả trên mạng xã hội đối với niềm tin của công chúng vào chính sách bảo hiểm xã hội (BHXH). Bằng cách sử dụng phương pháp định tính, nghiên cứu làm sáng tỏ cách tin giả ảnh hưởng đến nhận thức và hành vi tham gia BHXH, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm cải thiện tính minh bạch và nâng cao nhận thức cộng đồng. Để giải quyết vấn đề, nghiên cứu khuyến nghị áp dụng các chiến lược như tăng cường truyền thông phản ứng nhanh, thúc đẩy hợp tác giữa cơ quan chính phủ và các nền tảng mạng xã hội để giám sát, xử lý tin giả, và tổ chức các chiến dịch giáo dục nhằm giúp người dân phân biệt thông tin chính xác với tin giả. Những giải pháp này không chỉ hướng đến việc khôi phục niềm tin công chúng mà còn đảm bảo sự bền vững cho hệ thống bảo hiểm xã hội trong thời kỳ chuyển đổi số. Việc triển khai đồng bộ các biện pháp đề xuất sẽ góp phần nâng cao tính minh bạch, củng cố uy tín và tăng cường hiệu quả quản lý thông tin.

Từ khóa: Bảo hiểm xã hội, mạng xã hội, niềm tin công chúng, tin giả, truyền thông khủng hoảng

IMPACT OF FAKE NEWS ON SOCIAL MEDIA ON PUBLIC TRUST IN SOCIAL INSURANCE POLICIES

Abstract: The research examines the influence of fake news on social media regarding public trust in social insurance policies. Through qualitative methodologies, the study reveals the ways in which fake news shapes individuals' perceptions and actions related to social insurance participation, ultimately suggesting strategies to enhance transparency and increase public awareness. To tackle the issue, the study suggests implementing strategies that include enhancing responsive communication, fostering collaboration between government entities and social media platforms to oversee and combat misinformation, and conducting educational initiatives to assist individuals in differentiating between credible information and false news. These approaches are designed not only to rebuild public trust but also to secure the long-term viability of the social insurance system during the digital transformation era. The coordinated execution of these recommended actions will aid in increasing transparency, bolstering credibility, and improving the effectiveness of information management.

Keywords: Social insurance; social media; public trust; fake news; crisis communication

Mã bài báo: JHS - 255
Ngày nhận bài sửa: 12/02/2025

Ngày nhận bài: 11/01/2025
Ngày duyệt đăng: 20/03/2025

Ngày nhận phản biện: 20/01/2025

1. Giới thiệu

Bảo hiểm xã hội (BHXH) là một trong những trụ cột quan trọng của hệ thống an sinh xã hội, góp phần bảo vệ quyền lợi người lao động và đảm bảo ổn định kinh tế - xã hội. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế, BHXH giúp giảm thiểu rủi ro tài chính cho người lao động (NLĐ) và đóng vai trò thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua việc ổn định thị trường lao động (International Labour Organization, 2020). Tuy nhiên, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội (MXH), tin giả đã trở thành một yếu tố đáng lo ngại, ảnh hưởng sâu sắc đến niềm tin công chúng vào hệ thống BHXH.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, MXH trở thành kênh thông tin quan trọng để người dân tiếp cận các chính sách an sinh xã hội, bao gồm BHXH. Tuy nhiên, chính đặc điểm lan truyền nhanh chóng của MXH cũng làm gia tăng nguy cơ phát tán thông tin sai lệch. Tin giả làm suy giảm đáng kể mức độ tin cậy vào các tổ chức công, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả thực thi chính sách (Hunt Allcott, Matthew Gentzkow, 2017). Tại Việt Nam, tác động của tin giả đối với hệ thống BHXH đã thể hiện rõ qua thực tế rút BHXH một lần gia tăng đáng kể. Trong 6 tháng đầu năm 2023, có khoảng 665.000 người quyết định rút BHXH một lần, tương đương hơn 110.000 người mỗi tháng, trong khi tổng số người tham gia BHXH chỉ đạt 17,48 triệu, chiếm 37,5% lực lượng lao động. Đáng chú ý, chỉ có 28% số người đã rời khỏi hệ thống quay lại tham gia BHXH, điều này đặt ra thách thức lớn đối với tính bền vững của quỹ bảo hiểm. Xu hướng này xuất phát từ những khó khăn kinh tế và những quan niệm sai lệch và nhận thức chưa đầy đủ về hệ thống BHXH (Nga, 2023). Do đó, việc nâng cao hiểu biết của công chúng thông qua các chiến lược truyền thông chính xác và kịp thời là một nhiệm vụ cấp thiết nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực của tin giả.

Nghiên cứu tập trung phân tích cơ chế lan truyền và ảnh hưởng của tin giả đối với niềm tin công chúng vào BHXH tại Việt Nam, đồng thời đề xuất các chiến lược truyền thông phản ứng nhanh nhằm bảo vệ tính minh bạch và nâng cao uy tín của hệ thống BHXH. Trong khi đã có nhiều nghiên cứu về tác động của tin giả trong các lĩnh vực chính trị, y tế và kinh tế (Hunt Allcott & Matthew Gentzkow, 2017; Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins, David G. Rand, 2019), tác động của tin giả đối với lòng tin vào hệ thống an sinh xã hội, đặc biệt là BHXH, vẫn chưa được nghiên cứu một cách hệ thống. Đa số các công trình nghiên cứu trước đây chủ

yếu tập trung vào tác động của tin giả đối với nhận thức cá nhân và hành vi chính trị (Sorouh Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, 2018), trong khi những ảnh hưởng đối với niềm tin vào hệ thống an sinh xã hội và quyết định tham gia BHXH chưa được xem xét đầy đủ.

Nhiều nghiên cứu đã xác định các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ lệ tham gia BHXH là mức thu nhập, nhận thức của người lao động và chính sách hỗ trợ từ nhà nước (International Labour Organization, 2020). Tuy nhiên, tác động của tin giả đến tâm lý công chúng và niềm tin vào hệ thống BHXH vẫn là một lĩnh vực nghiên cứu còn bỏ ngỏ. Ngoài ra, phần lớn nghiên cứu về tin giả trên MXH tập trung vào các quốc gia có hệ thống an sinh xã hội phát triển, nơi BHXH được phổ cập rộng rãi và có mức độ tin cậy cao. Ngược lại, tại Việt Nam - một nền kinh tế đang phát triển với tỷ lệ tham gia BHXH còn thấp và lòng tin vào hệ thống này chưa thực sự ổn định, đây vẫn là một khoảng trống nghiên cứu quan trọng cần được làm rõ. Báo cáo của BHXH Việt Nam năm 2023 cho thấy, số lượng người tham gia BHXH có xu hướng giảm đáng kể so với thời điểm cuối năm trước. Cụ thể, vào cuối năm 2023, cả nước có 18,26 triệu người tham gia BHXH, tương đương 39,25% lực lượng lao động trong độ tuổi, trong đó chỉ có 1,83 triệu người tham gia BHXH tự nguyện (Bảo hiểm xã hội Việt Nam, 2023). Những số liệu này phản ánh thách thức trong việc duy trì và mở rộng phạm vi bảo hiểm, đặc biệt khi niềm tin công chúng vào hệ thống đang chịu tác động tiêu cực từ tin giả.

Trước thực trạng này, việc phân tích tác động của tin giả đối với niềm tin công chúng vào BHXH là một yêu cầu cấp thiết, từ đó đề xuất các giải pháp kiểm soát tin giả trong bối cảnh chính sách an sinh xã hội tại Việt Nam. Nghiên cứu này không chỉ góp phần làm rõ cơ chế ảnh hưởng của tin giả mà còn đề xuất các chiến lược truyền thông và chính sách nhằm bảo vệ tính minh bạch, ổn định của hệ thống BHXH trong thời gian dài hạn.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp định tính để phân tích cơ chế lan truyền tin giả về BHXH trên MXH và đánh giá ảnh hưởng đến niềm tin của công chúng. Quá trình nghiên cứu được thực hiện theo 4 bước chính:

- *Xác định phạm vi nghiên cứu:* Phân tích các tin giả về BHXH được lan truyền trên MXH tại Việt Nam trong giai đoạn 2023-2024 nhằm đảm bảo dữ liệu cập nhật, phản ánh xu hướng thông tin hiện tại

- *Thu thập dữ liệu*: Từ các bài viết, video, bình luận trên MXH bằng cách tìm kiếm các từ khóa như “giả mạo cơ quan BHXH”, “lừa đảo về BHXH”, “rút BHXH một lần”.

- *Phân tích nội dung định tính*: Áp dụng mã hóa chủ đề (Thematic Analysis) để xác định xu hướng tin giả và phân loại theo:

Chủ đề: Tài chính, quyền lợi người tham gia, chính sách BHXH.

Mức độ ảnh hưởng: Gây hoang mang, kích động phản ứng tiêu cực, thúc đẩy hành vi rút BHXH một lần.

Tần suất và tác động: Đánh giá mức độ lan truyền qua phản hồi của người dùng.

- *Xác thực và đối chiếu dữ liệu*: So sánh dữ liệu thu thập và các nghiên cứu trước đó để kiểm chứng độ chính xác và đánh giá tác động của tin giả đến niềm tin công chúng.

Phương pháp tiếp cận này giúp làm rõ cơ chế lan truyền tin giả và cung cấp cơ sở thực tiễn để đề xuất chiến lược truyền thông phản ứng nhanh, góp phần kiểm soát tin giả và bảo vệ tính minh bạch của hệ thống BHXH tại Việt Nam.

3. Một số lý luận cơ bản về ảnh hưởng của tin giả (Fake News) trên mạng xã hội đến niềm tin của công chúng về chính sách bảo hiểm xã hội

3.1. Khái niệm và nội hàm cơ bản

Tin giả và tác động đối với nhận thức công chúng: Tin giả được định nghĩa là thông tin sai lệch có chủ đích, được tạo ra nhằm đánh lừa công chúng bằng cách mô phỏng hình thức và ngữ điệu của tin tức chính thống (Hunt Allcott, Matthew Gentzkow, 2017). Loại thông tin này làm méo mó nhận thức, gây tâm lý hoài nghi và tác động tiêu cực đến quá trình thực thi chính sách công. Trong lĩnh vực BHXH, tin giả thường xoay quanh các vấn đề như quản lý tài chính quỹ, quyền lợi của người tham gia và tính bền vững của hệ thống. Những thông tin sai lệch này làm gia tăng tâm lý bất an và suy giảm niềm tin của công chúng đối với các cơ quan quản lý.

Niềm tin công chúng và các yếu tố tác động: Niềm tin công chúng được hiểu là mức độ tin cậy mà xã hội dành cho một tổ chức, chính sách hoặc cá nhân (Fancis Fukuyama, 1995). Theo mô hình Vòng xoáy Lòng tin, niềm tin không phải là một trạng thái cố định mà có thể bị xói mòn hoặc củng cố tùy thuộc vào mức độ minh bạch của tổ chức và khả năng tương tác giữa công chúng với cơ quan thực thi chính sách (Russell Hardin, 2002). Trong lĩnh vực BHXH, sự lan truyền của tin giả làm suy giảm lòng tin vào hệ thống, từ đó ảnh hưởng đến quyết

định tham gia và mức độ tuân thủ chính sách của người lao động.

Vì vậy, việc hiểu rõ bản chất của tin giả và cơ chế tác động của nó đối với niềm tin công chúng là nền tảng quan trọng để xây dựng các giải pháp kiểm soát thông tin sai lệch, đồng thời củng cố uy tín và sự vững chắc của hệ thống bảo hiểm xã hội.

3.2. Khung phân tích ảnh hưởng của tin giả (Fake News) trên mạng xã hội đến niềm tin của công chúng về chính sách bảo hiểm xã hội

- *Cơ chế lan truyền của tin giả trên MXH*: Sự lan truyền nhanh chóng của tin giả trên MXH được thúc đẩy bởi các công nghệ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI), thuật toán đề xuất nội dung và hành vi chia sẻ của người dùng. Nghiên cứu của Soroush Vosoughi, Deb Roy và Sinan Aral (2018) cho thấy, tin giả có tốc độ phát tán nhanh hơn gấp 6 lần so với tin thật trên Twitter. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ tính giật gân của nội dung, khả năng kích thích phản ứng cảm xúc mạnh mẽ và mức độ thu hút sự chú ý cao hơn so với các thông tin chính xác (Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral 2018).

Thuật toán đề xuất nội dung đóng vai trò quan trọng trong việc xác định thông tin mà người dùng tiếp cận, từ đó ảnh hưởng đến tốc độ và phạm vi lan truyền của tin giả. Nghiên cứu của Eytan Bakshy, Solomon Messing và Lada A. Adamic (2015) cho thấy, thuật toán trên Facebook có xu hướng ưu tiên các bài viết có mức độ tương tác cao, đặc biệt là những nội dung mang tính tranh cãi hoặc khơi gợi cảm xúc. Điều này khiến tin giả có khả năng tiếp cận người dùng rộng rãi hơn so với các tin tức chính thống.

Hệ thống đề xuất nội dung dựa trên học máy có thể vô tình khuếch đại tin giả thông qua hiệu ứng “buồng dội âm” (echo chamber), trong đó người dùng liên tục tiếp xúc với các thông tin củng cố quan điểm cá nhân, thay vì tiếp cận những nguồn tin khách quan (Xinyi Zhou, Reza Zafarani, Kai Shu, Huan Liu, 2020). Đồng thời, nghiên cứu của Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins và David G. Rand (2018) chỉ ra rằng, người dùng mạng xã hội có xu hướng tin tưởng và chia sẻ rộng rãi các nội dung phổ biến mà không kiểm chứng độ xác thực, góp phần thúc đẩy sự lan truyền của tin giả.

Những cơ chế này có tác động trực tiếp đến nhận thức và niềm tin của công chúng đối với các vấn đề xã hội quan trọng, bao gồm chính sách bảo hiểm xã hội, khi thông tin sai lệch có thể làm gia tăng tâm lý hoài nghi và ảnh hưởng đến hành vi của người lao động.

- *Tin giả ảnh hưởng đến công chúng trên ba khía cạnh chính: nhận thức, cảm xúc và hành vi:*

+ *Tác động đến nhận thức:* Tin giả làm sai lệch nhận thức của công chúng về tính minh bạch và hiệu quả của hệ thống BHXH. Khi thông tin không chính xác được lan truyền rộng rãi, niềm tin vào các cơ quan thực thi chính sách có thể bị suy giảm, dẫn đến sự hiểu lầm về cách thức vận hành và mục tiêu của hệ thống.

+ *Tác động đến cảm xúc:* Tin giả thường khai thác các cảm xúc tiêu cực như sợ hãi, lo lắng và nghi ngờ, từ đó làm gia tăng tâm lý hoài nghi trong xã hội. Những phản ứng cảm xúc mạnh mẽ này không chỉ ảnh hưởng đến niềm tin cá nhân mà còn tạo ra sự mất lòng tin ở cấp độ cộng đồng. Nghiên cứu của Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins và David G. Rand (2018) cho thấy, tin giả có khả năng kích thích cảm xúc mạnh hơn so với tin tức chính thống, từ đó làm suy giảm mức độ tin cậy vào các tổ chức chính thức.

+ *Tác động đến hành vi:* Sự biến đổi trong nhận thức và cảm xúc có thể dẫn đến thay đổi trong hành vi của công chúng theo hướng tiêu cực. Những cá nhân tiếp xúc với tin giả có xu hướng từ chối tham gia BHXH, thậm chí góp phần vào sự lan truyền của thông tin sai lệch bằng cách chia sẻ mà không kiểm chứng. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến việc thực thi chính sách mà còn làm suy giảm hiệu quả của hệ thống an sinh xã hội.

- *Lý thuyết nền tảng:* Việc phân tích ảnh hưởng của tin giả trên MXH đến niềm tin của công chúng về chính sách BHXH dựa trên hai lý thuyết quan trọng: Lý thuyết Bất hòa Nhận thức (Cognitive Dissonance Theory) và Mô hình Vòng xoáy Lòng tin (Trust Spiral Model).

+ *Lý thuyết Bất hòa nhận thức* cho rằng, khi một cá nhân tiếp nhận thông tin mâu thuẫn với niềm tin sẵn có, họ sẽ trải qua trạng thái căng thẳng tâm lý (bất hòa nhận thức) và có xu hướng điều chỉnh niềm tin hoặc hành vi để giảm bớt căng thẳng này (Festinger, 1957). Trong bối cảnh tin giả về BHXH trên MXH, những cá nhân đã có định kiến tiêu cực về hệ thống BHXH dễ dàng tiếp nhận và tin vào tin giả hơn, vì thông tin sai lệch này phù hợp với quan điểm ban đầu của họ. Nghiên cứu của Dennis Chong và James N. Druckman (2007) cho thấy, khi công chúng tiếp nhận các thông tin xung đột, họ có xu hướng bám vào những thông tin củng cố quan điểm ban đầu, đồng thời tìm kiếm các nội dung hỗ trợ niềm tin đó thay vì xem xét những bằng chứng đối lập. Điều này lý giải vì sao tin giả về BHXH có thể tiếp tục lan truyền và làm suy giảm niềm tin của công chúng ngay cả khi các cơ quan chức năng cung cấp thông tin chính thống để phản bác.

+ *Mô hình Vòng xoáy lòng tin* đề xuất rằng lòng tin vào một tổ chức hoặc hệ thống không phải là một trạng thái tĩnh mà có thể bị suy giảm hoặc củng cố theo thời gian thông qua chuỗi tương tác và phản hồi từ môi trường (Russell Hardin, 2002). Khi niềm tin vào hệ thống BHXH bị xói mòn do tin giả, công chúng có xu hướng nghi ngờ, giảm mức độ tham gia, từ đó làm suy yếu hiệu quả của chính sách. Cụ thể, khi tin giả lan truyền rộng rãi, niềm tin vào BHXH giảm sút, dẫn đến việc ít người tham gia đóng góp vào hệ thống. Điều này có thể tạo ra áp lực tài chính lên quỹ BHXH, ảnh hưởng đến tính bền vững của hệ thống. Hệ quả là sự nghi ngờ của công chúng tiếp tục gia tăng, tạo thành một vòng xoáy suy giảm lòng tin, trong đó sự mất lòng tin không chỉ lan rộng mà còn tự khuếch đại theo thời gian. Nếu không có các biện pháp can thiệp mạnh mẽ, niềm tin này có thể tiếp tục suy giảm theo cấp số nhân.

Sự kết hợp giữa Lý thuyết Bất hòa nhận thức và Mô hình Vòng xoáy lòng tin giúp giải thích cơ chế tác động của tin giả đến niềm tin công chúng vào chính sách BHXH, đồng thời cung cấp cơ sở để xây dựng các chiến lược truyền thông nhằm giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực: *Lý thuyết Bất hòa nhận thức* cho thấy, cá nhân có xu hướng tiếp nhận và tin vào tin giả nếu nó phù hợp với niềm tin sẵn có của họ. Khi đã tin vào thông tin sai lệch, họ sẽ tìm kiếm và chia sẻ các nội dung củng cố quan điểm này, đồng thời bác bỏ các nguồn tin chính thống. *Mô hình Vòng xoáy lòng tin* mô tả quá trình suy giảm niềm tin khi tin giả tiếp tục lan truyền, dẫn đến hậu quả nghiêm trọng hơn. Những hành động này không chỉ tác động đến cá nhân mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến tính bền vững của hệ thống BHXH.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Vai trò của chính sách bảo hiểm xã hội trong hệ thống an sinh xã hội

BHXH là một trụ cột quan trọng trong hệ thống an sinh xã hội của mọi quốc gia, đóng vai trò bảo vệ và đảm bảo quyền lợi kinh tế cho người lao động và gia đình họ trước những rủi ro như ốm đau, thất nghiệp, hoặc khi bước vào tuổi nghỉ hưu. Chính sách BHXH không chỉ là công cụ bảo vệ quyền lợi cá nhân mà còn góp phần giảm thiểu bất bình đẳng xã hội và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Tại Việt Nam, Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 đã thiết lập một khung pháp lý vững chắc, tạo cơ sở cho sự chia sẻ rủi ro giữa các nhóm xã hội và bảo đảm sự hỗ trợ từ Nhà nước (Bảo hiểm xã hội Việt Nam, 2020). Tuy nhiên, trong bối cảnh nền kinh tế và xã hội đang biến đổi nhanh chóng, việc duy trì và phát triển hệ

thống BHXH đòi hỏi sự linh hoạt và thích ứng trước các thách thức mới.

Mặc dù hệ thống BHXH đã được thiết kế với nhiều ưu điểm, nhưng vẫn tồn tại một số thách thức lớn ảnh hưởng đến hiệu quả thực thi và mức độ tin cậy của công chúng. Một trong những vấn đề đáng quan tâm nhất là tỷ lệ tham gia BHXH còn thấp, đặc biệt trong nhóm lao động phi chính thức. Theo số liệu của Bảo hiểm xã hội Việt Nam (2024), tính đến năm 2023, cả nước có khoảng 18,26 triệu người tham gia BHXH, chiếm 39,25% lực lượng lao động trong độ tuổi, trong đó tỷ lệ tham gia BHXH tự nguyện chỉ đạt 3,92%. Con số này cho thấy mức độ bao phủ của hệ thống BHXH vẫn còn hạn chế, đặc biệt khi phần lớn lực lượng lao động phi chính thức chưa tham gia vào mạng lưới bảo hiểm, đặt ra thách thức lớn đối với tính bền vững tài chính của hệ thống. Bên cạnh đó, già hóa dân số đang tạo ra áp lực ngày càng lớn đối với hệ thống BHXH. Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có tốc độ già hóa dân số nhanh nhất thế giới, với những tác động sâu rộng đến an sinh xã hội. Theo báo Dân trí (2024), Việt Nam dự kiến sẽ chính thức bước vào giai đoạn già hóa dân số vào năm 2049, khi tỷ lệ người từ 60 tuổi trở lên chiếm 25% và tỷ lệ người từ 65 tuổi trở lên vượt 20% tổng dân số. Sự gia tăng nhanh chóng của nhóm người cao tuổi đồng nghĩa với việc số lượng người nhận lương hưu sẽ tăng đáng kể, trong khi lực lượng lao động đóng góp vào quỹ BHXH có nguy cơ suy giảm. Điều này có thể dẫn đến mất cân bằng giữa thu và chi, đe dọa đến tính bền vững tài chính của hệ thống BHXH trong dài hạn.

Trong bối cảnh chính sách BHXH phải đối mặt với những thách thức trên, MXH đã trở thành một kênh truyền tải thông tin quan trọng, nhưng cũng đồng thời là môi trường lan truyền tin giả, gây ảnh hưởng tiêu cực đến nhận thức và lòng tin của công chúng đối với hệ thống BHXH. Khi niềm tin bị xói mòn, NLD có xu hướng lựa chọn các giải pháp ngắn hạn thay vì đầu tư vào bảo hiểm dài hạn, làm giảm hiệu quả của chính sách BHXH. Trước thực trạng này, các cơ quan quản lý BHXH cần triển khai các chiến lược truyền thông đa nền tảng để cung cấp thông tin chính xác và kịp thời đến người dân. Hiệu quả của chiến lược truyền thông trong việc nâng cao tỷ lệ tham gia BHXH đã được chứng

minh qua các nghiên cứu quốc tế. Một nghiên cứu tại Hàn Quốc cho thấy, chiến dịch truyền thông hiệu quả có thể tăng tỷ lệ tham gia BHXH tự nguyện lên 20% chỉ trong vòng hai năm (Hayan Park, 2020). Điều này nhấn mạnh vai trò quan trọng của truyền thông trong việc cải thiện nhận thức và niềm tin của công chúng đối với chính sách BHXH.

