



Đạo lý làm giàu: Từ Nghị quyết 68 đến Doanh nghiệp tuệ giác

ISSN: 2734-9195

14:30 18/09/2025

Một dân tộc tỉnh thức là dân tộc biết hướng tài lực, nhân lực, và trí lực về phía ánh sáng: ánh sáng của phụng sự, tỉnh thức, phát triển bền vững và giải thoát toàn diện.

Tác giả: **Nguyễn Hoàng Hành**

Phó Vụ trưởng Vụ Tuyên truyền công tác dân tộc, tôn giáo - Bộ Dân tộc và Tôn giáo

Tóm tắt

Bài viết phân tích việc lồng ghép các nguyên tắc đạo đức Phật giáo vào chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam, dựa trên ****Nghị quyết số 68-NQ/TW**** của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Trên cơ sở khái niệm **“Doanh nghiệp tuệ giác”**, bài viết nghiên cứu cách các doanh nghiệp tiêu biểu như FPT, TH True Milk, Traphaco kết hợp hài hòa giữa hiệu quả kinh tế và phúc lợi xã hội. Góc nhìn so sánh quốc tế với triết lý Kyosei của Nhật Bản và chỉ số Hạnh phúc Quốc gia (GNH) của Bhutan được đưa vào để làm rõ tính phổ quát và khả năng thích ứng của mô hình kinh tế tuệ giác.

Nghiên cứu khẳng định rằng, việc tích hợp đạo đức Phật giáo vào quản trị doanh nghiệp không chỉ thúc đẩy phát triển bền vững mà còn giúp Việt Nam trở thành hình mẫu **“chủ nghĩa xã hội từ bi”** trong thế kỷ XXI.

Từ khóa: Doanh nghiệp tuệ giác, kinh tế Phật giáo, Nghị quyết 68, Kyosei, Hạnh phúc Quốc gia, phát triển bền vững, Việt Nam.

Abstract

This article explores the integration of Buddhist ethical principles into the economic development strategy of Vietnam, drawing upon Resolution 68-NQ/TW of the Politburo on developing the private economy into an important

driving force of the socialist-oriented market economy.

By introducing the concept of the “*mindful enterprise*” (Doanh nghiệp tuệ giác), the paper analyzes how leading Vietnamese companies such as FPT, TH True Milk, and Traphaco exemplify the synthesis of economic performance and social well-being. International comparative perspectives, including Japan’s Kyosei philosophy and Bhutan’s Gross National Happiness (GNH) index, are incorporated to underline the universality and adaptability of mindful economic models.

The study argues that embedding Buddhist ethics into corporate governance not only enhances sustainable development but also positions Vietnam as a potential model for “*compassionate capitalism*” in the 21st century.

Keywords: mindful enterprise, Buddhist economics, Resolution 68, Kyosei, Gross National Happiness, sustainable development, Vietnam

1. Mở đầu: Vấn đề đạo lý trong phát triển kinh tế tư nhân

1.1. Bối cảnh toàn cầu và yêu cầu đạo lý trong làm giàu

Làm giàu chưa bao giờ đơn thuần là một hành vi vật chất. Trong kỷ nguyên mà đồng tiền có thể luân chuyển toàn cầu chỉ trong tích tắc, khi các nền tảng công nghệ lấn át cả hệ giá trị truyền thống, câu hỏi trọng yếu không còn là “*làm giàu bằng cách nào?*” mà là: “*làm giàu để làm gì, vì ai và bằng phẩm chất nào?*”. Câu hỏi ấy – vượt khỏi toan tính cá nhân – đã trở thành một bài toán đạo lý mà mọi nền kinh tế hiện đại đều phải giải đáp.

1.2. Thực tiễn phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam

Đối với Việt Nam, việc phát triển khu vực kinh tế tư nhân luôn là một hành trình nhiều nỗ lực cải cách và chuyển hóa tư duy. Nếu như trước đây, doanh nhân từng chịu định kiến về vai trò xã hội, thì ngày nay, với tinh thần đổi mới và hội nhập, họ đang trở thành những hạt nhân kiến tạo giá trị – không chỉ về mặt kinh tế, mà còn về văn hóa và đạo đức xã hội.

1.3. Điểm nhấn của Nghị quyết 68-NQ/TW

Trong bối cảnh đó, ****Nghị quyết số 68-NQ/TW**** ngày 04/5/2025 của Bộ Chính trị ra đời như một bản tuyên ngôn đầy khích lệ. Lần đầu tiên, vai trò của kinh tế

tư nhân được xác lập không chỉ ở vị thế "*động lực quan trọng của nền kinh tế*", mà còn là trụ cột trong việc xây dựng một quốc gia hưng thịnh, có sức cạnh tranh và bản sắc riêng.