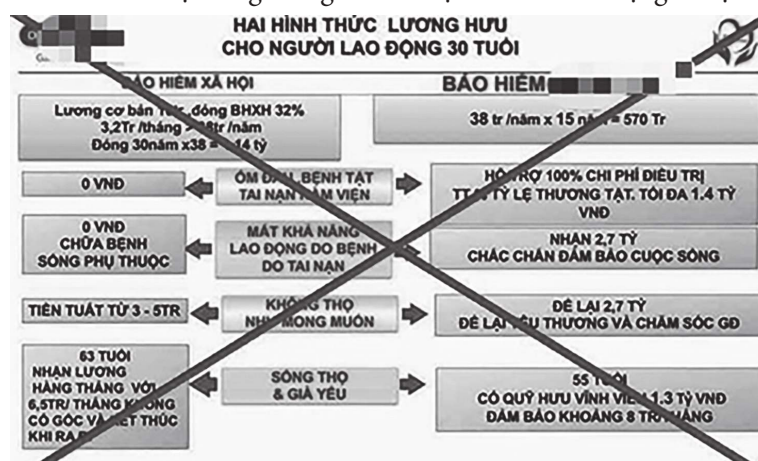
4.2. Tác động của tin giả về chính sách bảo hiểm xã hội đến công chúng qua ba khía cạnh: nhận thức, cảm xúc và hành vi

4.2.1. Tác động đến nhận thức

Tin giả liên quan đến chính sách BHXH trên MXH gây nhiều loạn thông tin, làm suy giảm sự hiểu biết chính xác của công chúng về hệ thống an sinh xã hội. Các nội dung sai lệch thường được trình bày dưới dạng lập luận có vẻ chặt chẽ, nhưng thực chất bóp méo hoặc diễn giải sai các khái niệm quan trọng liên quan đến BHXH. Khi được lan truyền rộng rãi, những thông tin này có thể làm gia tăng tâm lý hoài nghi của NLD về tính bền vững của quỹ BHXH, từ đó tác động tiêu cực đến hành vi tham gia BHXH của họ. Một trong những nội dung tin giả phổ biến trên MXH là khuyến khích NLD rút BHXH một lần, với lập luận rằng quỹ BHXH không đảm bảo quyền lợi dài hạn. Quan điểm sai lệch này có thể dẫn đến hệ quả nghiêm trọng, khiến NLD mất đi nhiều quyền lợi quan trọng như: Chế độ hưu trí, đảm bảo thu nhập ổn định khi về già; Bảo hiểm y tế suốt đời, giúp giảm thiểu gánh nặng chi phí khám chữa bệnh... Thực tế, tham gia BHXH không chỉ mang lại lợi ích trong quá trình lao động mà còn đảm bảo sự ổn định kinh tế khi nghỉ hưu hoặc gặp rủi ro. Tuy nhiên, tin giả về BHXH có thể khiến NLD đưa ra quyết định không có lợi về mặt dài hạn, như lựa chọn rút BHXH một lần thay vì tiếp tục tham gia để đảm bảo quyền lợi hưu trí trọn đời.

Bên cạnh đó, một trong những hệ quả đáng lo ngại của tin giả là sự nhầm lẫn giữa BHXH và bảo hiểm thương mại. Nhiều nội dung sai lệch cố tình đánh đồng hai loại hình bảo hiểm này, gây hiểu lầm rằng BHXH là một mô hình kinh doanh vì lợi nhuận, thay vì một chính sách an sinh xã hội phi lợi nhuận do Nhà nước bảo hộ. Quan niệm sai lệch này có thể làm suy giảm lòng tin của NLD vào hệ thống BHXH, dẫn đến sự e ngại hoặc từ chối tham gia bảo hiểm.

Hình 1. Một bảng thông tin sai được chia sẻ trên mạng xã hội



Nguồn: N. Minh. 2020

Trước thực trạng trên, BHXH Việt Nam đã triển khai nhiều biện pháp nhằm điều chỉnh nhận thức của công chúng và cung cấp thông tin chính xác về chính sách BHXH. Các chiến lược truyền thông được thực hiện theo nhiều hướng tiếp cận khác nhau:

- Chủ động công bố dữ liệu tài chính, thông tin về quyền lợi và chính sách trên các kênh chính thống, bao gồm: Website và fanpage chính thức của BHXH Việt Nam; Các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, đài truyền hình; Ứng dụng công nghệ số để phổ biến thông tin một cách trực quan và dễ tiếp cận...

- Kiểm soát và ngăn chặn tin giả trên MXH: BHXH Việt Nam phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông để rà soát và gỡ bỏ các bài viết, video sai lệch trên các nền tảng như Facebook, YouTube và TikTok, nhằm hạn chế tác động tiêu cực của tin giả đối với nhận thức

công chúng. Đồng thời, cơ quan này cũng đẩy mạnh việc xây dựng các nội dung truyền thông đa dạng, bao gồm video ngắn, đồ họa thông tin (infographic), bài viết dễ hiểu để giúp NLD tiếp cận thông tin chính thống một cách thuận lợi nhất

4.2.2. Tác động đến cảm xúc

Theo nghiên cứu của Antino Kim và Alan R. Dennis (2019), tin giả có khả năng kích thích các phản ứng cảm xúc tiêu cực, làm gia tăng tâm lý hoài nghi và suy giảm lòng tin vào các chính sách công. Tương tự, nghiên cứu của Gordon Pennycook và cộng sự (2019) chỉ ra rằng, tin giả được thiết kế để khai thác các cảm xúc mạnh, đặc biệt là sự lo lắng và bất an, khiến công chúng không chỉ dễ dàng tiếp nhận mà còn có xu hướng lan truyền rộng rãi hơn (Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins, David G. Rand, 2018).

Hình 2. Một Fanpage giả mạo cơ quan bảo hiểm xã hội trên MXH Facebook



Nguồn: Bảo hiểm xã hội Việt Nam, 2023

MXH đã trở thành nền tảng chủ chốt cho việc lan truyền các thông tin sai lệch về BHXH. Năm 2023, BHXH Việt Nam tiếp tục ghi nhận nhiều phản ánh từ người dân về các hành vi lừa đảo của một số fanpage Facebook giả mạo cơ quan BHXH. Các đối tượng này đã lợi dụng MXH để thực hiện các hành vi chiếm đoạt tài sản, đặc biệt trong quá trình hỗ trợ thực hiện các thủ tục liên quan đến BHXH và bảo hiểm y tế (BHYT). Trong bối cảnh chính sách BHXH và BHYT ngày càng khẳng định giá trị nhân văn và tính ưu việt, nhận thức của người dân và NLĐ về sự cần thiết, ý nghĩa và lợi ích thiết thực của hệ thống BHXH đã được nâng cao đáng kể. Tuy nhiên, chính sự gia tăng niềm tin và tỷ lệ tham gia tích cực vào hệ thống BHXH đã trở thành mục tiêu bị các đối tượng lừa đảo khai thác. Nhiều trường hợp giả danh nhân viên của cơ quan BHXH Việt Nam để lừa gạt, chiếm đoạt tài sản, đồng thời làm ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín của cơ quan quản lý.

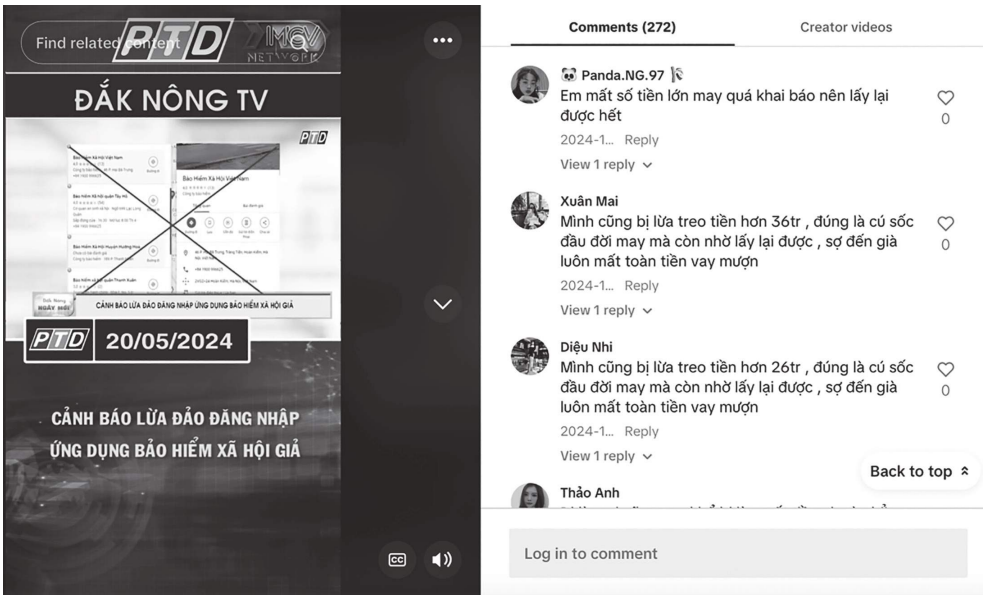
Nhằm hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của tin giả đối với nhận thức và cảm xúc của công chúng, BHXH Việt Nam đã phối hợp với các cơ quan báo chí để đưa ra cảnh báo kịp thời về các hình thức lừa đảo liên quan đến BHXH. Những thông tin chính thống được truyền tải thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng giúp người dân nhận diện các hành vi gian lận và chủ động phòng tránh. Ngoài ra, BHXH Việt Nam đã thiết lập đường dây nóng và chatbot hỗ trợ trực tuyến, cho phép người dân nhanh chóng xác minh thông tin, kịp thời phát hiện và phản ánh các trường hợp lừa đảo, qua

đó giảm thiểu tác động của tin giả đối với niềm tin của công chúng. Những giải pháp này góp phần tăng cường hiệu quả quản lý thông tin, giúp nâng cao nhận thức của người dân, từ đó hạn chế sự lan truyền của các tin đồn sai lệch và bảo vệ sự minh bạch của hệ thống BHXH (Bảo hiểm xã hội Việt Nam, 2024).

4.2.3. Tác động đến hành vi

Tác động đáng kể nhất của tin giả là ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi của người dùng, khiến họ có xu hướng chia sẻ thông tin ngay lập tức mà không kiểm tra tính xác thực. Đồng thời, các thuật toán MXH ưu tiên hiển thị các nội dung thu hút sự chú ý, bất kể mức độ chính xác của chúng (Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, 2018). Các nội dung tin giả thường được xây dựng với mục đích tạo sự chú ý bằng cách sử dụng tiêu đề giật gân, từ ngữ cảm xúc mạnh và hình ảnh minh họa gây sốc. Cụ thể, từ khóa như “quỹ BHXH phá sản”, “mức đóng BHXH không minh bạch” và “quyền lợi BHXH bị hạn chế” xuất hiện thường xuyên trong các bài viết và video có lượng tương tác cao. Hệ quả của hiện tượng này là sự suy giảm đáng kể niềm tin của công chúng. Sự lan truyền của tin giả khiến người dân hoài nghi về tính minh bạch và hiệu quả của hệ thống BHXH, từ đó ảnh hưởng đến quyết định tham gia và tuân thủ chính sách. Đồng thời, sự phổ biến của các thông tin sai lệch này đặt ra thách thức lớn đối với các cơ quan chức năng khi họ phải liên tục theo dõi, phản hồi và xử lý tin giả trong thời gian ngắn nhằm bảo vệ uy tín và hiệu suất hoạt động của hệ thống BHXH.

Hình 3. Các bình luận nổi bật của công chúng trên MXH TikTok xoay quanh nội dung “Cảnh báo lừa đảo đăng nhập ứng dụng BHXH giả”



Nguồn: Truyền hình Đắk Nông, 2024

Các phản ứng từ công chúng MXH đã làm nổi bật phương thức lừa đảo tinh vi liên quan đến BHXH qua nền tảng Zalo. Cụ thể, các đối tượng mạo danh cán bộ BHXH tại các địa phương liên hệ với người dân qua điện thoại và yêu cầu cập nhật thông tin căn cước công dân (CCCD). Người dân được hướng dẫn truy cập một liên kết có đuôi “.gov.vn.com” trên thiết bị di động, liên kết này được thiết kế để hiển thị giao diện giả mạo tương tự ứng dụng chính thức “VSSID - Bảo hiểm xã hội số” của BHXH Việt Nam. Sau khi tạo lòng tin ban đầu, các đối tượng tiếp tục yêu cầu nạn nhân kết bạn qua Zalo và thực hiện nhập số điện thoại cùng mật khẩu bất kỳ. Khi các bước này được xác nhận, toàn bộ thông tin đăng nhập sẽ bị đánh cắp, dẫn đến việc tài khoản ngân hàng của nạn nhân bị truy cập trái phép và toàn bộ số tiền bị chiếm đoạt. Phương thức lừa đảo này không chỉ tinh vi mà còn nhắm vào sự thiếu cảnh giác và hiểu biết công nghệ của một bộ phận công chúng, gây ra hậu quả nghiêm trọng về kinh tế và niềm tin đối với hệ thống BHXH. Điều này gây khó khăn lớn cho việc thực thi và duy trì các chính sách an sinh xã hội. Sự mất niềm tin kéo dài có thể dẫn đến hậu quả lâu dài, bao gồm giảm tỷ lệ tham gia BHXH và gia tăng áp lực tài chính đối với hệ thống bảo hiểm, từ đó ảnh hưởng đến an ninh kinh tế và xã hội.

Trong bối cảnh gia tăng các hành vi lan truyền thông tin sai lệch liên quan đến BHXH, các cơ quan chức năng Việt Nam đã chủ động triển khai các biện pháp nhằm kiểm soát và xử lý tình trạng này một cách hiệu quả. Cụ thể, BHXH Việt Nam đã phối hợp chặt chẽ với Bộ Công an để tiến hành điều tra, xác minh và xử lý các cá nhân, tổ chức có hành vi phát tán tin giả, đồng thời áp dụng các chế tài xử phạt nghiêm khắc nhằm nâng cao tính răn đe và phòng ngừa vi phạm. (Bảo hiểm xã hội Việt Nam, 2022).

4.3. Thách thức và cơ hội trong việc đối phó với tin giả về chính sách bảo BHXH ở Việt Nam hiện nay

- *Thách thức từ sự phức tạp của công nghệ hiện đại và sự thiếu hụt các cơ chế giám sát hiệu quả:* Sự phát triển không ngừng của công nghệ đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất và lan truyền tin giả ngày càng tinh vi. Các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) như Deepfake hoặc các thuật toán học máy hiện nay có khả năng tạo ra các nội dung giả mạo có độ chân thực cao, từ văn bản, hình ảnh đến video. Điều này khiến việc phân biệt giữa thông tin thật và giả trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Tại Việt Nam, tình trạng thiếu cơ chế giám sát và phản ứng nhanh đối với tin giả là một thách thức lớn. Thêm vào đó, sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng MXH

như Facebook và TikTok với lượng người dùng khổng lồ, đã tạo ra môi trường lý tưởng để tin giả lan rộng. Việc kiểm duyệt nội dung trên các nền tảng này thường gặp khó khăn do thiếu sự phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan chức năng và các công ty công nghệ. Hệ quả là tin giả không chỉ gây hoang mang cho công chúng mà còn làm suy yếu niềm tin vào các chính sách công quan trọng như BHXH, từ đó ảnh hưởng đến tính bền vững của hệ thống an sinh xã hội.

- *Cơ hội ứng dụng công nghệ và xây dựng truyền thông minh bạch:* Bên cạnh những thách thức, các tiến bộ công nghệ cũng mở ra cơ hội lớn trong việc nhận diện và xử lý tin giả. Một trong những giải pháp tiềm năng là ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để phát hiện và kiểm chứng thông tin. Các hệ thống AI như Fact-checking AI hoặc Natural Language Processing (NLP) có thể tự động phân tích nội dung và xác minh độ chính xác của thông tin lan truyền. Ví dụ, các nền tảng như Facebook và Twitter đã bắt đầu tích hợp công nghệ AI để gắn nhãn cảnh báo đối với các bài đăng có dấu hiệu sai sự thật. Theo báo cáo của McKinsey (2022), việc sử dụng AI để kiểm chứng thông tin có thể giảm thiểu tới 35% lượng tin giả lan truyền trên các nền tảng trực tuyến. Ngoài ra, việc xây dựng một hệ sinh thái truyền thông minh bạch cũng đóng vai trò quan trọng. Điều này bao gồm việc cải thiện các chiến dịch truyền thông chính thống nhằm cung cấp thông tin chính xác, dễ hiểu và kịp thời về chính sách BHXH. Việc hợp tác giữa các cơ quan chức năng, doanh nghiệp công nghệ và các tổ chức xã hội là cần thiết để xây dựng cơ chế đối phó hiệu quả và lâu dài.

Việc đối phó với tin giả đòi hỏi sự kết hợp giữa công nghệ hiện đại và các chiến lược quản lý thông tin hiệu quả. Tuy nhiên, nếu không có sự phối hợp toàn diện, nguy cơ gia tăng mất niềm tin của công chúng sẽ tiếp tục kéo dài, gây tổn hại không chỉ cho hệ thống BHXH mà còn cho toàn bộ cấu trúc an sinh xã hội. Đồng thời, việc tận dụng các cơ hội từ công nghệ AI và minh bạch hóa thông tin có thể giúp giảm thiểu những tác động tiêu cực, từ đó xây dựng lại lòng tin của công chúng và thúc đẩy tính bền vững của chính sách BHXH.

5. Một số giải pháp đối phó với tin giả về chính sách bảo hiểm xã hội

Để giảm thiểu tác động của tin giả, nghiên cứu đề xuất các giải pháp sau:

- *Một là, xây dựng chiến lược truyền thông phản ứng nhanh để đối phó với tin giả:* Một trong những giải pháp thiết yếu để giảm thiểu tác động của tin giả về chính sách BHXH là xây dựng chiến lược truyền thông phản

ứng nhanh, trong đó nhấn mạnh vai trò của đội ngũ kiểm chứng thông tin và ứng dụng công nghệ hiện đại.

Việc xây dựng đội ngũ kiểm chứng thông tin chuyên nghiệp (Fact-checking team) đóng vai trò then chốt trong nỗ lực giảm thiểu tác động của tin giả lên niềm tin công chúng. Những đội ngũ này không chỉ thực hiện việc xác minh mà còn có trách nhiệm nhanh chóng phản bác các thông tin sai lệch một cách hiệu quả. Theo Wardle và Derakhshan (2017), các tổ chức sở hữu đội ngũ kiểm chứng độc lập có thể giảm tới 40% tác động tiêu cực của tin giả đối với công chúng (Claire Wardle, PhD Hossein Derakhshan, 2017). Tại Việt Nam, cần xây dựng các nhóm chuyên trách thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông hoặc các cơ quan BHXH, với nhiệm vụ theo dõi, kiểm chứng và đưa ra các phản hồi trong thời gian ngắn nhằm bảo vệ tính minh bạch của chính sách BHXH. Phản hồi từ các nhóm chuyên trách cần đạt được hai mục tiêu chính: tính kịp thời và tính chính xác. Tính kịp thời đảm bảo rằng tin giả được phát hiện và xử lý nhanh chóng trước khi lan truyền rộng rãi, trong khi tính chính xác giúp củng cố lòng tin của công chúng và duy trì sự minh bạch của chính sách BHXH. Để đạt được điều này, các nhóm chuyên trách tại Việt Nam phải xây dựng một quy trình phản hồi hiệu quả với các đặc điểm sau:

- + Sử dụng các công cụ giám sát MXH theo thời gian thực để phát hiện sớm các nội dung sai lệch liên quan đến chính sách BHXH.

- + Đội ngũ kiểm chứng cần đối chiếu thông tin với các cơ sở dữ liệu chính thống từ cơ quan BHXH, qua đó đảm bảo rằng mọi phản hồi đều dựa trên các thông tin chính xác, có cơ sở pháp lý rõ ràng.

- + Khi phát hiện tin giả, phản hồi cần được công bố rộng rãi qua các kênh truyền thông chính thống, chẳng hạn như trang thông tin chính thức của cơ quan BHXH trên MXH hoặc website. Việc này không chỉ ngăn chặn sự lan truyền của tin giả mà còn giúp định hướng lại nhận thức của công chúng.

- + Phản hồi cần đi kèm với các chiến lược truyền thông tích cực, như trả lời câu hỏi của người dân hoặc tổ chức các buổi đối thoại trực tuyến để tăng cường niềm tin và sự tương tác.

Như vậy, phản hồi từ các nhóm chuyên trách không chỉ dừng lại ở việc xác minh và bác bỏ thông tin sai lệch, mà còn phải được mở rộng đến việc thiết lập các kênh thông tin minh bạch, tương tác chặt chẽ với công chúng để củng cố lòng tin dài hạn vào hệ thống chính sách BHXH

Bên cạnh yếu tố con người, công nghệ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI) và học máy (Machine Learning) đang ngày càng chứng tỏ hiệu quả trong việc phát hiện và kiểm soát tin giả. Theo báo cáo của McKinsey (2022), các công cụ AI có thể xử lý và phân tích hàng triệu bài viết, bình luận trên MXH, qua đó phát hiện các dấu hiệu sai lệch. Việc tích hợp các hệ thống này với các nền tảng lớn như Facebook và TikTok không chỉ giúp gắn nhãn các bài đăng chứa thông tin sai lệch mà còn giảm đáng kể tốc độ lan truyền của tin giả. Đặc biệt, trong bối cảnh thông tin liên quan đến chính sách BHXH thường xuyên bị bóp méo, sự kết hợp giữa đội ngũ kiểm chứng chuyên nghiệp và công nghệ AI sẽ mang lại hiệu quả vượt trội trong việc bảo vệ niềm tin công chúng và tính ổn định của hệ thống an sinh xã hội.

- *Tăng cường giáo dục công chúng để đối phó với tin giả:* Một trong những nguyên nhân chính khiến tin giả dễ dàng lan truyền trên MXH là do sự thiếu hiểu biết của công chúng về cách phân biệt thông tin chính xác và tin giả. Để giải quyết vấn đề này, cần triển khai các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức và kỹ năng truyền thông của công chúng. Trước tiên, các chương trình giáo dục truyền thông cần được tổ chức để giúp người dân hiểu rõ về nguy cơ của tin giả và cách phân biệt thông tin chính xác. Những chương trình này có thể được lồng ghép vào các hoạt động cộng đồng hoặc thực hiện qua các chiến dịch truyền thông đại chúng.

Bên cạnh đó, hệ thống BHXH cần phát triển các ứng dụng hoặc công cụ trực tuyến cho phép người dân dễ dàng kiểm chứng thông tin. Một ví dụ thành công là ứng dụng Hoaxy tại Mỹ, giúp theo dõi và kiểm chứng tin giả trên MXH (Chengcheng Shao, Giovanni Luca Ciampaglia, Onur Varol, Alessandro Flammini, Filippo Mencz, 2017). Việc triển khai một ứng dụng tương tự tại Việt Nam, tích hợp với dữ liệu từ các cơ quan BHXH sẽ giúp tăng cường khả năng tự kiểm chứng của công chúng.

- *Hợp tác đa bên:* Các nền tảng MXH như Facebook, YouTube, và TikTok cần có trách nhiệm hợp tác chặt chẽ với các cơ quan nhà nước để kiểm soát và gỡ bỏ tin giả. Việc áp dụng các công cụ kiểm duyệt nội dung tự động và phản hồi nhanh khi nhận được báo cáo từ người dùng là cần thiết để hạn chế tác động của tin giả.

Sự phối hợp đa bên là một yếu tố quan trọng để xây dựng một môi trường thông tin minh bạch. Các cơ quan nhà nước, như Bộ Thông tin và Truyền thông, cần phối hợp với các tổ chức phi chính phủ và doanh nghiệp công nghệ để triển khai các chiến dịch truyền thông rộng rãi. Ví dụ, chương trình First Draft tại Anh đã thành công

trong việc xây dựng liên minh giữa các cơ quan truyền thông và Chính phủ để kiểm chứng và chống lại tin giả (Claire Wardle, PhD Hossein Derakhshan, 2017).

- *Chính sách bảo vệ hệ thống BHXH*: Sự phát tán tin giả không chỉ ảnh hưởng tiêu cực đến hệ thống BHXH mà còn vi phạm các nguyên tắc đạo đức và pháp luật, gây hậu quả nghiêm trọng đối với niềm tin của công chúng. Mặc dù Việt Nam đã có các quy định pháp lý để xử phạt hành vi phát tán tin giả nhưng việc thực thi vẫn còn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là trong môi trường MXH phức tạp và khó kiểm soát. Để nâng cao hiệu quả quản lý, cần ban hành và sửa đổi các quy định pháp luật nghiêm ngặt hơn, bao gồm việc tăng mức phạt đối với các tổ chức và cá nhân cố tình lan truyền tin giả. Đồng thời, hệ thống BHXH cần phối hợp chặt chẽ với các tổ chức công nghệ thông tin và cơ quan thực thi pháp luật

để xác minh, xử lý các nguồn phát tán tin giả một cách nhanh chóng và hiệu quả. Tại Singapore, Đạo luật Bảo vệ khỏi sự sai lệch và thao túng trực tuyến (POFMA) đã được áp dụng thành công trong việc ngăn chặn và xử phạt các cá nhân và tổ chức phát tán tin giả, góp phần giảm 35% các nội dung không đúng sự thật trên MXH (Singapore Government, 2021). Những biện pháp này không chỉ giúp giảm thiểu tác động của tin giả mà còn củng cố sự minh bạch và uy tín của hệ thống BHXH trong mắt công chúng.

Những giải pháp trên không chỉ nhằm mục đích bảo vệ sự minh bạch và uy tín của hệ thống BHXH mà còn giúp xây dựng một môi trường thông tin lành mạnh trên MXH. Thực hiện đồng bộ các giải pháp này sẽ tăng cường niềm tin của công chúng, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của hệ thống BHXH trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Antino Kim, Alan R. Dennis. (2019). Says Who? How News Presentation Format Influences Perceived Believability and the Engagement Level of Fake News in Social Media. *Journal of Trust Research*, 9(2), 1-20.
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2020). Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật về BHXH, BHYT hướng tới bao phủ toàn dân và bảo đảm an sinh bền vững. *Bảo hiểm xã hội Việt Nam*, <https://baohiemxahoi.gov.vn/UserControls/Publishing/News/BinhLuan/pFormPrint.aspx?UrlListProcess=/content/tintuc/Lists/News&ItemID=14364&IsTA=False>
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2022). BHXH Việt Nam và Bộ Công an phối hợp hiệu quả trong xử lý kịp thời, nghiêm minh các hành vi vi phạm pháp luật về BHXH, BHYT. *Bảo hiểm xã hội Việt Nam*, <https://baohiemxahoi.gov.vn/UserControls/Publishing/News/BinhLuan/pFormPrint.aspx?UrlListProcess=/content/tintuc/Lists/News&ItemID=19480&IsTA=False>
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2023a). Cảnh báo: Mạo danh cơ quan BHXH trên Facebook, lừa đảo cả trăm triệu đồng. *Bảo hiểm xã hội Việt Nam*, <https://baohiemxahoi.gov.vn/gioithieu/Pages/gioi-thieu-chung.aspx?CateID=0&ItemID=20194>
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2023b). Cẩn trọng với hình thức lừa đảo giả mạo cơ quan BHXH. *Bảo hiểm xã hội Việt Nam*, <https://baohiemxahoi.gov.vn/tintuc/Pages/hoat-dong-he-thong-bao-hiem-xa-hoi.aspx?itemID=22957&CateID=52>
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2023c). 10 kết quả nổi bật của ngành BHXH Việt Nam năm 2023. *Bảo hiểm xã hội Việt Nam*, <https://baohiemxahoi.gov.vn/tintuc/Pages/linh-vuc-bao-hiem-xa-hoi.aspx?CateID=0&ItemID=22330>
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2024b). Cảnh giác với các thủ đoạn lừa đảo về BHXH, BHYT. *Bảo hiểm xã hội Việt Nam*, <https://baohiemxahoi.gov.vn/tintuc/Pages/hoat-dong-he-thong-bao-hiem-xa-hoi.aspx?itemID=22957&CateID=52>
- Chengcheng Shao, Giovanni Luca Ciampaglia, Onur Varol, Alessandro Flammini, Filippo Mencz. (2017). The spread of fake news by social bots. *Nature Communications*, 9(1), 1-14.
- Claire Wardle, PhD Hossein Derakhshan. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. *Journal of Communication*, 67(2), 233-255.
- Dennis Chong, James N. Druckman. (2007). Framing Public Opinion in Competitive Democracies. *American Political Science Review*, 101(4), 637-655.
- Eytan Bakshy, Solomon Messing, & Lada A. Adamic. (2015). Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- Francis Fukuyama. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins, David G. Rand. (2018). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*, 66(11), 4944-4957.
- Hiên, H. (2024). Số người tham gia bảo hiểm xã hội giảm, do đâu?. *Báo Hà Nội Mới*.
- Hayan Park, Muhammad Firdaus Samijadi. (2020). Social Security Communication Strategies in South Korea. *Journal of Public Administration*, 58(4), 233-256.

- Hunt Allcott, Matthew Gentzkow. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- International Labour Organization. (2020). *Social protection for older persons: Policy trends and statistics 2020-2022*. International Labour Organization.
- McKinsey & Company. (2022). *The Role of AI in Combating Fake News*. McKinsey & Company.
- Minh, N. (2020). Cần xử lý nghiêm việc đưa thông tin sai lệch về chính sách BHXH, BHYT trên mạng xã hội. *Báo Lâm Đồng*, <https://baolamdong.vn/phapluat/202008/can-xu-ly-nghiem-viec-dua-thong-tin-sai-lech-ve-chinh-sach-bhxh-bhyt-tren-mang-xa-hoi-3018471/>
- Nga, N.T.V. (2023). Góc nhìn: Giải pháp nào cho việc hạn chế rút bảo hiểm xã hội một lần?. *Cổng thông tin điện tử Quốc hội Việt Nam*, <https://quochoi.vn/tintuc/Pages/tin-hoat-dong-cua-quoc-hoi.aspx?ItemID=83420>
- Nhiên, A. (2024). Cần có chính sách toàn diện thích ứng với già hóa dân số. *Báo Dân trí*.
- Redhita Putri Wijayanti, Putu Wuri Handayani, Fatimah Azzahro. (2021). *Intention to seek health information on social media in Indonesia*. *Asian Social Science*, 17(3), 45-58.
- Russell Hardin. (2002). *Trust and Trustworthiness*. Russell Sage Foundation.
- Singapore Government. (2021). *Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act (POFMA)*. Singapore Government.
- Sorosh Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Truyền hình Đắk Nông. (2024). Cảnh báo lừa đảo đăng nhập ứng dụng bảo hiểm xã hội giả, <https://vt.tiktok.com/ZSMjmWMds/>
- We Are Social. (2022). *Digital 2022: Vietnam*, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-vietnam>
- Xinyi Zhou, Reza Zafarani, Kai Shu, Huan Liu. (2020). *Fake News: Fundamental Theories, Detection Strategies, and Challenges*. *ACM Computing Surveys*, 53(4), 1-36.

MỘT SỐ YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI NHẬN THỨC CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI VỀ NGƯỜI ĐỒNG TÍNH

ThS. Đỗ Thị Ngọc Bích

Trường Đại học Lao động - Xã hội

bichctxh@gmail.com

Tóm tắt: Cộng đồng người đồng tính nữ, đồng tính nam, song tính, chuyển giới (LGBT) là một bộ phận trong xã hội nhưng đang phải chịu nhiều sự kỳ thị của xã hội do những khác biệt về xu hướng tính dục của bản thân. Để góp phần giảm thiểu định kiến và kỳ thị đối với người đồng tính từ trong ý thức nhằm tiến tới công nhận và đối xử bình đẳng với họ là cả quá trình dài, khó khăn và cần có sự nhận thức lại từ cộng đồng xã hội, trong đó có sinh viên. Đây là nhóm đối tượng có trình độ tương đối cao, có cơ hội tiếp cận thông tin và truyền tải thông tin bằng nhiều hình thức khác nhau. Hơn nữa, sinh viên cũng là bộ phận rất dễ bị ảnh hưởng bởi những điều mới lạ nên các em cần có những hiểu biết đúng đắn về người đồng tính để ngăn chặn cũng như tránh khỏi sự lôi kéo của những đối tượng xấu cũng như có thể góp phần giúp người đồng tính cởi mở, hòa nhập tốt hơn với đời sống xã hội, từ đó nâng cao chất lượng cuộc sống của nhóm đối tượng này. Bài viết tập trung phân tích các yếu tố tác động tới nhận thức của sinh viên trường Đại học Lao động - Xã hội (ĐHLĐXH), để từ đó giúp sinh viên nhận thức đúng đắn hơn về người đồng tính nhằm giảm kỳ thị và phát huy kỹ năng hỗ trợ đối với người đồng tính.

Từ khóa: nhận thức, đồng tính, sinh viên

FACTORS AFFECTING STUDENTS' PERCEPTIONS OF HOMOSEXUALITY AT THE UNIVERSITY OF LABOR AND SOCIAL AFFAIRS

Abstract: The lesbian, gay, bisexual, and transgender (LGBT) community is an integral part of society; however, it faces significant social stigma stemming from variations in sexual orientation. The journey towards acknowledging and ensuring equal treatment for homosexual individuals, aimed at diminishing prejudice and discrimination within societal awareness, is a lengthy and arduous endeavor. It necessitates a shift in awareness within the social community, including among students. This group consists of individuals with considerable qualifications, who possess the ability to access and convey information in various formats. Furthermore, students are particularly vulnerable to external influences, making it crucial for them to gain a comprehensive understanding of homosexuality. This awareness

can protect them from being misled by detrimental figures and empower them to advocate for LGBT individuals, fostering greater openness and integration within society, which in turn enhances the overall quality of life for all. This article examines the elements that shape the perceptions of students at the University of Labour and Social Affairs (ULSA). Its objective is to assist students in cultivating a more precise understanding of homosexuality, diminishing discrimination, and improving their capacity to support LGBT individuals.

Keywords: *homosexual, perception, student*

Mã bài báo: JHS - 256

Ngày nhận bài sửa: 08/03/2025

Ngày nhận bài: 15/02/2025

Ngày duyệt đăng: 20/03/2025

Ngày nhận phản biện: 26/02/2025

1. Đặt vấn đề

Cộng đồng những người có giới tính khác biệt bao gồm: đồng tính nữ, đồng tính nam, song tính, chuyển giới được viết tắt là LGBT. Nhiều người thường cho rằng Gay (đồng tính nam), Lesbian (đồng tính nữ)... là một bệnh về tâm thần và cố gắng tìm cách chữa trị bằng các liệu pháp tâm lý. Tuy nhiên, từ năm 1973, Hiệp hội Tâm thần học Mỹ đã không còn xem đồng tính là một bệnh tâm thần. Hiện nay, hầu hết các nhà tâm thần học, tâm lý học và chuyên gia sức khỏe tâm thần đã thống nhất rằng đồng tính không phải là bệnh, rối loạn tâm lý hay vấn đề cảm xúc. Đây là quan điểm được đưa ra trong nghiên cứu của Phương (2013)

Hiện nay, vẫn chưa có số liệu thống kê chính xác về số lượng người đồng tính ở Việt Nam. Theo nghiên cứu của Ngân & Ly (2019), Việt Nam hiện đang có khoảng 1,6 triệu người đồng tính, song tính và chuyển giới ở độ tuổi 15-59. Kết quả nghiên cứu của CCIHP (2017) cho thấy, khoảng 3% dân số có thiên hướng tình dục đồng tính, nếu lấy tỷ lệ này áp dụng cho Việt Nam thì hiện nay cả nước có khoảng gần 3 triệu người đồng tính.

Ở Việt Nam, với những chuẩn mực và định kiến “lâu đời” của xã hội, những người đồng tính cũng phải trải qua một hành trình khá dài và phức tạp về tâm lý để tự tìm hiểu, nhận định và tự chấp nhận giới tính thật của mình. Tiếp sau đó là sự can đảm trong việc quyết định công khai giới tính trước người thân, bạn bè, đồng nghiệp và cuối cùng là bước ra xã hội.

Dù vẫn chưa được chính thức thông qua về mặt pháp luật nhưng có thể thấy cộng đồng xã hội đã có những hoạt động và chiến dịch kêu gọi ủng hộ hết sức ý nghĩa và tích cực cho hôn nhân đồng tính những năm gần đây. Vì vậy, đối với người đồng tính tại Việt Nam, việc được gia đình chấp nhận và được sống cùng người mình yêu là điều trân quý, hạnh phúc nhất nhưng vẫn còn vấp phải rất nhiều khó khăn, đặc biệt là sự kỳ thị và phân biệt đối xử với những người đồng tính. Sự phân biệt, kỳ thị có thể xuất phát từ những người xung quanh đã khiến những người đồng tính luôn sống trong sự day dứt, tâm trạng khó chịu

và thấy có lỗi. Họ lẩn tránh và dần tách biệt khỏi xã hội về nhiều mặt, từ chỗ làm đến các nơi đông người họ có cảm giác bị nhìn với ánh mắt khác người. Vì vậy, nhiều người đồng tính không muốn ra ngoài giao tiếp với xã hội, nhiều người thì chỉ ra ngoài vào ban đêm và chỉ làm việc trong các đoàn ca nhạc, xiếc... hoặc làm việc ở những nơi chung với những người thuộc cộng đồng LGBT. Theo kết quả điều tra của Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE) năm 2015 thì gần 30% người từng bị từ chối việc làm vì là người thuộc cộng đồng LGBT. Họ cũng gặp phải những nhận xét, đánh giá, hành vi tiêu cực từ đồng nghiệp, lãnh đạo, khách hàng và cả đối tác.

Việc xóa bỏ định kiến và kỳ thị người đồng tính từ trong ý thức để tiến tới công nhận và đối xử bình đẳng với họ là cả quá trình dài, khó khăn và cần có sự nhận thức lại từ cộng đồng xã hội. Bên cạnh đó, còn giúp người đồng tính có thể cởi mở, hòa nhập tốt hơn với đời sống xã hội, từ đó nâng cao chất lượng cuộc sống của người đồng tính.

Sinh viên là nhóm đối tượng có trình độ tương đối cao, có cơ hội tiếp cận thông tin và truyền tải thông tin bằng nhiều hình thức khác nhau. Hơn nữa, sinh viên cũng là bộ phận rất dễ bị ảnh hưởng bởi những điều mới lạ. Cộng đồng người đồng tính có thể bao gồm nhiều nghề nghiệp, đối tượng, nhiều độ tuổi. Vì thế, sinh viên cần có những hiểu biết đúng đắn về vấn đề này để tự bảo vệ bản thân cũng như có những thái độ ứng xử phù hợp với nhóm đối tượng này trong cuộc sống.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm về nhận thức, sinh viên, người đồng tính, nhận thức của sinh viên về người đồng tính

2.1.1. Khái niệm nhận thức

Từ điển tiếng Việt của tác giả Đệ (2018) giải thích nhận thức một cách ngắn gọn: “Biết rõ ràng, chắc chắn, hiểu biết sự vật bên ngoài”.

Từ điển Tâm lý học của Dững (2008) cho rằng, nhận thức tức là “Hiểu được điều gì đó, tiếp thu những kiến thức về điều nào đó, hiểu biết những quy luật về những hiện tượng, quá trình nào đó”.

2.1.2. Khái niệm sinh viên

Theo Từ điển Tiếng Việt: “Sinh viên được dùng để chỉ người học ở bậc đại học”. Sinh viên hay các học viên học cao học, nghiên cứu sinh đều là những cá nhân học tập, tiếp thu tri thức mới theo phương pháp nghiên cứu, tự học, tự tìm tòi khám phá.

Theo Luật Giáo dục số 43/2019/QH14 ngày 14 tháng 6 năm 2019, sinh viên được hiểu người đang học tập tại các cơ sở giáo dục trong hệ thống giáo dục quốc dân như trường cao đẳng, trường đại học.

Như vậy có thể thấy, hiện nay, khái niệm sinh viên được toàn xã hội sử dụng rộng rãi và được chấp nhận với ý nghĩa: Sinh viên là người học tập tại các trường đại học, cao đẳng. Ở đó, họ được truyền đạt kiến thức bài bản về một ngành nghề, chuẩn bị cho công việc trong tương lai của họ. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả chỉ nghiên cứu các sinh viên thuộc hệ đại học chính quy tập trung, học đại học văn bằng thứ nhất.

2.1.3. Khái niệm người đồng tính

Từ điển Bách khoa Việt Nam (tập 1) đã đưa ra định nghĩa về đồng tính như sau: “Là quan hệ luyến ái, tình dục giữa những người cùng giới tính, đều có bộ phận sinh dục phát triển bình thường”.

Trong giáo trình “Công tác xã hội với người đồng tính, song tính và chuyển giới” của Anh (2019), đồng tính hoàn toàn không phải là một sự rối loạn tâm sinh lý mà là một hiện tượng sinh học tự nhiên, chịu sự tác động qua lại phức tạp của các yếu tố di truyền, yếu tố môi trường tử cung trong giai đoạn đầu ở thai nhi. Hiệp hội Tâm lý học Hoa Kỳ (APA: American Psychological Association) đã loại đồng tính ra khỏi danh sách các triệu chứng và bệnh rối loạn tâm thần vào năm 1973. Ngày 17/5/1990, Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) đã chính thức loại đồng tính ra khỏi danh sách bệnh. Do vậy, ngày 17/5 đã được chọn là ngày Quốc tế chống kỳ thị với những người LGBT (gọi tắt là IDAHO).

Như vậy, các nhà khoa học đã khẳng định đồng tính không phải là bệnh, không phải là rối loạn tâm lý hay cảm xúc mà đó là xu hướng tính dục hoàn toàn tự nhiên của con người. Trong bài viết này, tác giả hiểu người đồng tính là một người (nam hoặc nữ) có sự hấp dẫn về cảm xúc hoặc tình cảm hoặc tình dục với người cùng giới tính với mình.

2.1.4. Khái niệm nhận thức của sinh viên về người đồng tính

Từ những khái niệm trên về sinh viên, khái niệm về

nhận thức, khái niệm về người đồng tính, để cập tới nhận thức của sinh viên về người đồng tính, trong nghiên cứu này, tác giả đưa ra khái niệm “*nhận thức của sinh viên về người đồng tính là suy nghĩ, cách hiểu của sinh viên về bản chất, biểu hiện, nguyên nhân của hiện tượng đồng tính cũng như về các loại hình đồng tính và xu hướng tính dục của người đồng tính.*”

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu như: phương pháp nghiên cứu tài liệu, phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi, phỏng vấn sâu và phương pháp thống kê toán học.

Số liệu trong bài viết được tiến hành khảo sát đại diện nhóm sinh viên khoa CTXH - là những sinh viên theo học khối ngành xã hội, có cơ hội học tập, tìm hiểu về các vấn đề của các nhóm đối tượng đặc thù, trong đó có người đồng tính tại các khóa đang học tập tại trường (tổng số N khoảng 700 sinh viên). Để đảm bảo tính đại diện, căn cứ theo công thức tính mẫu khi biết quy mô tổng thể (Yamane Taro, 1967) với sai số là ± 0.05 , để tài đã xác định cỡ mẫu nghiên cứu là 250 sinh viên. Trong quá trình triển khai khảo sát, số phiếu thu về của nhóm nghiên cứu là 200 đơn vị khảo sát do có một số phiếu không có thông tin và một số phiếu không nhận được câu trả lời của sinh viên.

Dữ liệu thu được từ bảng hỏi được xử lý bằng chương trình phần mềm SPSS phiên bản 20.0. Các số liệu thống kê sau khi xử lý từ phương pháp này là được phân tích và trở thành căn cứ khoa học cho nhóm tác giả đưa ra các kết luận của bài viết.

4. Kết quả nghiên cứu

Nhận thức của sinh viên về người đồng tính có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau như: nơi sống và thành phần gia đình của sinh viên cũng như các yếu tố khách quan như: yếu tố bản thân người đồng tính, yếu tố từ môi trường, yếu tố từ truyền thông. Mỗi yếu tố này đều tác động tới hiểu biết, nhận thức của sinh viên về cuộc sống, về con người hay về bản chất của người đồng tính. Chính vì vậy, việc tìm hiểu các yếu tố này là rất cần thiết để làm rõ sự tác động đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính. Khi tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính, các mức độ ảnh hưởng được phản ánh ở 3 mức: Rất ảnh hưởng; Ảnh hưởng; Không ảnh hưởng. Kết quả khảo sát được thể hiện ở bản số liệu sau:

Bảng 1. Các yếu tố về trình độ, nơi sống, thành phần gia đình ảnh hưởng tới nhận thức của sinh viên về người đồng tính

Nhóm yếu tố	Rất ảnh hưởng		Ảnh hưởng		Không ảnh hưởng	
	SL	%	SL	%	SL	%
Trình độ và khả năng sinh viên	135	67,5	65	32,5	0	0
Nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học	172	86	28	14	0	0
Thành phần gia đình của sinh viên	157	78,5	43	21,5	0	0
		77,33		22,66		0

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Nhìn chung, các yếu tố từ cá nhân sinh viên nhận được sự đánh giá về mức độ ảnh hưởng khá tương đồng. Thể hiện ở phần lớn các yếu tố này đều đạt mức độ “Rất ảnh hưởng” và “Ảnh hưởng”, không có sinh viên nào chọn là “Không ảnh hưởng”.

Ở mức độ “Rất ảnh hưởng”, yếu tố “Nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học” chiếm tỷ lệ cao nhất là 86%, tiếp theo là yếu tố “Thành phần gia đình của sinh viên” và yếu tố còn lại là “Trình độ và khả năng của sinh viên” cũng chiếm 67,5%

Ở mức độ “Ảnh hưởng”, yếu tố “Trình độ và khả năng của sinh viên” được đánh giá với tỷ lệ cao nhất với 32,5%, tiếp theo là yếu tố “Thành phần gia đình” của sinh viên chiếm 21,5% và cuối cùng là yếu tố “Nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học” với tỷ lệ 14%.

Đáng chú ý là tất cả các sinh viên đều cho rằng những yếu tố này đều có những tác động nhất định đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính, nên mức độ “Không ảnh hưởng” là 0% ở cả 3 yếu tố chủ quan trên.

4.1. Yếu tố về trình độ và khả năng của sinh viên

Yếu tố có ảnh hưởng nhất định đến nhận thức của mỗi cá nhân đó là trình độ, khả năng của đối tượng nhận thức: Yếu tố này là một trong những điều kiện quan trọng đảm bảo cho cá nhân có thể nhận thức một cách đầy đủ và sâu sắc những vấn đề trong cuộc sống. Nếu cá nhân có kỹ năng nắm bắt vấn đề và khả năng vận dụng những vấn đề đó trong thực tiễn sẽ là điều kiện để đảm bảo cho hoạt động đó đạt hiệu quả; Hơn nữa sinh viên là độ tuổi trưởng thành về nhận thức, về sinh học cũng như có xu hướng tính dục khá rõ ràng. Trong khi sinh viên chưa đủ kinh nghiệm sống, trình độ, tri thức khoa học một cách cập nhật đầy đủ về vấn đề đồng tính nên có thể có những hiểu biết, nhận định, hành vi chưa phù hợp với người đồng tính.

Yếu tố “Trình độ và khả năng của sinh viên” có tỷ lệ đánh giá mức độ “Rất ảnh hưởng” là 67,5% và mức độ “Ảnh hưởng” là 32,5% và cũng không có sinh viên nào lựa chọn là “Không ảnh hưởng”. Mặc dù được nhận định là có mức độ ảnh hưởng thấp hơn các nhóm yếu tố dẫn đầu, nhưng sự chênh lệch không quá cao, điều đó cho thấy sinh viên nhận thấy rõ sự tác động của “Trình độ và khả năng cá nhân” lên nhận thức về người đồng tính.

Trình độ và khả năng của sinh viên ở đây được hiểu là mức độ về sự hiểu biết, thành thạo kỹ năng của các sinh viên chuyên ngành Công tác xã hội (CTXH), Tâm lý học (TLH). Đây là những chuyên ngành được đào tạo nhiều kiến thức về đặc điểm tâm lý, sinh lý, về hành vi con người trong môi trường xã hội, về thái độ và đạo đức nghề nghiệp khi làm việc với các nhóm yếu thế trong xã hội... trong việc tiếp thu và ứng dụng những kiến thức khi tiếp xúc với người đồng tính.

Mức độ ảnh hưởng của trình độ cá nhân được thể hiện ngay ở việc tiếp cận các thông tin, tài liệu liên quan đến vấn đề đồng tính. Những năm gần đây, tại Việt Nam, các vấn đề về cộng đồng LGBT đang là một đề tài được quan tâm, được khai thác rất nhiều nhưng lại chưa có cơ quan, tổ chức nào đưa ra quy định kiểm soát và đánh giá nội dung được công khai. Sinh viên có trình độ sẽ biết chọn lọc và sử dụng thông tin về cộng đồng LGBT từ những nguồn tài liệu chính thống, không tiếp thu những nội dung có dấu hiệu sai lệch, không đáng tin cậy. Bên cạnh đó, nếu mức độ hiểu biết ở mức tương đối tốt, sinh viên cũng có cách thức mở rộng vốn tri thức của mình thông qua thu thập thông tin từ các nghiên cứu trong nước và quốc tế.