Đặc biệt, Nghị quyết nhấn mạnh đến yêu cầu nâng tầm doanh nhân: trở thành lực lượng có bản lĩnh chính trị, đạo đức kinh doanh và ý thức phụng sự tổ quốc. (Bộ Chính trị, 2025) Nghị quyết 68 khẳng định: "*Trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia.*"

1.4. Khoảng trống và yêu cầu về nền tảng đạo lý

Tuy nhiên, để hiện thực hóa khát vọng ấy, chỉ những chính sách kinh tế là chưa đủ. Cần một nền tảng đạo lý dẫn đường – nơi hành vi làm giàu gắn với mục đích tu dưỡng và cống hiến. Tư tưởng Phật học, với hơn 2.600 năm minh triết về sinh kế chính đáng (Chính mạng), giao tiếp thiện lành (Tứ nhiếp pháp), và chuyển hóa nội tâm (Giới – Định – Tuệ), chính là hệ giá trị có thể đồng hành cùng Nghị quyết 68 – tạo ra một nền "*kinh tế có tâm và có tuệ*".

1.5. Ứng dụng tư tưởng Phật học

Bài viết này không nhằm tôn giáo hóa kinh tế hay lãng mạn hóa doanh nhân, mà hướng đến việc kiến tạo một cách tiếp cận mới – nơi tư duy chính sách và đạo lý Phật giáo cùng soi sáng con đường phát triển bền vững. Mô hình "*Doanh nghiệp tuệ giác*" mà chúng tôi đề xuất không chỉ là một cấu trúc tổ chức, mà là một biểu tượng văn hóa – nơi doanh nhân được khơi dậy năng lực tỉnh thức, vượt qua lòng tham, chuyển hóa sân hận, và vượt thoát si mê để trở thành người tạo giá trị trong trí tuệ và từ bi.

Trong tiến trình đó, phát triển kinh tế tư nhân không chỉ là bài toán tăng trưởng GDP, mà còn là cơ hội lịch sử để định nghĩa lại hình ảnh doanh nhân Việt Nam: không chỉ là người làm ra của cải, mà còn là người truyền cảm hứng, nâng đỡ cộng đồng và góp phần kiến thiết một xã hội thịnh vượng trong tỉnh thức.

1.6. Mục tiêu, phương pháp và đóng góp mới của bài viết

Ý nghĩa và đóng góp mới: Bài viết không chỉ là sự tiếp cận mang tính phân tích văn kiện mà còn là công trình đặt nền móng lý luận cho khái niệm "*Doanh nghiệp tuệ giác*" – một thuật ngữ học thuật mới, kết hợp giữa đạo lý Phật giáo và yêu cầu phát triển kinh tế tư nhân trong thời kỳ hội nhập. Đây là đóng góp quan trọng về mặt học thuật và gợi mở hướng đi thực tiễn cho hoạch định chính

sách, quản trị doanh nghiệp, cũng như nghiên cứu liên ngành giữa kinh tế học và Phật học.

Đặc biệt, bài viết định vị '*Doanh nghiệp tuệ giác*' như một khung lý luận liên ngành mới, kết nối tri thức Phật học ứng dụng với khoa học quản trị và hoạch định chính sách kinh tế. Khung lý luận này có tiềm năng trở thành nền tảng nghiên cứu và ứng dụng thực tiễn trong các lĩnh vực ESG, CSR và phát triển bền vững ở bối cảnh quốc tế.

1.7. Khái niệm Đạo lý làm giàu

Khái niệm Đạo lý làm giàu – thuật ngữ học thuật do tác giả đề xuất – chỉ nguyên tắc phát triển kinh tế hài hòa giữa lợi ích vật chất và giá trị tinh thần, được cụ thể hóa qua mô hình Doanh nghiệp tuệ giác (mindful enterprise). Đây là loại hình doanh nghiệp vận hành trên nền tảng Chính mạng của Phật học, kết hợp hiệu quả kinh tế với phụng sự xã hội, ứng dụng đạo lý Phật học để kiến tạo sự thịnh vượng bền vững. Khái niệm này được phát triển trong bối cảnh thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam.