Ở giai đoạn ứng dụng, những sinh viên có trình độ cao hơn không chỉ dừng lại ở việc học tập đơn thuần theo lộ trình đã được thiết kế. Họ lựa chọn rèn luyện và trau dồi kiến thức, kỹ năng bằng cách tham gia vào các nghiên cứu khoa học, thử thách bản thân với những dự án cộng đồng, các công việc hỗ trợ các đối tượng.

Số liệu từ khảo sát cho thấy tác động của yếu tố chủ quan tập trung ở mức độ “Rất ảnh hưởng” rất cao, điểm trung bình đạt 77,33%. Mức độ “Ảnh hưởng” theo sau với tỷ lệ 22,66% và ở mức độ “Không ảnh hưởng”, do không nhận được bất kì sự tán thành nào từ sinh viên trường ĐHLĐXH nên trung bình đạt 0%.

Có thể nhận định rằng, phần lớn sinh viên tham gia khảo sát đều công nhận tác động của nhóm các yếu tố chủ quan ở mức độ từ nhiều đến rất nhiều. Từ đó cho thấy tầm quan trọng của bản thân mỗi sinh viên trong quá trình nâng cao nhận thức về nhóm đối tượng là người đồng tính thông qua các hoạt động tự trau dồi, tự rèn luyện, trang bị các kiến thức từ các nguồn thông tin chính thống và các kỹ năng cá nhân của mình.

4.2. Yếu tố về nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học

Nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học chịu nhiều ảnh hưởng của bối cảnh văn hóa, xã hội và mang nhiều đặc trưng vùng miền, địa phương. Nếu nơi sống của sinh viên là đô thị thì sự cởi mở trong giao tiếp, trong việc đón nhận các thông tin mới rất rõ rệt: giao tiếp trong gia đình, giao tiếp trong trường học hay giao tiếp xã hội. Các cá nhân có thể bộc lộ suy nghĩ, ý kiến cá nhân tương đối thoải mái. Bên cạnh đó, nếu nơi sống của sinh viên là ở nông thôn thì do đặc thù về kinh tế - xã hội, quan niệm của người thân trong gia đình và cộng đồng về một vấn đề sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới nhận thức của sinh viên.

Khi phân tích chi tiết, nhóm nghiên cứu nhận thấy, “Nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học” là lựa chọn được đánh giá có tác động lớn nhất đến nhận thức về người đồng tính của sinh viên trường ĐHLĐXH, với mức độ “Rất ảnh hưởng” đạt 86%, “Ảnh hưởng” là 14% và không có sinh viên nào cho rằng “Không ảnh hưởng”.

Mỗi một sinh viên trước khi tham gia học đại học tại Hà Nội đều mang trong mình những đặc điểm riêng về nơi sống. Môi trường sống của một cá nhân chi phối rất nhiều đến nhân cách cũng như sự hiểu biết và quan niệm của họ về thế giới xung quanh. Nếu nơi sống của một sinh viên là đô thị - khu vực có sự phát triển về kinh tế, văn hóa, xã hội, có nhịp sống năng động hơn thì cá nhân đó sẽ có hiểu biết phong phú, sâu sắc và cởi mở hơn. Ngược lại, những sinh viên xuất phát từ nông thôn thường chịu thiệt thòi bởi ít được cập nhật những luồng thông tin mới. Mặc dù hiện nay, với tốc độ phát triển của khoa học công nghệ và mạng xã hội đã phủ sóng rộng khắp nên việc cập nhật thông tin thuận lợi hơn rất nhiều dù sống ở nông thôn hay đô thị. Tuy nhiên, quan niệm của người dân nông thôn chịu nhiều chi phối từ lối sống, quan điểm của thành viên trong gia đình, dòng họ... nên có nhiều điểm khác biệt với các cá nhân sống ở đô thị.

Kết quả này cho thấy, sinh viên trường ĐHLĐXH đã hiểu được tác động mạnh mẽ của nơi sinh sống của mình trước khi vào đại học đến vấn đề này. Kết quả này cũng phù hợp khi nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu sinh viên: “*Những người sống ở nông thôn thường kỳ thị người đồng giới nhiều hơn là những người ở thành thị. Một phần là do người dân nông thôn thường khó tiếp thu những tư tưởng mới và chịu ảnh hưởng bởi các chuẩn mực nhiều hơn là với những người ở thành thị*” (TVC, nam, D18TLH).

Từ đó có thể lý giải tại sao sinh viên trường ĐHLĐXH lại cho rằng nơi sống của mình trước khi vào đại học ảnh hưởng rất nhiều đến việc tìm hiểu thông tin và nâng cao hiểu biết về cộng đồng LGBT nói chung và người đồng tính nói riêng.

4.3. Yếu tố về thành phần gia đình của sinh viên

Thành phần gia đình của mỗi cá nhân cũng có những ảnh hưởng nhất định tới mức độ hiểu biết của họ về hiện

tượng đồng tính. Mỗi nghề nghiệp thường tương ứng với một môi trường làm việc cũng như trình độ học vấn của cá nhân làm công việc đó. Do vậy, hình thành nên những quan niệm và cách đánh giá khác nhau, đồng thời là những môi trường xã hội hóa các thành viên khác nhau. Khi lớn lên, mỗi sinh viên sẽ mang theo trong mình những ảnh hưởng của gia đình và nghề nghiệp của bố mẹ tham gia vào xã hội.

“Thành phần gia đình của sinh viên” là yếu tố cũng được đánh giá “Rất ảnh hưởng” với tỷ lệ cao với 78,5% và 21,5% sinh viên chọn “Ảnh hưởng” và không có sinh viên nào chọn “Không ảnh hưởng”.

Sinh viên trong mẫu nghiên cứu tập trung ở bốn loại gia đình: công chức/viên chức; Kinh doanh/buôn bán; Nông nghiệp và nghề khác. Tiêu chí phân loại phụ thuộc vào những nhóm nghề nghiệp phổ biến trong xã hội. Mỗi loại gia đình này sẽ tương ứng một tiểu văn hóa riêng do trình độ học vấn và môi trường làm việc của cha mẹ chi phối: nhóm nghề nghiệp công chức/viên chức thường có trình độ học vấn cao hơn do vậy con cái trong các gia đình này thường có sự hiểu biết sâu sắc hơn. Tuy nhiên, các gia đình này vẫn lo lắng về ảnh hưởng của xã hội tới con cái mình về những hiện tượng xã hội đang tồn tại; các gia đình buôn bán tuy không thuộc các lĩnh vực chính thức của Nhà nước nhưng đặc thù công việc đòi hỏi họ phải có sự cọ xát, tiếp xúc thường xuyên với thực tế xã hội. Do vậy, các thành viên trong gia đình sẽ hiểu biết nhiều và sâu hơn về các sự kiện xã hội; Gia đình làm nghề nông thường có nơi sống là nông thôn. Đó không chỉ là một không gian địa lý mà còn là một không gian văn hóa với những giá trị và quan niệm truyền thống còn ảnh hưởng mạnh mẽ. Dù rằng kinh tế thị trường đã tạo ra những biến đổi nhất định, tuy nhiên những quan niệm đã tồn tại vững chắc thì rất khó thay đổi. Đồng thời, đây là nhóm nghề nghiệp có mật độ tri thức thấp hơn so với các nhóm khác với đặc thù công việc bận rộn, vất vả, ít có điều kiện tiếp xúc, cập nhật thông tin. Nếu đồng tính với một số người dân đô thị vẫn rất mới mẻ và quan điểm về nó còn nhiều xung đột thì ở nông thôn, việc chấp nhận bàn luận và giáo dục con cái về hiện tượng này một cách công khai chắc chắn rất khó khăn.

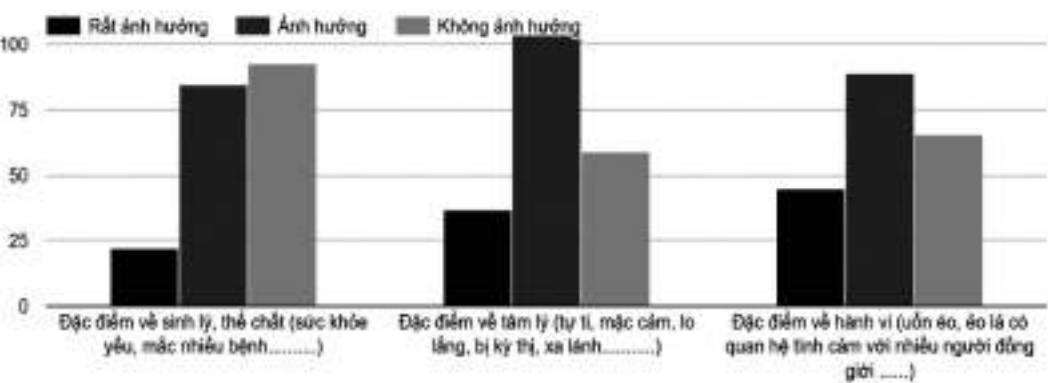
4.4. Yếu tố bản thân người đồng tính

Người đồng tính chia cuộc sống của mình thành hai thế giới riêng biệt, với cộng đồng của mình họ sống thật, có người yêu hoặc bạn tình cùng giới. Với gia đình, đồng nghiệp và bạn bè họ hoàn toàn bí mật, sống với vỏ bọc của một người dị tính. Trong nghiên cứu “Câu chuyện của 40 người nữ yêu nữ” của iSEE năm 2010 thì một trong những chiến lược phổ biến được sử dụng bởi người đồng tính nữ, đặc biệt khi bị nghi ngờ hoặc ép lấy chồng là yêu một người nam giới. Nhiều người đồng tính đã và muốn lập gia đình với người khác giới để thoát khỏi những sức ép và tạo vỏ bọc dị tính cho

mình. Họ bị xã hội, gia đình, bạn bè kỳ thị, phân biệt đối xử và đặc biệt phải đối mặt với bạo lực trong gia đình và ngoài xã hội, đã dẫn đến những tổn thương tâm lý vô vùng nghiêm trọng như trầm cảm, lo sợ, thậm chí

là có ý định tự tử hoặc hành vi tự tử. Kết quả khảo sát của nghiên cứu về mức độ ảnh hưởng của yếu tố từ bản thân người đồng tính tới nhận thức của sinh viên được mô tả trong biểu đồ sau:

Hình 1. Mức độ ảnh hưởng của yếu tố từ bản thân người đồng tính tới nhận thức của sinh viên



Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Kết quả khảo sát cho thấy, đặc điểm về sinh lý, thể chất của người đồng tính được đánh giá là không ảnh hưởng và có ảnh đến nhận thức của sinh viên với tỷ lệ cao và chênh lệch không đáng kể, lần lượt là 46,5% và 42,5%. Điều này có thể lý giải, với những sinh viên cho rằng không ảnh hưởng thì có các vấn đề thể chất của người đồng tính là những vấn đề cá nhân mà họ không công khai nên sinh viên khó có thể quan sát, tiếp xúc và biết được. Chính vì vậy, các đặc điểm này không ảnh hưởng đến nhận thức của sinh viên về nhóm người đồng tính. Còn với những sinh viên cho rằng có ảnh hưởng vì có thể số sinh viên này có quan điểm các vấn đề thể chất của người đồng tính sẽ góp phần xây dựng hình ảnh cá nhân nhóm đối tượng này như thế nào, từ đó sẽ ảnh hưởng đến nhận thức của xã hội nói chung và sinh viên nói riêng tới họ.

Với những đặc điểm về tâm lý thì có 51,5% số người được hỏi cho rằng sự tự ti, mặc cảm, lo lắng... của người đồng tính sẽ ảnh hưởng đến nhận thức của sinh viên về họ. Nếu những người tự tin, vui vẻ, hòa đồng mang đến những năng lượng tích cực thì ngược lại, những người có những đặc điểm như tự ti, lo lắng cũng sẽ ảnh hưởng đến cách nhìn nhận của người đối diện về mình, đặc biệt là nhóm người đồng tính. Sinh viên cho rằng “nếu người đồng tính luôn cảm thấy vui vẻ, lạc quan, tự tin trong cuộc sống sẽ làm cho mọi người có cái nhìn thiện cảm hơn về họ. Ngược lại, nếu tâm lý mặc cảm, tự ti, rụt r... cũng làm cho mọi người có những nhìn nhận thiếu tích cực về người đồng tính” (trích ý kiến của đa số sinh viên khi được hỏi về nội dung này).

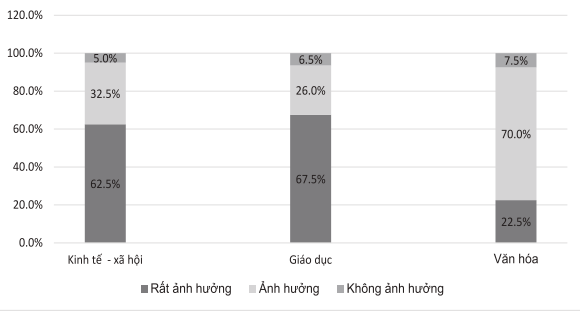
4.5. Yếu tố từ môi trường

Môi trường xã hội đóng vai trò quan trọng trong sự hình thành và phát triển nhân cách và nhận thức của con

người. Vì chính sống trong môi trường xã hội, mỗi cá nhân bằng hoạt động và giao lưu, tiếp thu nền văn hóa xã hội để hình thành và phát triển bản thân. Nếu con người sinh ra mà không được sống trong môi trường xã hội thì không có được sự phát triển toàn diện.

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát các yếu tố ảnh hưởng từ môi trường xã hội như yếu tố kinh tế - xã hội, yếu tố giáo dục, yếu tố văn hóa có ảnh hưởng như thế nào đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính.

Hình 2. Mức độ ảnh hưởng của yếu tố môi trường tới nhận thức của sinh viên về người đồng tính



Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Yếu tố kinh tế - xã hội

Nền kinh tế thị trường đã đem lại những biến đổi cho đời sống người dân về mọi mặt. Khi xã hội có nền kinh tế phát triển là điều kiện quan trọng để nâng cao những điều kiện cơ sở vật chất cho hoạt động của mỗi cá nhân, từ đó mọi người có thể nhận thức mọi việc thông qua những kênh thông tin khác nhau. Ngược lại, khi nền kinh tế không phát triển sự đầu tư cho cơ sở hạ tầng trong xã hội không phù hợp, dẫn đến sự nhận thức của mỗi cá nhân không được đầy đủ và sâu sắc. Trong thời kỳ đất nước đổi mới một cách toàn diện trên các lĩnh vực kinh tế - xã

hội đã từng bước tác động đến nhận thức, thái độ, hành vi của sinh viên về người đồng tính. Sự cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường giúp sinh viên thêm sự năng động, tích cực, sáng tạo trong học tập và công việc để không bị đào thải, để tự phát triển mà không bị lạc hậu.

Kết quả khảo sát cho thấy, có 62,5% sinh viên được hỏi cho rằng yếu tố kinh tế - xã hội “Rất ảnh hưởng” tới nhận thức của sinh viên về người đồng tính; 32,5% sinh viên cho rằng yếu tố này “Có ảnh hưởng” và chỉ có tỷ lệ rất ít sinh viên cho rằng yếu tố này “Không ảnh hưởng” đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính. Trên thực tế, tuy không ảnh hưởng một cách trực tiếp nhưng sự phát triển kinh tế và xã hội của từng địa phương lại có tác động gián tiếp đến nhận thức của con người. Ở một nơi kinh tế phát triển, xã hội tiến bộ, cơ hội tiếp xúc với những tri thức, thành quả văn minh xã hội và phát triển nhận thức, sự hiểu biết sẽ cao hơn so với những nơi kinh tế còn khó khăn, kém phát triển. Đơn cử, nếu so sánh giữa nông thôn và thành thị ở Việt Nam ta cũng có thể thấy được sự chênh lệch về phát triển kinh tế, tỷ lệ thuận với phát triển về giáo dục. Ở thành thị, kinh tế phát triển mạnh hơn nên điều kiện và cơ sở vật chất để phát triển giáo dục cũng tốt hơn so với nông thôn. Sự phát triển về kinh tế cũng kéo theo sự phát triển về xã hội, xã hội phát triển sẽ khiến cho việc bồi dưỡng kiến thức và tuyên truyền hiểu biết nói chung và tri thức về đa dạng tính dục nói riêng cũng dễ dàng và thuận lợi hơn. Ngày nay, tình hình kinh tế và xã hội ở nước ta đã phát triển rất nhiều so với trước đây, đời sống vật chất của sinh viên cũng đã khá hơn, hầu như ai cũng có điều kiện để tiếp xúc với môi trường giáo dục lành mạnh và được học hỏi, tìm tòi các kiến thức về tính dục an toàn qua nhiều kênh thông tin khác nhau như tivi, internet... Do đó, cũng dễ hiểu khi sinh viên không nhìn nhận được hết tầm ảnh hưởng của yếu tố kinh tế và xã hội.

Yếu tố giáo dục

Giáo dục trong gia đình và nhà trường là hai nhân tố quan trọng trong việc hình thành nên nhận thức của sinh viên về người đồng tính. Gia đình là môi trường bước đệm nuôi dưỡng và giáo dục cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho cuộc sống. Lối sống, thói quen, cách giáo dục của gia đình luôn tác động một cách sâu sắc đến tình cảm, nhận thức và hành vi của sinh viên. Nhận thức của sinh viên về vấn đề này và cách tiếp nhận những hiểu biết liên quan đến người đồng tính cũng được hình thành dần từ trong môi trường gia đình. Khi sinh viên được hỏi về mức độ ảnh hưởng của yếu tố “Giáo dục” đến nhận thức về người đồng tính thì có 67,5% sinh viên trả lời “Rất ảnh hưởng”; 26% trả lời là “Ảnh hưởng” và chỉ có 6,5% trả lời là “Không ảnh hưởng”. Tỷ lệ này có sự chênh lệch rất ít so với yếu tố kinh tế - xã hội. Điều này cho thấy, sinh viên đánh giá sự giáo dục của gia đình, sự giáo

dục trong nhà trường cũng đóng một vai trò hết sức mật thiết đến việc nâng cao nhận thức của sinh viên về người đồng tính. Khác với sự dạy dỗ xuất phát chủ yếu từ kinh nghiệm sống của cha mẹ, sự giáo dục của thầy cô trong nhà trường mang tính chất chuyên môn cao hơn, những kiến thức được dạy cũng mang tính khoa học, chính xác hơn. Ngoài đội ngũ giảng viên chất lượng, nhà trường còn có cơ sở vật chất khang trang, giáo cụ sinh động, đủ điều kiện để tổ chức các buổi dạy học, các buổi hội thảo, chia sẻ kinh nghiệm đa dạng, phong phú, gần gũi, phù hợp với tâm sinh lý và nhận thức của sinh viên, giúp sinh viên nắm bắt, thẩm thấu các thông tin, kiến thức về tính dục, về cộng đồng LGBT một cách tự nhiên, nhanh chóng, hiệu quả và ghi nhớ lâu dài.

Yếu tố văn hóa

Yếu tố văn hóa quốc gia, văn hóa vùng miền cũng đã và đang đem lại những tác động không nhỏ tới nhận thức của sinh viên trường ĐHLĐXH về người đồng tính. Phần lớn sinh viên cũng nhìn ra được sự ảnh hưởng này (70% sinh viên cho rằng yếu tố này là ảnh hưởng). Một trong những nguyên nhân quan trọng khiến cho nhận thức của sinh viên về sự đa dạng tính dục phần nào hạn chế là do còn chịu ảnh hưởng nặng nề của văn hóa, lối sống, nếp nghĩ mang đậm màu chất Á Đông. Khác với sự cởi mở ở phương Tây, người châu Á thường cảm thấy vấn đề tính dục, tình yêu đồng giới... là một chủ đề vô cùng tế nhị, khó nói và rất e ngại khi nhắc đến, nhất là đối với phụ nữ, xem việc giáo dục giới tính là “làm hư” con trẻ hay thậm chí coi việc trẻ em tìm hiểu vấn đề này là hư hỏng. Vì thế, không ít sinh viên có tâm lý không muốn tìm hiểu, ngại chia sẻ ý kiến, quan điểm về người đồng tính. Mặc dù ngày nay nhờ quá trình hội nhập, sinh viên phần nào cũng bị ảnh hưởng bởi văn hóa phương Tây nên có tư tưởng cởi mở và thoáng hơn, cũng chủ động hơn trong việc tìm hiểu về đa dạng tính dục, về cộng đồng LGBT và nâng cao nhận thức, giảm kỳ thị với người đồng tính. Tuy nhiên, lối sống bị ảnh hưởng bởi văn hóa phương Tây cũng khiến nhiều sinh viên dễ trở nên dễ dãi hơn trong việc thử nghiệm các cảm giác mới lạ trong việc quan hệ tính dục đồng giới. Vậy nên, dù trong trường hợp nào thì việc nâng cao nhận thức về người đồng tính trong sinh viên cũng là vô cùng cần thiết.

4.6. Yếu tố từ truyền thông

Truyền thông luôn đóng vai trò mũi nhọn trong việc truyền bá rộng rãi những thông tin, kiến thức khoa học, chính xác đến với mọi người và giúp nâng cao nhận thức cho toàn dân. Ưu điểm của yếu tố truyền thông là đa dạng, phong phú và sinh động, có thể truyền tải thông tin dưới nhiều hình thức khác nhau như tivi, báo, phim ảnh, chương trình nghệ thuật, mạng xã hội... phù hợp với nhiều lứa tuổi và tiếp cận được với nhiều người cùng một lúc.

Thông qua các loại hình truyền thông uy tín, sinh viên sẽ tích lũy được cho mình một khối lượng kiến thức tương đối về vấn đề đa dạng tính dục, về cộng đồng LGBT, về người đồng tính... Mặc dù vậy, truyền thông cũng có tính hai mặt, nếu sinh viên tiếp xúc thông tin một cách không chọn lọc, từ những kênh truyền thông không uy tín, bất cần đọc và tin theo những thông tin giả, tin xấu, tin độc hại sẽ để lại những hậu quả khôn lường. Đặc biệt, nếu

sinh viên tin theo những thông tin sai lệch về vấn đề này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến nhận thức, hành vi của sinh viên về người đồng tính, thậm chí ảnh hưởng đến chính xu hướng tính dục của sinh viên.

Khi tìm hiểu về mức độ ảnh hưởng của yếu tố truyền thông đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính, nhóm nghiên cứu cũng chia ra làm các mức độ ảnh hưởng: Rất ảnh hưởng; Ảnh hưởng và Không ảnh hưởng.

Bảng 2. Mức độ ảnh hưởng của truyền thông đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính

Yếu tố	Rất ảnh hưởng		Ảnh hưởng		Không ảnh hưởng	
	SL	%	SL	%	SL	%
Thông tin về chủ trương, chính sách của Nhà nước	47	23,5	116	58	37	18,5
Phim ảnh, chương trình nghệ thuật, video... về chủ đề LGBT	56	28	107	53,5	37	18,5
Sự xuất hiện của cộng đồng LGBT trên các trang mạng xã hội	49	24,5	115	57,5	36	18
Các cuộc tọa đàm, hội thảo, cuộc truyền thông... về chủ đề LGBT	54	27	103	51,5	43	21,5

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Theo kết quả khảo sát, các yếu tố như: thông tin về chủ trương, chính sách của Nhà nước; phim ảnh, chương trình nghệ thuật, video... về chủ đề LGBT; về Sự xuất hiện của cộng đồng LGBT trên các trang mạng xã hội; về các cuộc tọa đàm, hội thảo, cuộc truyền thông... về chủ đề LGBT đều được đánh giá là “Ảnh hưởng” tới nhận thức của sinh viên với tỷ lệ tương đương nhau, lần lượt là 58%; 53,5%; 57,5% và 51,5%. Điều này cho thấy, sinh viên đều có nhận định tương tự nhau và có tỷ lệ cao nhất về các yếu tố truyền thông trên có tác động đến nhận thức của họ về người đồng tính; Về mức độ “Rất ảnh hưởng” và “Không ảnh hưởng” của các yếu tố truyền thông này cũng tương tự, không có sự khác biệt lớn trong tỷ lệ đánh giá của sinh viên về 3 mức độ ảnh hưởng tới nhận thức của họ về vấn đề này.

Như vậy có thể thấy, các yếu tố truyền thông có ảnh hưởng tương đối lớn đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính. Chính vì vậy, việc cung cấp các nguồn thông tin chính xác, uy tín, cập nhật về vấn đề này tới sinh

viên là vô cùng cần thiết, giúp sinh viên nói chung và cộng đồng nói riêng có cách hiểu đúng, nhận thức đúng đắn về người đồng tính và cuộc sống của họ.

5. Kết luận

Nhận thức đúng đắn về cộng đồng người đồng tính sẽ giúp sinh viên có cách thức giao tiếp, thái độ nghề nghiệp chuyên nghiệp hơn khi triển khai các hoạt động tiếp xúc, hoạt động nghề nghiệp với nhóm người này. Kết quả khảo sát thực tiễn đã làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức của sinh viên về người đồng tính, từ các yếu tố chủ quan như trình độ và khả năng của sinh viên; nơi sống của sinh viên trước khi vào đại học; loại hình gia đình của sinh viên; đến các yếu tố khách quan như yếu tố từ bản thân người đồng tính, yếu tố môi trường, yếu tố truyền thông. Việc phân tích để tìm ra nguyên nhân của những nhận thức hiện có của sinh viên sẽ là cơ sở quan trọng để đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao nhận thức của sinh viên trường ĐHLĐXH về người đồng tính.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Anh, N.L.H. (2019). *Công tác xã hội với người đồng tính, song tính và chuyển giới*. NXB Khoa học xã hội.

Dũng, V. (2008). *Từ điển tâm lý học*. NXB Từ điển Bách Khoa

Đệ, T.X. (2018). *Từ điển tiếng Việt*. NXB Hải Phòng.

Quốc hội. (2019). *Lệnh pháp luật số 43/2019/QH14 ngày 14 tháng 6 năm 2019*

Ngân, N.T.K. & Ly, A.T. (2019). *Thực trạng phân biệt đối xử dựa trên khác biệt xu hướng tính dục tại nơi làm việc đối với người đồng tính, song tính và chuyển giới ở khu công nghiệp*. *Tạp chí Y học Cộng đồng* số 4.2019.

Phương, L.Q. (2013). *Người đồng tính, song tính, chuyển giới ở Việt Nam. Tổng luận nghiên cứu*

Từ điển Bách khoa Việt Nam (tập 1). (2005). NXB Từ điển Bách Khoa

Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường. (2016). *Có phải bởi vì tôi là LGBT*. NXB Hồng Đức

THỰC TRẠNG KẾT NỐI NGUỒN LỰC CỘNG ĐỒNG TRONG HỖ TRỢ CHO PHỤ NỮ ĐƠN THÂN

TS. Đặng Thị Lan Anh

Trường Đại học Lao động - Xã hội

lananh91176@gmail.com

TS. Chu Thị Huyền Yến

Trường Đại học Lao động - Xã hội

chuhuyenyen@gmail.com

ThS. Hà Thị Thu Hòa

Trường Đại học Lao động - Xã hội

thuhoaulsa@gmail.com

ThS. Lê Thị Quyên

UBND xã Mai Lâm, Đông Anh, Hà Nội

quyenlt.tsc@gmail.com

Tóm tắt: Hoạt động kết nối nguồn lực cộng đồng hỗ trợ phụ nữ đơn thân tại xã Mai Lâm, huyện Đông Anh, Hà Nội được triển khai qua bốn bước: (1) đánh giá nhu cầu kết nối nguồn lực, (2) xác định các nguồn lực hỗ trợ phụ nữ đơn thân, (3) thực hiện kết nối nguồn lực cộng đồng, và (4) đánh giá hiệu quả của việc kết nối nguồn lực. Kết quả nghiên cứu tại địa phương cho thấy, các nguồn lực cộng đồng đã được nhận diện với những điểm mạnh và điểm yếu rõ rệt. Cụ thể, các nguồn lực pháp lý, tài chính, con người và xã hội là thế mạnh nổi bật, trong khi nguồn lực tự nhiên và vật chất còn hạn chế. Nội lực đóng vai trò quan trọng, trong khi ngoại lực chủ yếu thúc đẩy quá trình hỗ trợ. Các hình thức hỗ trợ cho phụ nữ đơn thân chủ yếu thông qua cán bộ kết nối nguồn lực và các cuộc họp chính quyền địa phương. Các hoạt động kết nối còn mang tính chung chung, thiếu sự cá biệt hóa phù hợp với đặc thù của từng cá nhân. Vì vậy, cần triển khai một số giải pháp thiết thực như phát triển đội ngũ công tác xã hội, xây dựng quỹ hỗ trợ phụ nữ đơn thân, thành lập các câu lạc bộ phụ nữ đơn thân tự giúp, và tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong việc kết nối nguồn lực hỗ trợ phụ nữ đơn thân.

Từ khóa: Cộng đồng, kết nối nguồn lực cộng đồng, hỗ trợ phụ nữ đơn thân

THE PRESENT STATE OF CONNECTING COMMUNITY RESOURCES TO ASSIST SINGLE WOMEN

Abstract: The process of linking community resources to assist single women in Mai Lam commune, Dong Anh district, Hanoi is carried out in four stages: (1) evaluating the necessity for resource connection, (2) pinpointing resources available to support single women, (3) establishing connections among community resources, and (4) assessing the effectiveness of these connections. Findings from local research indicate that community resources have been recognized with specific strengths and weaknesses. Legal, financial, human, and social resources represent significant strengths, whereas natural and material resources are constrained. Internal dynamics are crucial, while external factors primarily

facilitate the support process. Support for single women is predominantly provided through resource connection officers and local authority meetings. However, the connection activities tend to be broad and lack the necessary individualization to cater to the unique characteristics of each individual. It is essential to adopt various practical measures, including the enhancement of the social work team, the creation of a fund dedicated to assisting single women, the formation of self-help clubs for single women, and the promotion of community involvement in linking resources to support this demographic.

Keywords: Community, community resource connection, support for single mothers.

Mã bài báo: JHS - 257

Ngày nhận bài sửa: 17/02/2025

Ngày nhận bài: 09/01/2025

Ngày duyệt đăng: 20/3/2025

Ngày nhận phản biện: 20/01/2025

1. Đặt vấn đề

Phụ nữ luôn đóng vai trò quan trọng trong lực lượng lao động của xã hội ở bất kỳ quốc gia nào. Trong bối cảnh xã hội ngày càng phát triển và văn minh, phụ nữ đơn thân (PNĐT) không còn là hiện tượng hiếm gặp. Thậm chí, có những PNĐT hiện đại, thành đạt, với trình độ học vấn cao, địa vị xã hội vững vàng và điều kiện kinh tế ổn định. Họ mạnh mẽ, xinh đẹp và tự chủ trên nhiều phương diện. Tuy nhiên, nhóm PNĐT này chủ yếu xuất hiện ở các đô thị lớn. Trong khi đó, vẫn còn một bộ phận lớn PNĐT, đặc biệt là những người có hoàn cảnh khó khăn, sống ở các vùng nông thôn. Những PNĐT nghèo khổ càng gặp nhiều thử thách trong cuộc sống. Vì vậy, KNNL cộng đồng trở thành một yếu tố quan trọng giúp PNĐT tiếp cận các nguồn lực vật chất và phi vật chất, từ đó vượt qua khó khăn và cải thiện chất lượng cuộc sống. Việc sử dụng hiệu quả các nguồn lực này không chỉ giúp họ vượt lên chính mình mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của xã hội. Đặc biệt, PNĐT là nhóm đối tượng dễ bị tổn thương, do đó, công tác xã hội (CTXH) đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc hỗ trợ họ. Việc vận dụng CTXH để nâng cao hiệu quả kết nối nguồn lực cộng đồng đối với những phụ nữ này là một hành động mang tính nhân văn sâu sắc. Bài viết này sẽ phân tích thực trạng và đánh giá hiệu quả hoạt động KNNL cộng đồng trong hỗ trợ PNĐT cải thiện đời sống, phát huy thế mạnh, đảm bảo sinh kế bền vững.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này được xây dựng trên cơ sở dữ liệu thu thập từ cuộc điều tra về vai trò của cán bộ hỗ trợ nguồn lực cộng đồng trong việc huy động nguồn lực tại xã Mai Lâm, huyện Đông Anh, thành phố Hà Nội, vào tháng 5 năm 2023. Phương pháp thu thập thông tin chủ yếu thông qua bảng hỏi được triển khai đối với 80 phụ nữ

đơn thân trong độ tuổi từ 20 đến 60, trong đó phần lớn có trình độ học vấn từ cấp II đến cấp III, chiếm tỷ lệ lên đến 89%. Bên cạnh đó, 20 cán bộ thực hiện công tác kết nối nguồn lực cộng đồng tại địa phương cũng là đối tượng khảo sát. Ngoài ra, các phương pháp phỏng vấn sâu với một số người dân địa phương và phân tích tài liệu như báo cáo của chính quyền địa phương và các báo cáo tổng kết từ các ban ngành cũng được áp dụng nhằm cung cấp cái nhìn toàn diện về dữ liệu nghiên cứu tại xã Mai Lâm.

Xã Mai Lâm, nằm ở phía đông huyện Đông Anh, thành phố Hà Nội, hiện có hơn 700 PNĐT, trong đó có hơn 400 PNĐT nuôi con một mình. Trong nhóm này, có 20 PNĐT thuộc hộ nghèo và cận nghèo đang nuôi con, và 8 người phụ nữ cao tuổi đơn thân không nơi nương tựa. Thêm vào đó, cộng đồng còn có hơn 200 phụ nữ cao tuổi sống đơn thân (UBND xã Mai Lâm, 2023).

3. Khái niệm và tổng quan nghiên cứu

3.1. Khái niệm

Trong tác phẩm *Single Women in Vietnam* (Cuộc sống của những người phụ nữ đơn thân ở Việt Nam), tác giả đã đưa ra một khái niệm rõ ràng về phụ nữ đơn thân (PNĐT), định nghĩa là “những phụ nữ chưa kết hôn hoặc đã từng kết hôn nhưng hiện tại vợ chồng sống xa cách vì nhiều lý do khác nhau” (Thi, 2005). PNĐT có thể được phân thành hai nhóm chính: (1) Phụ nữ đã kết hôn, bao gồm những người rơi vào tình trạng góa bụa, ly hôn, ly thân hoặc thiếu vắng chồng trong một khoảng thời gian dài; (2) Phụ nữ chưa kết hôn, là những người chưa từng kết hôn hoặc không có ý định kết hôn. Nhóm phụ nữ chưa kết hôn lại được chia thành hai loại: Một là những người có con ngoài giá thú hoặc nhận con nuôi; hai là những người sống độc thân, không xây dựng gia đình.

Khái niệm về PNĐT mà bài viết sử dụng bao gồm những phụ nữ chưa kết hôn hoặc không muốn kết hôn, những phụ nữ góa bụa, ly hôn, ly thân, hoặc bị chồng ruồng bỏ. Họ có thể có con, nhận con nuôi hoặc không có con. Họ có thể sống một mình, hoặc cùng con cái, gia đình, hay họ hàng.

Khái niệm Kết nối nguồn lực cộng đồng trong việc hỗ trợ phụ nữ đơn thân được hiểu là quá trình mà cán bộ KNNL thực hiện bốn nhiệm vụ cơ bản: (1) Đánh giá nhu cầu của đối tượng cần hỗ trợ, (2) Xác định các nguồn lực cần kết nối, (3) Triển khai kết nối các nguồn lực, và (4) Đảm bảo việc sử dụng hiệu quả các nguồn lực. KNNL giúp xác định và đáp ứng các nhu cầu của đối tượng, đồng thời nâng cao sự quan tâm của cộng đồng đối với các vấn đề của họ. Thông qua KNNL, các nguồn lực trong cộng đồng sẽ được phát huy tối đa, hỗ trợ đối tượng và cộng đồng cùng nhau vượt qua khó khăn, qua đó góp phần nâng cao tính tự chủ của cả đối tượng và cộng đồng.

Vai trò của cán bộ KNNL được nhìn nhận qua ba khía cạnh chính: kết nối nguồn lực với thân chủ, kết nối các nguồn lực khác nhau để giải quyết vấn đề trợ giúp thân chủ và vận động để KNNL ngay trong cộng đồng. Do đó, để hỗ trợ tốt nhất cho PNĐT trong việc giải quyết khó khăn, việc nâng cao hiệu quả của hoạt động KNNL cộng đồng là vô cùng quan trọng, đặc biệt là ở ba khía cạnh trên.

Mục đích của hoạt động KNNL cộng đồng là tạo ra một mối quan hệ bền vững giữa thân chủ và hệ thống các nguồn lực phù hợp, chẳng hạn như các cơ quan, tổ chức, và đơn vị cung cấp dịch vụ cần thiết cho thân chủ và gia đình họ.

3.2. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu Effective Single-Parent Training Group Program: Three System Studies (2013) của các tác giả Briggs, Miller, Orellana, Briggs và Cox đã chỉ ra những tiến bộ trong hành vi của các gia đình đơn thân thông qua các nhóm đào tạo dành cho bố/mẹ đơn thân. Nghiên cứu cũng xem xét tác động của các chương trình đào tạo này đối với các gia đình đơn thân. Tác giả Lau Yuk King (2002) đã trình bày các nguồn lực hỗ trợ gia đình đơn thân tại Hồng Kông, chủ yếu tập trung vào các dịch vụ phúc lợi xã hội. Tương tự, tác giả Kris Kisman (1991) đã nghiên cứu công tác xã hội dựa trên nền tảng nữ quyền đối với các gia đình đơn thân. Tác giả nhấn mạnh rằng các yếu tố trong công tác xã hội nữ quyền, bao gồm nhận thức, hỗ trợ và tự giúp đỡ, có thể tác động đến vòng đời của các gia đình đơn

thân. Ưu điểm của hệ thống này là giúp bình thường hóa và thúc đẩy thay đổi chính sách hỗ trợ. Nghiên cứu Single Mothers and the State's Embrace: Reproductive Agency in Vietnam (2022) của Harriet M. Phinney đã đề cập đến cách thức các bà mẹ đơn thân tại Việt Nam tương tác với nhà nước và xã hội trong việc thực hiện quyền sinh sản và nuôi dạy con cái.

Nghiên cứu Quyền của phụ nữ theo pháp luật Việt Nam của tác giả Hiên (2015) tập trung vào quyền của phụ nữ và các quy định pháp luật về quyền phụ nữ tại Việt Nam. Nghiên cứu cũng phân tích thực trạng thi hành luật trong các lĩnh vực chính trị, giáo dục, lao động, y tế và đưa ra các giải pháp để hoàn thiện pháp luật về quyền của phụ nữ, cũng như nâng cao việc thực thi trong cuộc sống.

Tác giả Hoàn (2019) đã mô tả thực trạng đời sống của nhóm đối tượng tại khu vực bán sơn địa. Nghiên cứu tập trung vào phân tích vai trò tham vấn và giáo dục của cán bộ công tác xã hội trong hỗ trợ phụ nữ đơn thân và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hỗ trợ từ cộng đồng và chính quyền địa phương. Nghiên cứu của Trang (2019) về công tác hỗ trợ phụ nữ đơn thân phát triển kinh tế hộ gia đình tại xã Bá Xuyên, thị xã Sông Công, tỉnh Thái Nguyên đã phản ánh công tác hỗ trợ chưa được quan tâm đúng mức dẫn đến nhiều phụ nữ đơn thân còn sống trong hoàn cảnh khó khăn chật vật thiếu thốn về kinh tế.

Tổng quan các nghiên cứu về kết nối nguồn lực nhằm hỗ trợ PNĐT cho thấy rằng, các nguồn lực mà nhóm đối tượng này mong muốn hướng đến chủ yếu là các dịch vụ xã hội, và các hoạt động kết nối nguồn lực thường liên quan đến việc triển khai thực hiện các dịch vụ này. Tuy nhiên, các bước huy động nguồn lực, đánh giá nhu cầu của đối tượng, phân tích điểm mạnh và yếu của nguồn lực, cũng như việc đánh giá hiệu quả hỗ trợ từ góc nhìn đa chiều của các bên liên quan, vẫn chưa được đề cập đầy đủ. Bài viết này sẽ làm sáng tỏ hơn những vấn đề này.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Hoạt động đánh giá nhu cầu của phụ nữ đơn thân

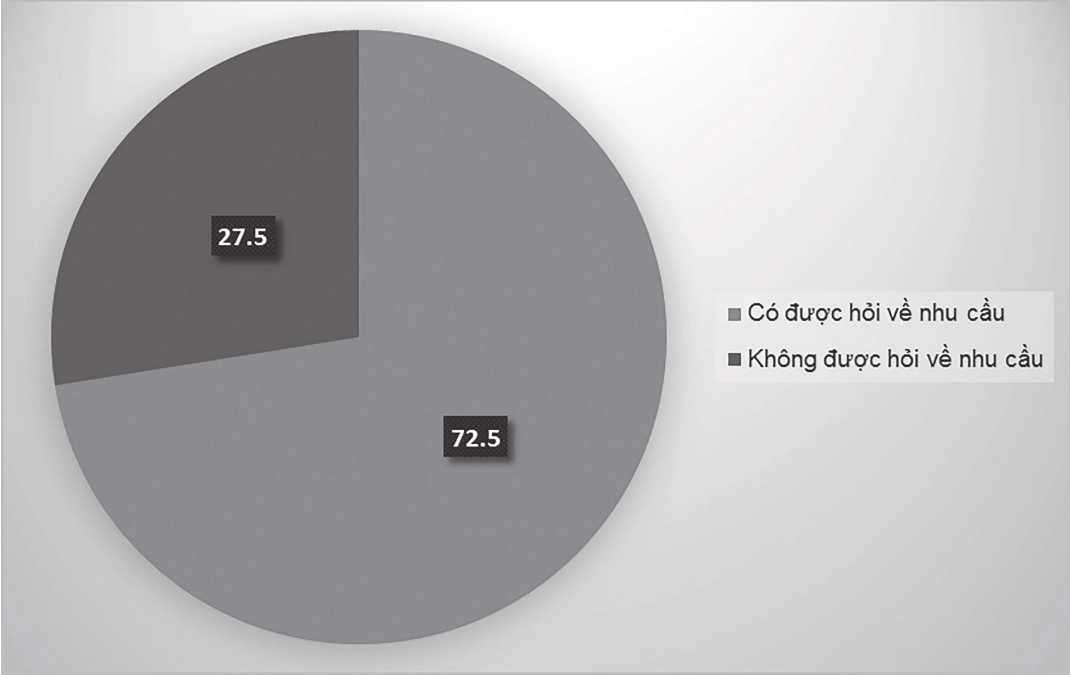
Trong quá trình KNNL cộng đồng để hỗ trợ PNĐT, bước đầu tiên mà cán bộ KNNL tại địa phương cần thực hiện là đánh giá nhu cầu hỗ trợ của nhóm đối tượng này. Đây là một hoạt động hết sức quan trọng, vì nó giúp xác định rõ ràng liệu PNĐT có thật sự cần hỗ trợ và cần kết nối với những nguồn lực nào để đáp ứng nhu cầu của họ. Việc đánh giá này đóng vai trò quyết định, ảnh hưởng trực tiếp đến việc triển khai các hoạt

động hỗ trợ sau đó. Kết quả nghiên cứu cho thấy, chỉ có 27,5% PNĐT được cán bộ KNNL hỏi về nhu cầu hỗ trợ. Trong khi đó, 72,5% PNĐT không được đánh giá nhu cầu hỗ trợ. Các ý kiến từ phỏng vấn sâu cũng chỉ

ra rằng công tác đánh giá nhu cầu của PNĐT còn khá “sơ sài”, “hỏi qua loa” và “chưa thực sự chú trọng đến từng hoàn cảnh riêng biệt của từng PNĐT” (Tổng hợp kết quả phỏng vấn sâu).

Hình 1. Cán bộ KNNL hỏi về nhu cầu kết nối nguồn lực của phụ nữ đơn thân

Đơn vị tính: %



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra của nhóm tác giả

Việc không đánh giá đầy đủ nhu cầu hỗ trợ nguồn lực của PNĐT có thể làm ảnh hưởng đến tiến độ và chất lượng của các hoạt động hỗ trợ nguồn lực. Khi các hỗ trợ không phù hợp với thực tế hoặc không đáp ứng đúng mong đợi của những người cần giúp đỡ, sẽ dẫn đến hiệu quả thấp và lãng phí nguồn lực của địa phương lẫn của nhà nước.

Đối với nhóm PNĐT đã được đánh giá về nhu cầu hỗ trợ, các nguồn lực mà cán bộ hỗ trợ chủ yếu kết nối gồm chính sách pháp luật (68,3%), hỗ trợ về con người (50,5%), vật chất (51,3%), nguồn lực tự nhiên như đất đai (20,1%), và nguồn lực xã hội như y tế, giáo dục, sức khỏe (58,7%). Tuy nhiên, các nguồn lực liên quan đến đời sống tâm lý và xã hội của PNĐT hầu như chưa được chú trọng đề cập đến.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù hoạt động đánh giá nhu cầu KNNL cộng đồng của PNĐT đã được cán bộ KNNL thực hiện nhưng vẫn còn chưa thực sự thành thực. Tỷ lệ PNĐT được hỏi về nhu cầu hỗ trợ nguồn lực cộng đồng vẫn rất thấp. Phần lớn cán bộ chỉ tập trung vào việc hỏi về nhu cầu kết nối các

nguồn lực liên quan đến chính sách pháp luật, nguồn lực xã hội, và tài chính - kinh tế, trong khi nhu cầu kết nối với các nguồn lực khác như nguồn lực tự nhiên, tâm lý, hay mối quan hệ con người lại ít được quan tâm. Tuy nhiên, để việc KNNL cộng đồng thực sự hiệu quả và giúp PNĐT vươn lên phát triển, cần phải có sự kết hợp phù hợp, linh hoạt với từng hoàn cảnh và điều kiện cụ thể của mỗi PNĐT.

4.2. Hoạt động đánh giá nguồn lực cộng đồng có thể kết nối hỗ trợ phụ nữ đơn thân

Để thực hiện KNNL cộng đồng hiệu quả, ngoài việc đánh giá nhu cầu của đối tượng, cán bộ KNNL còn cần phải đánh giá được các nguồn lực cộng đồng hiện có tại địa phương, đặc biệt là những nguồn lực phù hợp và cần thiết đối với đối tượng cần hỗ trợ, trong trường hợp này là PNĐT. Qua tìm hiểu từ các lãnh đạo và cán bộ KNNL tại xã Mai Lâm, kết quả cho thấy cán bộ KNNL đã thực hiện việc đánh giá các nguồn lực cộng đồng nói chung và nguồn lực hỗ trợ PNĐT nói riêng thông qua việc nắm bắt và liệt kê các nguồn lực có sẵn tại địa phương. Họ cũng phân tích điểm mạnh và điểm

yếu của từng nguồn lực, từ đó đưa ra các phương án phù hợp để áp dụng, nhằm kết nối và hỗ trợ hiệu quả cho nhóm PNĐT.

Cán bộ KNNL đã xác định các nguồn lực cộng đồng bao gồm: chính sách và pháp luật của Nhà nước; con người; vật chất; tài nguyên thiên nhiên; nguồn lực xã hội và tài chính - kinh tế. Trong đó, nguồn lực từ chính sách và pháp luật của Nhà nước được xem theo các quy định chung về chế độ chính sách áp dụng trên toàn quốc. Các nguồn lực còn lại như: con người, vật chất, tài nguyên thiên nhiên và các yếu tố xã hội, chủ yếu thuộc về đặc thù của từng địa phương, cụ thể là điều kiện kinh tế, văn hóa và xã hội tại xã Mai Lâm. Dựa trên hệ thống nguồn lực cộng đồng này, lãnh đạo và cán bộ KNNL tại xã Mai Lâm đã thực hiện việc đánh giá chi tiết từng nguồn lực, cụ thể như sau:

Thứ nhất, nguồn lực từ chính sách, pháp luật của Nhà nước đối với PNĐT

Điểm mạnh: Các chế độ chính sách theo quy định của Nhà nước tạo ra hành lang pháp lý vững chắc cho địa phương trong việc thực hiện và áp dụng các hỗ trợ đối với các đối tượng cần giúp đỡ, trong đó có PNĐT. Đây là những cơ sở pháp lý quan trọng giúp bảo vệ quyền lợi của PNĐT và đảm bảo họ được tiếp cận các quyền lợi hợp pháp.