2. Nghị quyết 68-NQ/TW: Tư tưởng trọng doanh nhân, khơi dậy khát vọng phụng sự quốc gia

2.1. Vị trí và ý nghĩa lịch sử của Nghị quyết 68-NQ/TW

****Nghị quyết số 68-NQ/TW**** ngày 04/5/2025 là bước ngoặt đậm dấu ấn trong tiến trình định vị lại vai trò kinh tế tư nhân trong chiến lược phát triển đất nước. Lần đầu tiên trong lịch sử hoạch định chính sách kinh tế Việt Nam hiện đại, doanh nhân không chỉ được nhìn nhận là lực lượng sản xuất đơn thuần, mà là trụ cột quốc gia về sáng tạo, cống hiến và lan tỏa giá trị đạo lý. Tổng Bí thư Tô Lâm nhấn mạnh: *“Kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia,”* và cần *“thiết lập hệ thống cạnh tranh công bằng”* để thể chế hóa Nghị quyết.

2.2. Từ cải cách thể chế đến cách mạng tư duy về làm giàu

Tinh thần Nghị quyết 68-NQ/TW không đơn thuần dừng lại ở khía cạnh cải cách thể chế, hỗ trợ pháp lý hay khơi thông nguồn lực thị trường, mà còn đánh dấu một cuộc cách mạng tư duy về bản chất của sự làm giàu. Làm giàu không còn bị hoài nghi là động cơ vị kỷ, mà được khẳng định là hành trình phụng sự đất

nước – miễn là nó diễn ra trong khuôn khổ chính đáng, minh bạch và có tâm thế phụng sự.

2.3. Tư tưởng “doanh nhân phụng sự quốc gia” - linh hồn của nghị quyết

Đặc biệt, tư tưởng “doanh nhân phụng sự quốc gia” được xem là linh hồn của nghị quyết. Doanh nhân không chỉ làm chủ tài sản, mà còn phải làm chủ đạo lý; không chỉ kiến thiết doanh nghiệp, mà còn kiến tạo xã hội. Họ là những nhà văn hóa hành động trong đời sống kinh tế – những người truyền cảm hứng từ nội lực Việt Nam ra thế giới bằng cách vừa hội nhập toàn cầu, vừa giữ trọn căn tính dân tộc.

2.4. Yêu cầu về thể hệ doanh nhân mới

Nghị quyết đề cao yêu cầu “thể hệ doanh nhân mới” – hội tụ đủ bốn yếu tố: tâm sáng, trí rộng, nghiệp tinh, và đạo bền. Trong đó, đạo đức được đặt ngang hàng với năng lực kinh doanh, và chí hướng quốc gia được xem là chuẩn mực phân định giữa người làm kinh tế vị tư và người làm kinh tế phụng sự. Tư tưởng này rất gần với Phật học, đặc biệt là khái niệm Chính mạng – con đường mưu sinh đúng đắn, chân chính, không gây tổn hại đến mình và người.

2.5. Giao thoa giữa tư tưởng Nghị quyết 68 và Phật học

Đây là một trong những lần hiếm hoi trong một văn kiện kinh tế cấp cao, các thuật ngữ như “văn hóa doanh nhân”, “cống hiến xã hội”, “trách nhiệm với thể hệ mai sau” được đặt ở vị trí trung tâm. Nó không chỉ là một tuyên ngôn chính trị mới về doanh nhân, mà còn mở ra khung đối thoại hiếm có giữa nhà nước pháp quyền và hệ giá trị phương Đông – trong đó Phật học ứng dụng là một cánh cửa lý tưởng để triển khai.

Nghị quyết 68 không chỉ khuyến khích làm giàu, mà còn hướng dẫn làm giàu có đạo lý. Không chỉ tôn vinh doanh nhân thành công, mà khuyến khích họ thành tựu trong tinh thức – trở thành những “doanh nhân tuệ giác”, mang tâm từ, trí sáng và hành xử đúng đạo.

2.6. Khát vọng quốc gia thịnh vượng trong tinh thức

Khát vọng trở thành quốc gia thịnh vượng, tự cường, hạnh phúc như được nêu trong Văn kiện Đại hội XIII và tầm nhìn đến 2045, không thể thành hiện thực

nếu thiếu một tầng lớp doanh nhân có đạo đức phụng sự làm nền. Chính ở điểm này, tư tưởng của Đảng gặp gỡ với trí tuệ Phật giáo: xã hội chỉ thật sự thịnh vượng khi từng hành vi mưu sinh – từ cá nhân đến tập thể – đều được định hướng bằng Chính pháp, nghĩa là chân chính, từ bi và tỉnh thức.