Hạn chế: Tuy nhiên, nguồn lực từ chính sách và pháp luật của Nhà nước chủ yếu là các chế độ được cấp từ trung ương xuống địa phương, mà Ủy ban Nhân dân xã Mai Lâm chỉ có trách nhiệm thực hiện và chi trả theo quy định. Điều này khiến cho nguồn lực này không hoàn toàn xuất phát từ địa phương, mà là một phần của hệ thống chính sách cấp trên. Hơn nữa, đối tượng và phạm vi bao phủ của các chính sách này còn hạn chế và chưa đủ sâu rộng, chưa thể đáp ứng đầy đủ nhu cầu của tất cả phụ nữ đơn thân tại xã.

Thứ hai, nguồn lực tự nhiên thiên nhiên

Điểm mạnh: Nguồn lực tự nhiên thiên nhiên tại xã Mai Lâm bao gồm vị trí địa lý, đất đai và nguồn nước, là những tài nguyên đặc thù và có giá trị của địa phương. Hiện tại, xã Mai Lâm có 14 hộ phụ nữ đơn thân chưa có đất ở hợp lệ, trong đó có 3 hộ là PNĐT thuộc diện hộ nghèo. Đây là một tài nguyên quan trọng có thể hỗ trợ trong việc cải thiện điều kiện sống của các hộ phụ nữ đơn thân.

Hạn chế: Tuy nhiên, trong những năm gần đây,

quá trình đô thị hóa và sự phát triển lên quận đã dẫn đến việc đất đai tại xã Mai Lâm bị quy hoạch cho các phân khu đô thị. Hệ quả là không còn đất giãn dân và diện tích lớn đất nông nghiệp, đất đồng bãi hoa màu cũng được đưa vào quy hoạch xây dựng. Điều này làm hạn chế khả năng cấp đất giãn dân cho các hộ nghèo không có đất ở, đồng thời cũng khó khăn trong việc hỗ trợ đầu tư đất sản xuất nông nghiệp cho PNĐT.

Thứ ba, nguồn lực vật chất

Điểm mạnh: Một trong những nguồn lực quan trọng tại xã Mai Lâm là các cơ sở vật chất hỗ trợ phúc lợi cho PNĐT. Hàng năm, xã vẫn duy trì chương trình hỗ trợ nhà ở cho các hộ nghèo có nhà ở tạm, dột nát hoặc hư hỏng nặng. Trung bình mỗi năm, một hộ được hỗ trợ xây nhà từ Quỹ hỗ trợ người nghèo của xã, với khoảng 30 triệu đồng huy động từ sự ủng hộ của người dân. Quỹ này chủ yếu được sử dụng để xây dựng nhà đại đoàn kết cho các hộ nghèo, bao gồm cả PNĐT. Công việc này được giao cho Mặt trận Tổ quốc xã thực hiện. Ngoài ra, Hội Nông dân xã cũng thực hiện nhiệm vụ trao thóc giống và phân bón hỗ trợ từ Nhà nước cho các hộ nghèo, trong đó có PNĐT, còn bộ phận văn hóa - xã hội được giao trách nhiệm chi trả tiền điện cho các hộ nghèo, bao gồm cả PNĐT. Bên cạnh đó, các cơ sở vật chất như trụ sở nhà văn hóa và trang thiết bị thể dục thể thao tại các thôn cũng phục vụ nhu cầu sinh hoạt cộng đồng của mọi người, đặc biệt là phụ nữ và PNĐT, tham gia các hoạt động hội hàng tháng, quý.

Hạn chế: Tuy nhiên, cơ sở vật chất tại xã vẫn còn thiếu thốn, lạc hậu và đang xuống cấp. Các thiết bị như đài phát thanh, loa, và nhà văn hóa ở các thôn đã cũ và xuống cấp, trong khi trang thiết bị bên trong cũng còn thiếu nhiều. Bên cạnh đó, các cuộc vận động quỹ chưa thu được số tiền lớn, ảnh hưởng đến khả năng thực hiện hiệu quả các hoạt động KNNL cộng đồng tại địa phương.

Thứ tư, nguồn lực con người

Điểm mạnh: Nguồn lực quan trọng tại xã Mai Lâm chính là sự hỗ trợ từ cộng đồng dân cư địa phương, bao gồm những cá nhân và tổ chức có ảnh hưởng lớn đến đời sống cộng đồng. Sự giúp đỡ của người dân trong xã đối với PNĐT vẫn duy trì được những giá trị truyền thống về tình làng nghĩa xóm, đoàn kết và tương trợ lẫn nhau. Những hương ước, lệ làng cũng

góp phần gắn kết cộng đồng và tạo ra một mạng lưới hỗ trợ mạnh mẽ. Như một người dân địa phương chia sẻ: “Tôi rất sẵn lòng giúp đỡ trong khả năng của mình” (PVS người dân số 14, nữ, 51 tuổi).

Ngoài sự hỗ trợ từ cộng đồng dân cư, nguồn lực con người ở địa phương còn bao gồm những cá nhân và tổ chức có uy tín trong cộng đồng, như các lãnh đạo từ cấp xã đến thôn. Cấp xã bao gồm: chủ tịch, phó chủ tịch, các cán bộ KNNL, chủ tịch hội liên hiệp phụ nữ, chủ tịch hội chữ thập đỏ, chủ tịch mặt trận tổ quốc, chủ tịch hội nông dân, và cán bộ lao động, thương binh, xã hội. Cấp thôn, khu bao gồm: bí thư chi bộ thôn, trưởng thôn, các chi hội trưởng hội phụ nữ, nông dân, ban công tác mặt trận, người cao tuổi, cùng các hội đoàn khác. Những cá nhân này có vai trò quan trọng trong việc thực hiện KNNL cộng đồng, đặc biệt là hỗ trợ PNĐT, qua việc thực hiện các chính sách của Nhà nước và xây dựng các chương trình, chính sách riêng của địa phương.

Hạn chế: Tuy nhiên, xã Mai Lâm vẫn là một xã thuần nông với trình độ dân trí còn thấp và không đồng đều. Mặc dù cộng đồng dân cư vẫn duy trì được tinh thần đoàn kết và sự hỗ trợ lẫn nhau, nhưng vai trò của họ trong các chương trình và hoạt động KNNL cộng đồng hỗ trợ PNĐT chưa thực sự phát huy hết tiềm năng. Người dân vẫn chưa tham gia đầy đủ và hiệu quả vào các hoạt động KNNL, điều này làm giảm khả năng hỗ trợ những PNĐT trong cộng đồng.

Thứ năm, nguồn lực tài chính, kinh tế

Điểm mạnh: Nguồn lực tài chính và hỗ trợ từ các tổ chức và doanh nghiệp tại xã Mai Lâm là một yếu tố quan trọng đối với việc hỗ trợ PNĐT. Ngân hàng Chính sách xã hội hàng năm vẫn duy trì chương trình giúp các hộ nghèo và cận nghèo, bao gồm PNĐT, tiếp cận vốn vay với lãi suất ưu đãi. Bên cạnh đó, các quỹ hội tại địa phương, như quỹ hội liên hiệp phụ nữ và quỹ hội nông dân, cũng đóng vai trò quan trọng. Các quỹ này được đóng góp từ hội viên và sử dụng cho các hoạt động hội, vay vốn phát triển kinh tế, hỗ trợ những hội viên có hoàn cảnh khó khăn, cũng như tặng quà, sổ tiết kiệm cho những đối tượng cần hỗ trợ đặc biệt.

Một nguồn lực đáng chú ý nữa là chương trình “Ngân hàng bò” do Hội Chữ thập đỏ triển khai, nhằm trao sinh kế cho người dân địa phương. Thêm vào đó, xã Mai Lâm có 75 công ty, doanh nghiệp, trong đó có

25 doanh nghiệp quy mô lớn. Đây là nguồn lực tiềm năng về tài chính và việc làm, có thể được tận dụng để hỗ trợ PNĐT trên địa bàn. Chính quyền địa phương và các cán bộ KNNL cũng nhận thức được tiềm năng lớn từ các công ty, doanh nghiệp và đang tìm cách tranh thủ sự hỗ trợ từ các tổ chức này.

Hạn chế: Tuy nhiên, hiện tại lãnh đạo và chính quyền địa phương chưa khai thác hết tiềm năng từ nguồn lực này. Các công ty và doanh nghiệp cũng chưa thực sự thể hiện trách nhiệm trong việc đóng góp cho an sinh xã hội tại nơi họ đóng trụ sở. Mặc dù hàng năm, các công ty, doanh nghiệp đã hỗ trợ xã thông qua các quỹ như “Đền ơn đáp nghĩa”, “Khuyến học” và giải quyết việc làm cho một phần lao động, trong đó có một số PNĐT (khoảng hơn 20 người theo thống kê sơ bộ) nhưng mức độ đóng góp này còn rất thấp và chưa đủ để tạo ra tác động lớn đến cộng đồng.

Thứ sáu, nguồn lực xã hội

Điểm mạnh: Nguồn lực này được cán bộ KNNL xã Mai Lâm đánh giá cao và bao gồm các chính sách hỗ trợ y tế và giáo dục cho PNĐT. Cụ thể, PNĐT thuộc hộ nghèo và cận nghèo được cấp thẻ bảo hiểm y tế miễn phí, trong khi PNĐT thuộc hộ có mức thu nhập dưới trung bình được hỗ trợ một phần kinh phí để mua thẻ bảo hiểm y tế. Bên cạnh đó, chính sách miễn giảm học phí cho con của PNĐT đang theo học các cấp học cũng góp phần giảm bớt gánh nặng cho các gia đình khó khăn.

Ở cấp độ sinh hoạt cộng đồng, PNĐT tham gia hoạt động của các chi hội phụ nữ và chi hội nông dân tại các thôn, khu. Họ được tham gia các buổi sinh hoạt hội hàng tháng, quý, và năm, cũng như các phong trào do các cấp hội tổ chức. Đây là những hoạt động tinh thần có ý nghĩa khích lệ và gắn kết cộng đồng, giúp nâng cao tinh thần của các chị em PNĐT.

Hạn chế: Tuy nhiên, số lượng đối tượng hưởng các chế độ hỗ trợ trên còn rất hạn chế, chủ yếu chỉ áp dụng cho một số con em thuộc hộ nghèo. Các buổi sinh hoạt của các hội tại thôn, khu cũng thiếu sự đa dạng và phong phú về nội dung và hình thức. Chúng chủ yếu được tổ chức dưới dạng các cuộc họp theo tháng, quý với các báo cáo, ý kiến, và chỉ đạo chung, thiếu các buổi trao đổi, thảo luận hay hoạt động thực tế như tham quan, học hỏi kinh nghiệm. Điều này khiến cho hiệu quả của các hoạt động sinh hoạt hội chưa thực sự

cao và chưa tạo động lực mạnh mẽ cho sự phát triển của PNĐT trong cộng đồng.

Ngoài hệ thống nguồn ngoại lực kể trên, nguồn lực từ chính bản thân những PNĐT cũng đóng vai trò quan trọng không kém trong việc tận dụng tối đa hiệu quả của các nguồn lực, từ đó tạo ra sự thay đổi tích cực trong cuộc sống của họ.

Thứ bảy là bản thân những người phụ nữ đơn thân:

Điểm mạnh: PNĐT tại xã Mai Lâm đều nhận thức rõ ràng về nhu cầu KNNL cộng đồng. Theo khảo sát, 81,25% PNĐT bày tỏ có nhu cầu được KNNL, điều này thể hiện ý thức tự giác về những khó khăn họ đang đối mặt và niềm tin vào khả năng thay đổi cuộc sống. Chính niềm tin này thúc đẩy họ tìm kiếm sự trợ giúp, tham gia vào các hoạt động KNNL, thể hiện sự chủ động và quyết tâm vươn lên. Những PNĐT này là những người có khả năng đảm đương công việc của cả gia đình, vừa làm tròn trách nhiệm của người mẹ, vừa thay thế vai trò của người đàn ông trong gia đình. Họ vẫn tích cực tham gia vào các hoạt động của các chi hội phụ nữ tại thôn, khu, như các cuộc thi nấu ăn, cắm hoa... vào các dịp lễ, tết. Tất cả những yếu tố này tạo nên một nguồn nội lực mạnh mẽ từ chính bản thân họ, giúp họ kiên cường và vượt qua khó khăn. Những phẩm chất này sẽ ảnh hưởng và quyết định đến hiệu quả của hoạt động KNNL. Chị PTN, một PNĐT chia sẻ: *“Có lúc khổ quá cũng nghĩ, nhưng chỉ nghĩ thoáng qua thôi rồi lại lao động, tôi không sống cho một mình tôi, tôi còn sống cho con tôi và để người khác nhìn vào, dù không có người đàn ông trong nhà, chị em phụ nữ chúng tôi vẫn có thể làm thay những việc của đàn ông”* (PVS số 2, nữ, 31 tuổi).

Hạn chế: Tuy nhiên, nhiều PNĐT cũng phải đối mặt với những khó khăn lớn, là những người yếu thế trong xã hội, thiếu phương tiện và điều kiện để tham gia vào các hoạt động KNNL. Một số PNĐT còn thiếu tự tin, tâm lý tự ti và sợ hãi, dẫn đến việc không dám tham gia hoặc thậm chí từ chối sự hỗ trợ từ các nguồn lực cộng đồng. Những yếu tố này tạo nên những rào cản, làm giảm hiệu quả của các hoạt động hỗ trợ và KNNL đối với đối tượng cần giúp đỡ.

Kết quả nghiên cứu trên phản ánh cán bộ KNNL xã Mai Lâm đã xác định được các nguồn lực cộng đồng và phân tích đánh giá được điểm mạnh, điểm yếu của mỗi nguồn lực. Trong đó nguồn lực chính sách pháp

luật là hành lang pháp lý, nguồn lực tài chính kinh tế, nguồn lực con người và nguồn lực xã hội là những thế mạnh của địa phương, còn lại những nguồn lực về tự nhiên và vật chất là những nguồn lực hiện rất yếu. Nguồn nội lực đóng vai trò quan trọng và nguồn ngoại lực đóng vai trò thúc đẩy.

4.3. Cách thức thực hiện kết nối nguồn lực đến phụ nữ đơn thân

Sau khi đánh giá được nhu cầu cần KNNL và xác định được các nguồn lực cộng đồng có tại địa phương, cán bộ KNNL xã Mai Lâm đã thực hiện KNNL thông qua việc lập kế hoạch, phân công nhiệm vụ cho người thực hiện với những mục tiêu, thời gian, nhiệm vụ cụ thể và bằng các hình thức khác nhau nhằm giúp PNĐT tiếp cận và sử dụng được các nguồn lực phù hợp.

** Lập kế hoạch kết nối nguồn lực*

Việc lập kế hoạch KNNL được thực hiện qua việc UBND xã soạn thảo các văn bản, bao gồm kế hoạch năm, quý, tháng; các công văn, chương trình, dự án... Trong đó chi tiết mục tiêu, yêu cầu, nội dung, phân công nhiệm vụ, tiến độ thực hiện và trách nhiệm cụ thể. Các văn bản này đều có chữ ký, con dấu của lãnh đạo UBND xã, được xây dựng dựa trên chỉ đạo của cấp trên hoặc theo các nhiệm vụ đặc thù của từng ngành, theo từng năm và giai đoạn cụ thể, phù hợp với tình hình thực tế của địa phương.

Sau khi kế hoạch được phê duyệt, UBND xã giao trách nhiệm cho bộ phận thường trực triển khai, tổ chức tập huấn cho các phòng ban, ngành liên quan và các thôn, khu vực thực hiện kế hoạch. Các buổi tập huấn có thể được tổ chức tại hội trường xã hoặc các nhà văn hóa thôn, khu.

Các ngành, thôn, khu dựa vào kế hoạch của UBND xã để xây dựng và thực hiện nhiệm vụ của mình, đồng thời báo cáo kết quả về UBND xã theo yêu cầu của từng kế hoạch cụ thể.

UBND xã Mai Lâm đã xây dựng nhiều kế hoạch, trong đó có các hoạt động KNNL như: mở 2 lớp đào tạo nghề nuôi trồng và chế biến nấm, lớp trồng rau sạch cho lao động nông thôn theo Đề án 1956 của Chính phủ; kế hoạch rà soát và xét duyệt trợ giúp xã hội; kế hoạch hỗ trợ xây dựng, sửa chữa nhà ở cho hộ nghèo từ quỹ “Vì người nghèo” do nhân dân, các nhà hảo tâm và doanh nghiệp đóng góp. Hội liên hiệp phụ nữ xã cũng đã xây dựng kế hoạch xây dựng quỹ tiết

kiệm của hội đạt 150 triệu đồng, hỗ trợ cho 8 hộ vay vốn ưu đãi, tặng sổ tiết kiệm cho 30 hội viên phụ nữ có hoàn cảnh khó khăn và trao 30 suất học bổng cho trẻ em vượt khó thông qua phong trào “Nuôi lợn nhựa tiết kiệm”. Những kế hoạch này tuy là một phần trong các nhiệm vụ của từng ngành nghề, tuy UBND xã chưa có kế hoạch riêng về hoạt động KNNL cho đối tượng PNDT, nhưng hầu hết các kế hoạch đều hướng đến việc hỗ trợ nhóm đối tượng này.

** Người thực hiện kết nối nguồn lực*

Hoạt động thực hiện KNNL tại xã Mai Lâm không do một cán bộ đơn lẻ đảm nhận mà được triển khai bởi nhiều cán bộ chuyên môn và các ngành đoàn thể, kết hợp với nhiệm vụ chuyên môn của mỗi người. Để triển khai KNNL tới PNDT, UBND xã Mai Lâm đã giao nhiệm vụ cụ thể cho các cán bộ, bao gồm: Cán bộ lao động thương binh và xã hội xã, chủ tịch hội liên hiệp phụ nữ xã, chủ tịch hội nông dân xã, chủ tịch hội chữ thập đỏ xã, chủ tịch ủy ban mặt trận tổ quốc xã. Bên cạnh đó, các chi hội trưởng của các hội tại thôn, khu, cùng với các trưởng thôn, khu là những người trực tiếp thực hiện và giám sát các hoạt động KNNL.

** Hình thức kết nối nguồn lực*

Để thực hiện được hoạt động KNNL, cán bộ KNNL tại xã Mai Lâm thực hiện qua hình thức cụ thể, đó là: (1) thông qua các cuộc họp của chính quyền địa phương, (2) thông qua các cán bộ thực hiện nhiệm vụ kết nối nguồn lực tại địa phương (3) thông qua hoạt động tuyên truyền trên địa bàn và (4) qua một số hình thức khác như tư vấn trực tiếp/ vắng gia/ chuyện trò với phụ nữ nghèo đơn thân hoặc thành viên, người thân trong gia đình của họ. Kết quả khảo sát cho thấy: 66,7% kết nối thông qua cuộc họp, 73,8% thông qua cán bộ kết nối nguồn lực, 7,1% qua hình thức tuyên truyền và 9,5% qua một số hình thức khác.

Kết quả khảo sát thực nghiệm cho thấy hình thức kết nối qua cán bộ KNNL là phổ biến nhất. Khi thực hiện kết nối nguồn lực thông qua hình thức này, bản thân mỗi cán bộ được ví giống như một kênh truyền thông. Họ sẽ trực tiếp là người vận dụng các kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tư vấn, hướng dẫn để truyền tải các thông tin, các nguồn lực đến với các nhóm phụ nữ đng cần trợ giúp. Hình thức kết nối này mang tính ưu việt rõ hơn bởi các nguồn lực được kết nối một cách trực tiếp, công khai và rõ ràng hơn với đối tượng.

Hình thức kết nối phổ biến thứ hai là qua các cuộc họp của chính quyền địa phương, từ cấp xã đến các thôn, chiếm tỷ lệ 66,7%. Các cuộc họp này bao gồm việc triển khai các kế hoạch tại xã và thôn, phân công nhiệm vụ cho các bộ phận liên quan, tổ chức các cuộc họp thôn, họp dân, họp hội và họp chi hội để thông báo về nội dung và các hoạt động kết nối nguồn lực. Những PNDT đủ điều kiện sẽ được đăng ký hoặc thôn bình xét để tham gia các chương trình và nhận sự giúp đỡ, hưởng lợi từ các nguồn lực cộng đồng.

Ngoài một số hình thức kết nối nguồn lực trên thì việc tuyên truyền quan điểm chính sách của nhà nước, các chương trình hỗ trợ về tài chính, dịch vụ cho các nhóm đối tượng nói chung và phụ nữ đơn thân nói riêng cũng được thực hiện thông qua hệ thống loa phát thanh từ xã đến các thôn. Có 7,1% ý kiến ghi nhận hình thức kết nối này thực sự có tính ứng dụng khi truyền thông các thông tin liên quan đến các nguồn lực trong cộng đồng. Tuy nhiên, số lượng người dân nói chung và phụ nữ nghèo đơn thân nói riêng còn chưa tiếp cận hiệu quả với hình thức tuyên truyền này bởi lẽ do chất lượng âm thanh của hệ thống loa phát thanh tuyến cơ sở còn đôi lúc kém chất lượng, một số phụ nữ thường đi làm xa khỏi khu vực phát thanh nên hầu như họ không nhận được thông tin.

Tóm lại, hai hình thức KNNL cộng đồng chính được PNDT đánh giá cao và mang lại hiệu quả rõ rệt nhất là thông qua cán bộ KNNL và các cuộc họp của chính quyền địa phương. Đây là những phương thức chính thống, mang tính trực tiếp và có sự tham gia đầy đủ của các bên liên quan, nhờ đó đạt được hiệu quả cao hơn so với các hình thức kết nối khác.

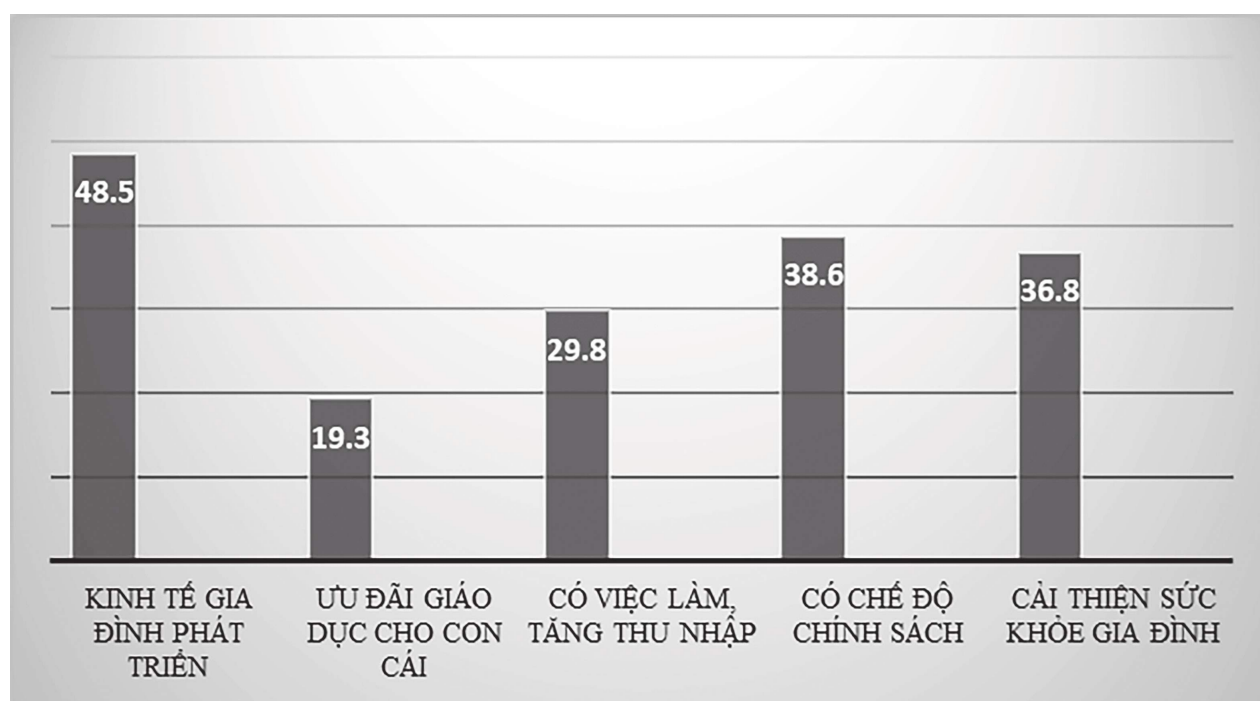
4.4. Kết quả của các hoạt động kết nối nguồn lực cộng đồng hỗ trợ phụ nữ đơn

Hiệu quả của hoạt động kết nối nguồn lực cộng đồng trong hỗ trợ PNDT được phản ánh qua ba yếu tố: (1) cảm nhận của chính những PNDT được hỗ trợ, (2) đánh giá của chính quyền địa phương và các cán bộ thực hiện hoạt động hỗ trợ, và (3) nhận xét của người dân và cộng đồng về sự thay đổi của gia đình phụ nữ đơn thân trong khu vực khảo sát.

Đánh giá của PNDT về hiệu quả của hoạt động KNNL cộng đồng được thể hiện qua mức độ thay đổi của bản thân và gia đình họ trong các khía cạnh cuộc sống sau khi nhận được sự hỗ trợ từ các nguồn lực đáp ứng nhu cầu cụ thể. Kết quả khảo sát cho thấy:

Hình 2. Những thay đổi của phụ nữ đơn thân sau khi được kết nối nguồn lực

Đơn vị tính: %



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra của nhóm tác giả

Theo cảm nhận của chính những PNĐT, họ đánh giá sự thay đổi lớn nhất sau khi được hỗ trợ kết nối các nguồn lực cộng đồng là sự phát triển kinh tế gia đình, với tỷ lệ 48,5%. Tiếp theo là sự cải thiện trong chế độ đãi ngộ về chính sách, chiếm 38,6%, và cải thiện sức khỏe tâm lý, chiếm 36,8%. Những thay đổi này, mặc dù là bước đầu, đã cho thấy những ảnh hưởng tích cực từ việc hỗ trợ các nguồn lực của cán bộ thực hiện KNNL đối với PNĐT đang cần sự giúp đỡ.

Việc đánh giá hiệu quả hoạt động KNNL không chỉ dựa trên cảm nhận của PNĐT mà còn được phản ánh qua ý kiến của chính quyền địa phương và các cán bộ KNNL cộng đồng tại địa bàn. Các lãnh đạo xã, thôn và cán bộ KNNL tại địa phương cho rằng, mặc dù hoạt động KNNL trong hỗ trợ PNĐT đã mang lại hiệu quả bước đầu, nhưng chưa tạo ra sự thay đổi lớn trong đời sống của PNĐT. Cụ thể, các hoạt động hỗ trợ hiện nay vẫn mang tính chất triển khai rộng rãi và chưa được cá nhân hóa. Xã Mai Lâm và các thôn, khu trong địa bàn xã chưa có chương trình hay hoạt động KNNL riêng biệt dành cho PNĐT.

Người dân tại xã Mai Lâm hầu hết cho rằng hoạt động KNNL cộng đồng tại địa phương mới chỉ mang tính hỗ trợ tạm thời, triển khai trên diện rộng mà chưa thực sự chú trọng đến nhu cầu đặc thù của từng PNĐT.

Một người dân khi được hỏi về hiệu quả của hoạt động KNNL tại địa phương đã đánh giá: “Tôi thấy các hoạt động KNNL cộng đồng chưa triển khai sâu sát, vẫn còn nhiều chị em PNĐT còn gặp nhiều khó khăn trong cuộc sống”. (PVS số 8, nữ 52 tuổi). Ông LVH, một người dân khác cho biết: “Tôi thấy hoạt động KNNL cho PNĐT chưa có hiệu quả cao. Tôi thường xuyên nghe đài phát thanh của xã nhưng không nghe thấy có chương trình nào cho PNĐT, hợp ở thôn tôi cũng chưa thấy có”.

Với kết quả khảo sát thực nghiệm đã phản ánh hiệu quả của hoạt động KNNL tại cộng đồng địa phương. Về cơ bản, hoạt động này bước đầu đã có hiệu quả, biểu hiện ở minh chứng có sự thay đổi về kinh tế gia đình. Tuy nhiên, mặc dù đã có những thay đổi nhất định đối với bản thân gia đình PNĐT nhưng tỷ lệ còn thấp, đời sống của PNĐT chưa thực sự được cải thiện rõ rệt. Do đó, các hoạt động KNNL tại địa phương vẫn còn mang tính chất khai chung chung, thiếu sự chú trọng và điều chỉnh phù hợp với đặc thù của từng hộ gia đình PNĐT.

5. Kết luận

Hoạt động KNNL cộng đồng trong hỗ trợ PNĐT tại xã Mai Lâm, huyện Đông Anh, Hà Nội được thực hiện chủ yếu bởi các cán bộ làm công tác KNNL. Các hoạt động chính tại địa phương đã được triển khai theo hướng CTXH, bao gồm bốn bước cơ bản: (1) đánh giá

nhu cầu KNNL, (2) xác định và đánh giá các nguồn lực tại địa phương, (3) thực hiện KNNL cộng đồng, và (4) đánh giá hiệu quả của việc KNNL cộng đồng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các cán bộ KNNL đã thực hiện bước đánh giá nhu cầu hỗ trợ PNĐT. Tuy nhiên, công tác này còn thiếu chi tiết và chủ yếu dựa trên danh sách các gia đình cần trợ giúp, chưa thực sự đi sâu vào các nhu cầu cụ thể của từng đối tượng.

Về cơ bản, cán bộ KNNL tại địa phương đã xác định được các nguồn lực cộng đồng trên sáu phương diện: chính sách, nguồn lực tự nhiên, nguồn lực con người, nguồn lực xã hội, tài chính kinh tế, và chính bản thân PNĐT. Các điểm mạnh, điểm yếu của từng nguồn lực cũng đã được đánh giá khá chi tiết. Tuy nhiên, việc KNNL chủ yếu được thực hiện thông qua vai trò của

các cán bộ và các cuộc họp triển khai hoạt động kết nối. Mặc dù tỷ lệ thành công chưa cao, kết quả ban đầu của việc huy động nguồn lực hỗ trợ phụ nữ đơn thân tại địa phương đã có những cải thiện nhất định trong tình hình kinh tế của các hộ gia đình.

Đánh giá hiệu quả của KNNL hỗ trợ PNĐT được thực hiện qua cảm nhận của chính PNĐT, chính quyền địa phương và người dân trong cộng đồng, thể hiện tính toàn diện và khách quan. Dựa trên các dữ liệu thực tế, có một số gợi ý để nâng cao hiệu quả KNNL hỗ trợ PNĐT, bao gồm việc gắn kết kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ của nhân viên CTXH trong việc hỗ trợ nguồn lực cộng đồng, xây dựng quỹ hỗ trợ PNĐT, thành lập các câu lạc bộ PNĐT tự giúp đỡ nhau, và tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong việc KNNL hỗ trợ PNĐT.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Briggs, Miller, Orellana, Briggs & Cox. (2013). *Effective Single - Parent training group program: Three system studies*, American.
- Harriet M. Phinney. (2022). *Review of Single Mothers and the State's Embrace: Reproductive Agency in Vietnam*, Seattle: Washington University Press. 2022. 219 pp.
- Hiên, N. T. M. (2015). *Quyền của phụ nữ theo pháp luật Việt Nam*. Luận văn thạc sĩ.
- Hoàn, N.T.A. (2019). *Vai trò của nhân viên công tác xã hội trong hỗ trợ phụ nữ nghèo đơn thân tại xã Trung Sơn, huyện Lương Sơn, tỉnh Hòa Bình*. Luận văn thạc sĩ Đại học Khoa học - Xã hội và Nhân văn
- Kris Kisman. (1991). *Feminist - Based Social Work with Single - Parent Families*. *Families in Society American*.
- Trang, C.T.T. (2019). *Thực trạng công tác hỗ trợ phụ nữ đơn thân phát triển kinh tế hộ gia đình tại xã Bá Xuyên, thị xã Sông Công, tỉnh Thái Nguyên*. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*.
- Thi, L. (2005). *Single women in Vietnam*. NXB Thế giới
- Ủy ban nhân dân xã Mai Lâm. (2023). *Báo cáo phát triển kinh tế xã hội năm 2023, phương hướng nhiệm vụ năm 2024*.
- Yuk King Lau. (2002). *Social Welfare Services for Single Parent Families in Hong Kong: A Paradox*. *Child & Family Social Work*.

SỰ SẴN SÀNG CHUYỂN ĐỔI SANG NỀN KINH TẾ TUẦN HOÀN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT NAM: VAI TRÒ CỦA CẢM XÚC TÍCH CỰC VÀ Ý ĐỊNH MUA HÀNG HÓA XANH

PGS.TS. Vũ Hoàng Ngân

Đại học Kinh tế Quốc dân

nganvh@neu.edu.vn

Ninh Quốc Vượng

Đại học Kinh tế Quốc dân

11226971@st.neu.edu.vn

Ngô Thị Quỳnh Chi

Đại học Kinh tế Quốc dân

11220990@st.neu.edu.vn

Nguyễn Thị Thu Hiền

Đại học Kinh tế Quốc dân

11222218@st.neu.edu.vn

Nguyễn Thị Thùy Trang

Đại học Kinh tế Quốc dân

11226455@st.neu.edu.vn

Trần Phương Giang

Đại học Kinh tế Quốc dân

11221843@st.neu.edu.vn

Tóm tắt: Trước áp lực từ sự suy thoái môi trường, xu hướng tiêu dùng xanh đang ngày càng nhận được sự ủng hộ mạnh mẽ, mở ra cơ hội phát triển cho các sản phẩm thân thiện với môi trường. Do vậy, nghiên cứu này tập trung phân tích mối quan hệ tác động giữa cảm xúc tích cực, ý định mua hàng hóa xanh và sự sẵn sàng chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn thông qua sử dụng Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB). Dữ liệu thu thập từ 413 người tiêu dùng được đưa vào phân tích bằng phần mềm SPSS 20 và SmartPLS 3.0. Kết quả cho thấy, cảm xúc tích cực tác động trực tiếp và gián tiếp đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn thông qua ý định mua hàng hóa xanh. Kết quả nghiên cứu không chỉ đóng góp vào việc hoàn thiện cơ sở lý luận, mở rộng lý thuyết TPB, mà còn cung cấp căn cứ khoa học giúp doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách xây dựng chiến lược hiệu quả nhằm nâng cao ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng Việt Nam.

Từ khóa: Cảm xúc tích cực, kinh tế tuần hoàn, ý định mua hàng hóa xanh, TPB

VIETNAMESE CONSUMERS' READINESS TO TRANSITION TO A CIRCULAR ECONOMY: THE ROLE OF POSITIVE EMOTIONS AND GREEN PURCHASE INTENTION

Abstract: Under the pressure of environmental degradation, the green consumption trend is gaining strong support, creating opportunities for the development of eco-friendly products. Therefore, this study focuses on analyzing the impact relationship between Positive Emotions, Green Purchase Intention, and Willingness to Transition to a Circular Economy using the Theory of Planned Behavior (TPB). Data collected from 413 consumers were analyzed using SPSS 20 and SmartPLS 3.0. The results indicate that Positive Emotions directly and indirectly influence the Willingness to Transition to a Circular Economy through Green Purchase Intention. The findings not only contribute to improving the theoretical foundation and expanding the TPB framework but also provide scientific evidence to help businesses and policymakers develop effective strategies to enhance Vietnamese consumers' green purchase intention.

Keywords: Positive Emotions, Circular Economy, Green Purchase Intention, Theory of Planned Behavior (TPB)

Mã bài báo: JHS - 258

Ngày nhận bài sửa: 01/03/2025

Ngày nhận bài: 16/12/2024

Ngày duyệt đăng: 20/03/2025

Ngày nhận phản biện: 02/01/2025

1. Giới thiệu

Mức tiêu dùng quá mức và các loại hình tiêu dùng không bền vững là vấn đề trung tâm của quá trình phát triển bền vững, các công nghệ môi trường, hệ thống sản xuất, chính sách kinh tế và sáng kiến xã hội đều đóng vai trò quan trọng trong việc hướng tới sự bền vững, nhưng những đóng góp này sẽ kém hiệu quả nếu không có sự thay đổi trong mô hình và hành vi tiêu dùng của con người. Theo Khảo sát Người tiêu dùng 2024 thực hiện bởi PwC, 54% người tiêu dùng sẽ sẵn sàng chi trả cao hơn 10% so với mức giá trung bình cho một sản phẩm được làm từ vật liệu tái chế/bền vững. Chính phủ Việt Nam cũng tích cực quan tâm đến vấn đề này, thể hiện qua định hướng trong Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050: “Thúc đẩy tiêu dùng và mua sắm xanh, bền vững thông qua các chương trình dán nhãn năng lượng, nhãn sinh thái, nhãn xanh...; đẩy mạnh mua sắm công xanh và tiếp tục áp dụng hiệu quả các công cụ kinh tế để điều chỉnh hành vi tiêu dùng”.

Ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi đã thu hút sự quan tâm của nhiều học giả. Nghiên cứu của Zubair & cộng sự (2020) chỉ ra rằng, khi kết hợp thông điệp và cảm xúc về sản phẩm sẽ tác động mạnh mẽ đến ý định mua hàng trong bối cảnh tiếp thị xanh. Trong lĩnh vực tiêu dùng, đặc biệt là tiêu dùng nhanh, nhiều học giả đã nghiên cứu về mối quan hệ giữa cảm xúc và ý định mua hàng, họ cho rằng cảm xúc tích cực đóng vai trò quan trọng hơn trong việc kích thích ý định và sự hài lòng của khách hàng. Như vậy, nghiên cứu này tập trung vào mối quan hệ giữa cảm xúc tích cực và ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng để cung cấp cơ sở khoa học ngày thêm phong phú.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu trước đây cũng đã chỉ ra và phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới ý định mua hàng hóa xanh như thái độ, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, mối quan tâm về môi trường, hiệu quả nhận thức, sự trải nghiệm, kiến thức và ý định ảnh hưởng đến hành vi mua. Tuy nhiên, số lượng các nghiên cứu còn hạn chế và chưa tập trung nghiên cứu về tác động của niềm tin xanh và cảm xúc tích cực tới ý định mua hàng hóa xanh, đồng thời xem xét vai trò trung gian của sự quan tâm môi trường trong mối quan hệ giữa niềm tin xanh và cảm xúc tích cực. Do đó, nghiên cứu này kỳ vọng lấp đầy một phần khoảng trống quan trọng bằng cách phân tích tác động của cảm xúc tích cực tới ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng tại Việt Nam, đồng thời nghiên cứu tác động trung gian của ý định mua hàng hóa xanh trong mối quan hệ giữa cảm xúc tích cực và sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng. Bằng cách làm rõ mối quan hệ này, nghiên cứu không chỉ đóng góp vào thuyết TPB mà còn cung cấp các gợi ý chính sách để thúc đẩy hành vi mua hàng hóa xanh và tăng tỷ lệ tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng tại Việt Nam. Bài nghiên cứu có kết cấu như sau: (1) Giới thiệu vấn đề nghiên cứu, (2) Trình bày cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu, (3) Nêu ra phương pháp nghiên cứu, (4) Phân tích và thảo luận kết quả nghiên cứu và (5) Kết luận và hàm ý chính sách.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) (Ajzen 1975) là một lý thuyết được sử dụng rộng rãi về các yếu tố quyết định gần của hành vi. TPB đưa ra tổng quan về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi con người bao gồm ý định hành vi và

các khái niệm về kiểm soát hành vi. Trong đó, ý định chịu tác động bởi thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát nhận thức hành vi (Ajzen, 1975). Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) được sử dụng để khám phá và dự đoán hành vi của con người rộng rãi trong các góc nhìn khác nhau của các lĩnh vực cuộc sống, chẳng hạn như các hành vi liên quan đến sức khỏe, hành vi tội phạm, khởi nghiệp hay mua hàng hóa xanh. Vì vậy, trong nghiên cứu này nhóm tác giả áp dụng niềm tin xanh kết hợp với TPB để giải thích ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, dù TPB là lý thuyết kinh điển để phân tích hành vi tiêu dùng, nhưng nó vẫn có hạn chế khi bỏ qua yếu tố cảm xúc - yếu tố quan trọng tác động đến quyết định lý tính của mỗi cá nhân và quá trình hình thành hành vi, đặc biệt là đối với ý định mua hàng hóa xanh (Liang & cộng sự, 2019).

Nhằm lấp đầy khoảng trống trong nghiên cứu, nhóm tác giả sẽ áp dụng Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) để làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến Ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng Việt Nam.

2.2. Ảnh hưởng của cảm xúc tích cực tới ý định mua hàng hóa xanh

Cảm xúc tích cực liên quan đến kỳ vọng về những kết quả tích cực từ hành động, qua đó ảnh hưởng đến quyết định và hành vi của cá nhân (Kotabe & cộng sự, 2019). Trước khi thực hiện một hành động, mọi người thường tự đánh giá những cảm xúc mà hành động đó có thể mang lại (Bagozzi & Pieters, 1998). Cảm xúc tích cực càng mạnh thì độ cam kết của các hành vi thân thiện với môi trường càng cao. Các nghiên cứu trước đây đã khẳng định, cảm xúc có tác động sâu sắc đến quá trình ra quyết định trong nhiều tình huống khác nhau. Những nghiên cứu khác cũng cho thấy cảm xúc tích cực có ảnh hưởng đến hành vi mua hàng hóa xanh, chẳng hạn như niềm vui và lòng tự hào thúc đẩy việc giảm thiểu sử dụng chai nhựa hoặc lựa chọn các sản phẩm bền vững giá rẻ của người tiêu dùng (Onwezen & cộng sự, 2013). Từ các kết quả này, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết:

H1: Cảm xúc tích cực có tác động thuận chiều đến ý định mua hàng hóa xanh.

2.3. Ảnh hưởng của cảm xúc tích cực tới sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn

Cảm xúc tích cực không chỉ ảnh hưởng đến ý định mà bên cạnh đó còn thúc đẩy hành vi của cá nhân. Theo Frijda (1986) cho rằng, hành vi có thể được thúc đẩy bởi cảm xúc, đặc biệt là khi cảm xúc tích cực càng mạnh thì động lực thực hiện hành vi sẽ càng cao với mong muốn đạt được kết quả tốt hơn. Trước đó, có một số nghiên cứu đã chứng minh được ảnh hưởng của cảm xúc tích cực đến các hành vi thân thiện với môi trường của người tiêu dùng, như mua hàng hóa xanh, giảm sử dụng chai nhựa hay mua sản phẩm bền vững giá rẻ (Onwezen và cộng sự, 2013). Từ những kết quả nghiên cứu trên, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết:

H2: Cảm xúc tích cực có tác động cùng chiều tới sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng Việt Nam.

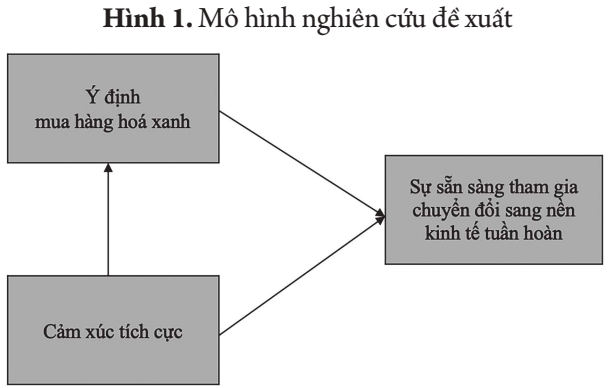
2.4. Ảnh hưởng của ý định mua hàng hóa xanh tới sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn

Ý định mua hàng hóa xanh thể hiện khả năng và sự sẵn lòng của người tiêu dùng trong việc ưu tiên sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường hơn các sản phẩm thông thường. Ý định mua hàng hóa xanh có thể sẽ chuyển thành hành vi mua hàng hóa thực tế khi mà người tiêu dùng tin rằng nỗ lực trong việc tiêu thụ các sản phẩm xanh mang lại hiệu quả tích cực (Lasuin & Ng, 2014). Trong nghiên cứu của Hao và cộng sự (2020) đã chỉ ra ý định mua hàng hóa xanh có tác động một cách rõ rệt đến sự tham gia của người tiêu dùng Trung Quốc vào kinh tế tuần hoàn. Điều này cho thấy, việc thúc đẩy ý định mua các sản phẩm xanh có thể góp phần quan trọng vào việc khuyến khích cá nhân tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Do đó, việc lựa chọn sản phẩm xanh không chỉ là hành động bảo vệ môi trường mà còn là một bước tiến trong việc tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn. Ý định mua hàng hóa xanh càng mạnh mẽ thì đồng nghĩa sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn càng cao. Từ những thảo luận trên, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết:

H3: Ý định mua hàng hóa xanh có tác động cùng chiều đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng Việt Nam.

2.5. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên các phân tích trên, nhóm nghiên cứu kỳ vọng đánh giá được vai trò của cảm xúc tích cực, ý định mua hàng hóa xanh và sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Từ đó, đề xuất mô hình nghiên cứu như hình 1:



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Xây dựng thang đo

Bảng hỏi được thiết kế dựa trên thang đo Likert 5 mức độ từ 1 đến 5, trong đó: (1) Hoàn toàn không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý và (5) Hoàn toàn đồng ý.

Hao & cộng sự (2020) đề xuất thang đo gồm 3 chỉ báo đo lường Sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn, phản ánh rõ ràng mức độ cam kết cá nhân đối với quá trình chuyển đổi.

Rehman & cộng sự (2013) gợi ý thang đo gồm 6 chỉ báo cụ thể hóa ý định mua hàng hóa xanh qua các hành

vi thực tế của người tiêu dùng, từ đó đo lường chính xác ý định mua hàng hóa xanh.

Koenig-Lewis & cộng sự (2014) đề xuất thang đo gồm 5 chỉ báo phản ánh mức độ tích cực mà cá nhân cảm nhận từ những hành vi có lợi cho môi trường để đo lường cảm xúc tích cực.

Bảng 1. Thang đo sử dụng

Tên biến	Thang đo	Nguồn
Sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn (SS)	SS1: Tôi sẵn sàng tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn (ví dụ: sử dụng các sản phẩm tái chế/tái sử dụng...).	Hao & cộng sự (2020)
	SS2: Tôi sẵn sàng hỗ trợ các hoạt động của nền kinh tế tuần hoàn (ví dụ: tuyên truyền sử dụng các sản phẩm tái chế/tái sử dụng...).	
	SS3: Tôi sẵn sàng giới thiệu những người khác tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn (ví dụ: giới thiệu về các sản phẩm tái chế/tái sử dụng...).	
Ý định mua hàng hóa xanh (YD)	YD1: Tôi dự định mua các sản phẩm thân thiện với môi trường.	Rehman & cộng sự (2013)
	YD2: Tôi có ý định chuyển sang thương hiệu mới giúp bảo vệ môi trường thay vì thương hiệu tôi đang sử dụng.	
	YD3: Khi tôi muốn mua một sản phẩm, tôi thường nhìn vào nhãn mác để xem nó có chứa những thứ gây hại cho môi trường hay không.	
	YD4: Khi chất lượng sản phẩm là tương đương, tôi thích lựa chọn các sản phẩm xanh (thân thiện với môi trường) hơn các sản phẩm không xanh.	
	YD5: Tôi chọn mua những sản phẩm thân thiện với môi trường.	
	YD6: Tôi sẽ mua các sản phẩm xanh (sản phẩm thân thiện với môi trường) ngay cả khi chúng đắt hơn các sản phẩm không xanh.	
Cảm xúc tích cực (CT)	CT1: Tôi cảm thấy vui vẻ khi tôi uống nước từ một chai nhựa làm bằng nguyên liệu thực vật hoặc nguyên liệu có thể tái chế.	Koenig-Lewis & cộng sự (2014)
	CT2: Tôi cảm thấy hạnh phúc khi tôi uống nước từ một chai nhựa làm bằng nguyên liệu thực vật hoặc nguyên liệu có thể tái chế.	
	CT3: Tôi cảm thấy hào hứng khi tôi uống nước từ một chai nhựa làm bằng nguyên liệu thực vật hoặc nguyên liệu có thể tái chế.	
	CT4: Tôi cảm thấy tự hào khi tôi uống nước từ một chai nhựa làm bằng nguyên liệu thực vật hoặc nguyên liệu có thể tái chế.	
	CT5: Tôi cảm thấy hài lòng khi tôi uống nước từ một chai nhựa làm bằng nguyên liệu thực vật hoặc nguyên liệu có thể tái chế.	

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

3.2. Thiết kế mẫu nghiên cứu và thu thập dữ liệu

Theo nghiên cứu của Hair & cộng sự (2006), kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát ($n = 5 \cdot m$). Trong đó: n là số mẫu cần khảo sát; m là số biến quan sát. Áp dụng công thức này, ta có số mẫu cần khảo sát là $n = 5 \cdot 22 = 110$ quan sát. Từ những lý thuyết trên, đề tài dự kiến kích thước mẫu là 413, với cỡ mẫu theo dự kiến, có thể kết luận cỡ mẫu đủ lớn để chạy mô hình, phù hợp với mục tiêu nghiên cứu của đề tài.

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát trực tuyến người tiêu dùng thông qua Google Forms và chia sẻ rộng rãi trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến hiện nay. Đối tượng khảo sát là người tiêu dùng Việt Nam, bao gồm các cá nhân sử dụng sản phẩm và dịch vụ. Nhóm nghiên cứu không giới hạn độ tuổi, giới tính hoặc khu vực cư trú của đối tượng để thu thập quan điểm tiêu dùng đa dạng. Khảo sát được triển khai qua hai hình thức: trực tuyến và

trực tiếp. Khảo sát trực tuyến sử dụng Google Forms để thu thập 320 phiếu và chia sẻ rộng rãi trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Zalo, và các diễn đàn. Đồng thời, 120 bảng câu hỏi được phát trực tiếp tại các địa điểm công cộng và nơi làm việc như văn phòng, trung tâm thương mại. Sau khi thu thập, nhóm đã làm sạch dữ liệu, loại bỏ các phiếu không hợp lệ, và chọn ra 413 phiếu hợp lệ, chiếm 93,9%. Phạm vi khảo sát được lựa chọn nhằm đảm bảo tính đại diện về địa lý, ngành nghề và thói quen tiêu dùng, giúp dữ liệu phản ánh chính xác hành vi của người tiêu dùng Việt Nam.

Mẫu khảo sát hợp lệ được phân tích bằng SPSS 20 và SmartPLS 3.0. Quá trình gồm: thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy và tính hội tụ của thang đo, kiểm định mô hình, và phân tích mô hình cấu trúc (PLS-SEM) để đánh giá mối quan hệ giữa các biến. Các bước này đảm bảo kết quả nghiên cứu chính xác và phù hợp với mục tiêu đề ra.

4. Phân tích và thảo luận kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích kết quả

4.1.1. Mô tả thông tin mẫu khảo sát

Từ kết quả thống kê mô tả các đặc điểm mẫu của 413 người trả lời, phân tích đặc điểm nhân khẩu học của đối tượng nghiên cứu là người tiêu dùng đã cho thấy một số xu hướng đáng chú ý. Đáng chú ý nhất là tỷ lệ của phụ nữ tham gia khảo sát (47,9%) thấp hơn nam giới (52,1%). Tiếp theo đó là nhóm tuổi từ 19-33 đã chiếm tỷ lệ lớn nhất (63,2%), nhóm đối tượng từ 34 tuổi trở lên chiếm 24% và nhóm đối tượng dưới 18 tuổi chiếm 12,8%. Về nơi ở, kết quả khảo sát cho thấy tỷ lệ khá đồng đều giữa thành thị (47,2%) và nông thôn (52,8%). Bên cạnh đó, đối tượng khảo sát là học sinh, sinh viên chiếm tỷ lệ (27,1%), công nhân - nhân viên chiếm tỷ lệ 20,9%, công chức nhà nước chiếm 14,5 %, và các ngành nghề khác chiếm 37,5%. Cuối cùng, nhóm thu nhập dưới 10 triệu/tháng chiếm tỷ lệ 30%, nhóm thu nhập từ 20 - 30 triệu/tháng chiếm 23,7% và nhóm thu nhập từ 20 triệu/tháng trở lên chiếm tỷ lệ cao nhất (46,3%).

4.1.2. Kiểm định giá trị hội tụ

Tổng phương sai trích AVE

Theo Fornell & Larcker (1981), giá trị của tổng phương sai trích AVE phải bằng hoặc trên 0,5 thì đạt yêu cầu, nghĩa là biến tiềm ẩn có thể giải thích được hơn một nửa phương sai của nó với trung bình. Các biến có giá trị AVE nhỏ nhất là 0,689 và lớn nhất là 0,842 đều lớn hơn giá trị yêu cầu là 0,5.

Outer Loadings

Theo Hair & cộng sự (2014) hệ số tải ngoài của các biến số phải có ý nghĩa thống kê và theo luật chung là hệ số tải ngoài (chuẩn hóa) phải từ 0,708 trở lên bởi hệ số chuẩn hóa có liên quan tới phương sai. Nếu hệ số tải nhân tố bên ngoài của một biến > 0,7 thì được tính là lý tưởng, khoảng giữa 0,4 đến 0,7 nên được xem xét trước khi xóa. Kết quả phân tích cho thấy các chỉ số tải đều đạt yêu cầu. Kết quả phân tích được thể hiện ở bảng 3:

Bảng 3. Hệ số Outer Loadings

	CT	SS	YD
CT1	0,781		
CT2	0,802		
CT3	0,836		
CT4	0,818		
CT5	0,907		
SS1		0,909	
SS2		0,934	
SS3		0,910	
YD1			0,866
YD2			0,843
YD3			0,853
YD4			0,864
YD5			0,779
YD6			0,847

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS 20

4.1.3. Đánh giá độ tin cậy nhất quán nội tại

Tác giả đánh giá độ tin cậy của thang đo trên SmartPLS qua hai chỉ số chính là Cronbach's Alpha (CA) và Composite Reliability (CR). Thông thường, để kiểm định độ tin cậy của CA nếu kết quả đạt trên 0,7 thì sẽ chấp nhận kết quả. Do một vài hạn chế của hệ số Cronbach Alpha's đối với tổng thể, chúng ta quan tâm tới cách đo lường khác thích hợp hơn, gọi là hệ số tin cậy tổng hợp (CR) (Fornell & Larcker, 1981). Trong đó, CR đạt ở mức trên 0,7 là đạt yêu cầu.

Bảng 2. Chỉ số độ tin cậy và giá trị hội tụ

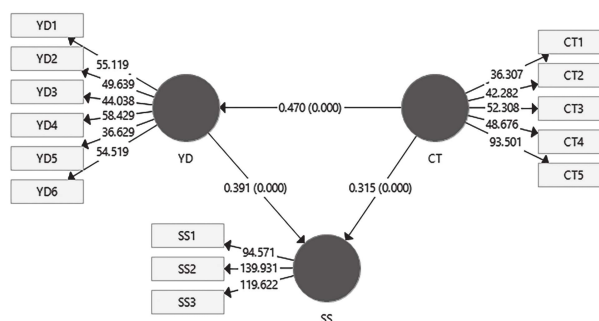
	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CT	0,887	0,917	0,689
SS	0,906	0,941	0,842
YD	0,918	0,936	0,709

Nguồn: Kết quả phân tích SmartPLS 3.0

Kết quả phân tích bảng 3 cho thấy, chỉ số CA nhỏ nhất là 0,887 và lớn nhất là 0,918 do đó đảm bảo độ tin cậy tốt. Hệ số tin cậy tổng hợp CR ước tính mức độ sai biệt chung mà các biến quan sát của một biến khái niệm cùng chia sẻ trong tương quan giữa từng biến quan sát này với biến khái niệm. Chỉ số CR nhỏ nhất là 0,917 và lớn nhất là 0,941, đảm bảo độ tin cậy tốt.

4.2. Mô hình cấu trúc

Hình 2. Mô hình nghiên cứu sau kiểm định



Nguồn: Kết quả phân tích SmartPLS 3.0

Cảm xúc tích cực có tác động đáng kể và thuận chiều đến ý định mua hàng hóa xanh. Hệ số điều tiết $\beta = 0,470$ với giá trị Sig = 0,000 cho thấy, khi cảm xúc tích cực gia tăng, ý định mua hàng hóa xanh cũng tăng theo. Giả thuyết H1 được chấp nhận, khẳng định mối quan hệ tích cực giữa cảm xúc tích cực và ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, cảm xúc tích cực cũng ảnh hưởng tích cực đến sự sẵn sàng chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Hệ số đường dẫn $\beta = 0,315$ và giá trị Sig = 0,000 cho thấy mối quan hệ này có ý nghĩa thống kê. Kết quả này hỗ trợ giả thuyết H2, khẳng định rằng cảm xúc tích cực càng cao thì sự sẵn sàng chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng cũng càng tăng.

Cuối cùng, ý định mua hàng hóa xanh có tác động tích cực đến sự sẵn sàng chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Hệ số đường dẫn $\beta = 0,391$ và giá trị Sig = 0,000 xác nhận mối quan hệ có ý nghĩa thống kê giữa hai yếu tố này. Điều này củng cố giả thuyết H3, cho thấy khi ý định mua hàng hóa xanh tăng, sự sẵn sàng chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng cũng gia tăng đáng kể.

4.3. Đánh giá tác động gián tiếp

Bảng 4. Phân tích ý nghĩa của tác động gián tiếp

	Original Sample	Standard Deviation	P_Value
CT -> YD -> SS	0,148	0,025	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích SmartPLS 3.0

Từ kết quả bảng 4, ta có thể thấy ảnh hưởng gián tiếp được đề xuất đều có ý nghĩa ở mức 5%. Như vậy, cảm xúc tích cực có tác động gián tiếp tới sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn thông qua ý định mua hàng hóa xanh.

4.4. Bàn luận kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu đã làm rõ mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng Việt Nam. Các yếu tố như ý định mua hàng hóa xanh, cảm xúc tích cực đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững. Các kết quả này cung cấp nền tảng quan trọng cho các chiến lược tiếp thị và chính sách nhằm khuyến khích người tiêu dùng tham gia vào nền kinh tế tuần hoàn.

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu cho thấy cảm xúc tích cực có tác động tích cực đến ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng Việt Nam. Kết quả này tương tự với nghiên cứu của Wang & cộng sự (2017), cho thấy những trải nghiệm cảm xúc tích cực khi tiếp xúc với sản phẩm xanh có thể thúc đẩy ý định mua của người tiêu dùng. Điều này có thể được lý giải bởi vai trò của cảm xúc trong quá trình ra quyết định, khi những cảm nhận tích cực về sản phẩm không chỉ nâng cao nhận thức về giá trị mà còn tạo động lực mạnh mẽ hơn cho hành vi mua sắm. Bên cạnh đó, cảm xúc tích cực còn có thể giúp giảm thiểu những lo ngại về chi phí hay tính hiệu quả của sản phẩm xanh, từ đó gia tăng khả năng chấp nhận của người tiêu dùng đối với những lựa chọn thân thiện với môi trường.

Thứ hai, cảm xúc tích cực có tác động đáng kể đến ý định mua hàng hóa xanh. Người tiêu dùng cảm thấy hài lòng về các sản phẩm xanh thường có xu hướng lựa chọn mua chúng. Kết quả này cho thấy tương đồng với nghiên cứu của Koenig-Lewis & cộng sự (2014) chỉ ra rằng cảm xúc tích cực là một yếu tố quan trọng trong việc thúc đẩy các hành vi tiêu dùng bền vững. Hơn nữa, nghiên cứu của Ismael & Ploeger (2020) cũng nhận định cảm xúc tích cực được cường điệu hóa đối với hàng hóa xanh, và người tiêu dùng có xu hướng ưu tiên mua các sản phẩm này hơn so với các sản phẩm thông thường.

Cuối cùng, ý định mua hàng hóa xanh có ảnh hưởng tích cực đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Người tiêu dùng sẽ dễ dàng tham gia vào các hoạt động bền vững hơn khi mà họ có ý định mạnh mẽ trong việc lựa chọn các sản phẩm thân thiện với môi trường. Điều này cũng được chỉ ra trong nghiên cứu của Chan & Lau (2000), cho rằng ý định mua hàng sẽ tác động trực tiếp đến hành vi mua thực tế, phù hợp với kết quả của nghiên cứu.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Kết luận

Nghiên cứu đã xác nhận ảnh hưởng của ý định mua hàng hóa xanh và cảm xúc tích cực đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn, đồng thời làm rõ vai trò trung gian của ý định mua hàng hóa xanh trong mối quan hệ giữa sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn và cảm xúc tích cực. Kết quả nghiên cứu không chỉ củng cố lý thuyết TPB mà còn cung cấp dữ liệu tham khảo về các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn của người tiêu dùng. Từ đó, các hàm ý chính sách được đề xuất để thu hút sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn bằng cách tập trung vào nâng cao ý định mua hàng hóa xanh và cảm xúc tích cực.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế khi chưa xem xét vai trò điều tiết của các yếu tố cá nhân, hay ảnh hưởng của văn hóa người tiêu dùng đến sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Việc chưa xem xét tác động ngoại sinh như chiến lược truyền thông hay công nghệ xanh cũng là một thiếu sót lớn, có thể ảnh hưởng đến sự tổng quát của kết quả nghiên cứu. Vì vậy, các nghiên cứu trong tương lai có thể mở rộng phạm vi mẫu và xem xét ảnh hưởng điều tiết của các nhóm người tiêu dùng với đặc điểm nhân khẩu học khác nhau. Đồng thời, tích hợp nghiên cứu tác động từ yếu tố ngoại cảnh như rủi ro, ảnh hưởng bởi xã hội và thời đại... cũng có thể làm rõ hơn cơ chế thúc đẩy sự sẵn sàng tham gia chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn.

5.2. Hàm ý chính sách

Chính phủ cần thúc đẩy các chính sách hỗ trợ cảm xúc tích cực và tiêu dùng xanh. Các chương trình truyền thông nâng cao nhận thức và tạo cảm xúc tích cực về môi trường cần được đẩy mạnh. Các chiến dịch tuyên truyền về lợi ích của tiêu dùng xanh và nền kinh tế tuần hoàn nên được lồng ghép vào hệ thống giáo dục, truyền thông đại chúng và mạng xã hội để khuyến khích thay đổi hành vi bền vững.

Bên cạnh đó, Chính phủ cần xây dựng chính sách khuyến khích doanh nghiệp sản xuất xanh. Các ưu đãi thuế, hỗ trợ tài chính và đầu tư công nghệ sạch sẽ giúp doanh nghiệp chuyển đổi mô hình sản xuất theo hướng tuần hoàn. Việc ban hành các tiêu chuẩn môi trường chặt chẽ hơn, dán nhãn sinh thái và chứng nhận sản phẩm thân thiện với môi trường sẽ giúp thúc đẩy thị trường hàng hóa xanh.

Doanh nghiệp nên tập trung vào chiến lược tiếp thị dựa trên cảm xúc để kích thích ý định mua hàng hóa xanh của người tiêu dùng. Kể câu chuyện thương hiệu gắn liền với giá trị bền vững, thiết kế sản phẩm và bao bì thân thiện với môi trường, cũng như tổ chức các hoạt động cộng đồng là những cách hiệu quả để tạo ra trải nghiệm tiêu dùng xanh đầy cảm hứng. Đồng thời, doanh nghiệp cần đẩy mạnh mô hình kinh tế tuần hoàn như tái chế, tái sử dụng và kéo dài vòng đời sản phẩm.

Người tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế tuần hoàn. Mỗi cá nhân cần nâng cao nhận thức, chủ động lựa chọn các sản phẩm xanh và ưu tiên doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường. Tham gia các phong trào bảo vệ môi trường, giảm thiểu rác thải nhựa, sử dụng sản phẩm tái chế và chia sẻ kinh nghiệm tiêu dùng bền vững sẽ góp phần thúc đẩy cộng đồng chuyển đổi mạnh mẽ hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0076477>
- Albayrak, T., Aksoy, S., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and scepticism on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(1), 27-39. <https://doi.org/10.1108/02634501311292902>
- Bagozzi, R. P., Tybout, A. M., Craig, C. S., & Sternthal, B. (1979). The construct validity of the tripartite classification of attitudes. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 88-95.
- Chan, R. Y. (1999). Environmental attitudes and behavior of consumers in China: survey findings and implications. *Journal of international consumer marketing*, 11(4), 25-52.
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business ethics*, 93, 307-319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management decision*, 50(3), 502-520. <https://doi.org/10.1108/00251741211216250>
- Chen, Y. S., Wang, H. H., & Chen, J. M. (2018). The effects of brand trust and customer satisfaction on the purchase intention of green products: A study of Taiwanese consumers. *Sustainability*, 10(9), 3051.
- Conner, M. (2020). Theory of planned behavior. *Handbook of sport psychology*, 1-18. <https://doi.org/10.1002/9781119568124.ch1>
- Davis, J. L., Green, J. D., & Reed, A. (2009). Interdependence with the environment: Commitment, interconnectedness, and environmental behavior. *Journal of environmental psychology*, 29(2), 173-180. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.11.001>
- Fransson, N., & Gärling, T. (1999). Environmental concern: Conceptual definitions, measurement methods, and research findings. *Journal of environmental psychology*, 19(4), 369-382. <https://doi.org/10.1006/jev.1999.0141>
- Hart, P., & Saunders, C. (1997). Power and trust: Critical factors in the adoption and use of electronic data interchange. *Organization science*, 8(1), 23-42. <https://doi.org/10.1287/orsc.8.1.2>
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., Dermody, J., & Urbye, A. (2014). Consumers' evaluations of ecological packaging-Rational and emotional approaches. *Journal of environmental psychology*, 37, 94-105. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.11.009>
- Kotabe, H. P., Righetti, F., & Hofmann, W. (2019). How anticipated emotions guide self-control judgments. *Frontiers in psychology*, 10, 1614. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01614>
- Lee, J., Park, D. H., & Han, I. (2011). The different effects of online consumer reviews on consumers' purchase intentions depending on trust in online shopping malls: An advertising perspective. *Internet research*, 21(2), 187-206. <https://doi.org/10.1108/10662241111123766>
- Liang, D., Hou, C., Jo, M. S., & Sarigöllu, E. (2019). Pollution avoidance and green purchase: The role of moral emotions. *Journal of cleaner production*, 210, 1301-1310. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.103>
- Liu, Y., & Bai, Y. (2014). An exploration of firms' awareness and behavior of developing circular economy: An empirical research in China. *Resources, Conservation and Recycling*, 87, 145-152. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2014.04.002>
- Lu, L. Y., Wu, C. H., & Kuo, T. C. (2007). Environmental principles applicable to green supplier evaluation by using multi-objective decision analysis. *International journal of production research*, 45(18-19), 4317-4331. <https://doi.org/10.1080/00207540701472694>
- PwC. (2024). *Khảo sát Người tiêu dùng 2024: Từ chiến lược đến hành động - Thúc đẩy niềm tin của người tiêu dùng tại châu Á Thái Bình Dương*. PricewaterhouseCoopers
- Rahman, I., & Reynolds, D. (2016). Predicting green hotel behavioral intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International journal of hospitality management*, 52, 107-116. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.09.007>
- Wang, J., Yang, X., He, Z., Wang, J., Bao, J., & Gao, J. (2022). The impact of positive emotional appeals on the green purchase behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 716027.
- Yu, T. K., Lin, F. Y., Kao, K. Y., & Yu, T. Y. (2019). Encouraging environmental commitment to sustainability: An empirical study of environmental connectedness theory to undergraduate students. *Sustainability*, 11(2), 342.
- Zubair, M., Iqbal, S., Usman, S. M., Awais, M., Wang, R., & Wang, X. (2020). Message framing and self-conscious emotions help to understand pro-environment consumer purchase intention: An ERP study. *Scientific reports*, 10(1), 18304. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-75343-8>
- Frijda, N. H. (1986). Emotions. In K. Pawlik & M. R. Rosenzweig (Eds.), *The international handbook of psychology* (pp. 207-222). New York, NY: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.4135/9781848608399.n12>
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., Dermody, J., & Urbye, A. (2014). Consumers' evaluations of ecological packaging-Rational and emotional approaches. *Journal of environmental psychology*, 37, 94-105. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.11.009>
- Chan, R. Y., & Lau, L. B. (2000). Antecedents of green purchases: a survey in China. *Journal of consumer marketing*, 17(4), 338-357. <https://doi.org/10.1108/07363760010335358>
- Ismael, D., & Ploeger, A. (2020). Consumers' emotion attitudes towards organic and conventional food: a comparison study of emotional profiling and self-reported method. *Foods*, 9(1), 79. <https://doi.org/10.3390/foods9010079>

QUY ĐỊNH BÀI VIẾT GỬI ĐĂNG TRÊN TẠP CHÍ NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

I. HÌNH THỨC CỦA BÀI BÁO

- Bài viết bằng tiếng Việt, soạn thảo trên Word, font Times New Roman (Unicode); cỡ chữ 12; trên khổ giấy A4; lề trên, dưới, trái, phải: 2,54 cm; giãn dòng: 1,5 lines. Mật độ chữ bình thường, không được nén hoặc kéo giãn khoảng cách giữa các chữ.
- Nội dung bài viết cô đọng, súc tích, theo cấu trúc của bài báo khoa học; không quá 15 trang đánh máy giấy A4 (bao gồm cả bảng biểu, hình vẽ, chú thích, tài liệu tham khảo).

II. KẾT CẤU VÀ CÁC THÀNH PHẦN NỘI DUNG CỦA BÀI BÁO

- 1. Tên bài báo:** tên bài báo cần phải ngắn gọn (không nên quá 20 chữ/words), rõ ràng và phải phản ánh nội dung chính của bài báo. Tên bài báo phải viết chữ in hoa, cỡ chữ 12, in đậm, căn giữa trang.
- 2. Tên tác giả, cơ quan công tác, địa chỉ email** (Trường hợp có nhiều tác giả cũng nêu đầy đủ).
- 3. Tóm tắt bài viết:** phần tóm tắt bài báo gồm 2 phần tiếng Việt và tiếng Anh. Tóm tắt bằng tiếng Việt có độ dài từ 150 đến 250 từ, phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo.
- 4. Từ khóa:** từ khóa là những từ được cho là quan trọng đối với nội dung nghiên cứu đặc trưng cho chủ đề của bài viết đó. Tác giả đưa ra một số từ khóa (khoảng 3 - 6 từ khóa) của bài viết. Từ khóa có cỡ chữ 12, chữ thường, cách mỗi từ là dấu phẩy.
- 5. Nội dung bài báo:** có thể có hình thức khác nhau nhưng đảm bảo các nội dung sau: Giới thiệu; Tổng quan nghiên cứu và hoặc cơ sở lý thuyết; Phương pháp nghiên cứu; Kết quả nghiên cứu (Thực trạng vấn đề nghiên cứu); Kết luận hoặc /và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý và Tài liệu tham khảo.

III. CÁC QUY ĐỊNH VỀ KỸ THUẬT TRÌNH BÀY

1. Quy định về đánh số đề mục

Trong phần nội dung chính của bài viết, các đề mục lớn phải là chữ in đậm, căn trái và được đánh số liên tục theo chữ số Ả-rập. Các tiểu mục cấp 1 (ví dụ: 1.1) là chữ in đậm và nghiêng. Các tiểu mục cấp 2 (ví dụ: 1.1.1) là chữ in nghiêng nhưng không in đậm.

2. Quy định về trình bày bảng biểu, hình vẽ, ký hiệu, công thức

Quy định trình bày bảng, hình vẽ

- Các bảng dữ liệu trình bày trong bài báo được ghi thống nhất là Bảng. Các bảng dữ liệu phải là định dạng bảng (table) trong phần mềm Microsoft Word.
- Các đồ thị, biểu đồ, sơ đồ trong bài báo được ghi thống nhất là Hình.
- Các bảng/hình trong bài báo phải được dẫn nguồn.

3. Quy định về trình bày trích dẫn, tài liệu tham khảo

Việc trích dẫn tài liệu tham khảo được thể hiện ở trích dẫn trong bài và tài liệu tham khảo. Tạp chí áp dụng cách trích dẫn kiểu APA.

IV. HÌNH THỨC GỬI BÀI, NHẬN BÀI

Bài viết gửi về Ban Biên tập theo địa chỉ email: tapchinguonnhanluc@ulsa.edu.vn

- Quy định thể lệ viết bài Tạp chí, tác giả vui lòng xem chi tiết tại website của Trường: <http://ulsa.edu.vn/>