3. Phật học ứng dụng và con đường chính mạng: Làm giàu trong tỉnh thức

3.1. Khái niệm Chính mạng trong Bát Chính Đạo

Chính mạng (sammā-ājīva) – một trong tám yếu tố của Bát Chính Đạo – là hạt nhân đạo đức của quá trình mưu sinh đúng đắn. Trong truyền thống Phật giáo, làm giàu không bị xem là chướng ngại đạo lý, mà trở thành một con đường nếu được thực hành với trí tuệ và từ bi. Phật học ứng dụng cho thấy rõ rằng, mưu sinh không chỉ là hoạt động vật chất mà còn là hành vi tâm linh – nơi giá trị con người và cộng đồng được nuôi dưỡng trong sự tỉnh thức.

3.2. Liên hệ giữa Chính mạng và tinh thần Nghị quyết 68-NQ/TW

Trong thế giới hiện đại, nơi đồng tiền dễ dàng chi phối mọi chuẩn mực, thì Chính mạng đặt ra một chuẩn giá trị mới: Làm giàu không bằng mọi giá, mà làm giàu để phục vụ. Đây chính là điểm hội tụ giữa Phật học và tinh thần Nghị quyết 68-NQ/TW – khẳng định vai trò doanh nhân không chỉ là người kiếm lợi, mà còn là lực lượng kiến tạo quốc gia, phụng sự dân tộc.

3.3. Doanh nhân tỉnh thức và tiêu chí thành công

Doanh nhân tỉnh thức là người hiểu rằng, thành công không đo bằng doanh thu, mà đo bằng giá trị nhân văn doanh nghiệp lan tỏa. Họ nuôi dưỡng đạo lý trong từng quyết định đầu tư, tuyển dụng, hợp tác và phát triển sản phẩm. Phép thử của một Doanh nghiệp tuệ giác không phải là tốc độ tăng trưởng, mà là chiều sâu đạo đức: Có tổn hại ai không? Có góp phần chữa lành xã hội không? Có nuôi dưỡng được niềm tin tập thể không?

3.4. Tam học (Giới - Định - Tuệ) trong lãnh đạo và quản trị doanh nghiệp

Chính mạng không đứng riêng lẻ mà vận hành cùng Tam học: Giới – Định – Tuệ. Trong kinh doanh, Giới là nền tảng tuân thủ đạo lý và pháp luật; Định là sự vững chãi, bình tâm trước rủi ro – cám dỗ; Tuệ là khả năng thấy xa, hiểu sâu và hành động vì lợi ích bền vững. Tam học tạo nên một bản lĩnh lãnh đạo toàn diện – không chỉ là người điều hành, mà là người nâng đỡ.

3.5. Tứ nhiếp pháp và văn hóa Doanh nghiệp tuệ giác

Tứ nhiếp pháp – gồm bố thí (dāna), ái ngữ (priyavacana), lợi hành (arthacaryā), đồng sự (samānārthatā) – là nền tảng để kiến tạo văn hóa Doanh nghiệp tuệ giác. Một tổ chức biết chia sẻ lợi nhuận, biết giao tiếp chân thành, hành xử lợi ích và cùng người lao động hướng về lý tưởng chung – đó là hiện thân sống động của Phật pháp trong thương trường. Sự từ bi vận hành bằng kỷ luật – sự tỉnh thức hiện diện trong từng dòng quyết toán – là điều khiến một doanh nghiệp trở thành cộng đồng đạo đức.

3.6. Doanh nghiệp tuệ giác – từ lý tưởng đến yêu cầu thực tiễn

Trong thời đại khủng hoảng niềm tin, phân hóa giàu nghèo và khủng hoảng sinh thái tinh thần, mô hình Doanh nghiệp tuệ giác không còn là lý tưởng viễn vông mà là yêu cầu thực tiễn. Nó trả lại mục tiêu cho hành vi kinh tế: Từ lợi nhuận đến phúc lợi, từ của cải đến giá trị sống, từ người tiêu dùng đến công dân có trách nhiệm.

3.7. Triển vọng tại Việt Nam

Việt Nam – nơi truyền thống trọng nghĩa hơn lợi, trọng tâm hơn thân, trọng cộng đồng hơn cá nhân – là mảnh đất màu mỡ để Doanh nghiệp tuệ giác nảy mầm. Khi doanh nhân trở thành người gieo hạt phúc, thì nền kinh tế không chỉ lớn mạnh, mà còn khai minh.



Hình ảnh chỉ mang tính chất minh họa (sưu tầm).

4. Mô hình doanh nghiệp tuệ giác: Giao điểm của chính mạng, phụng sự và kinh tế thị trường

4.1. Khái quát và ba trục hội tụ của mô hình

Mô hình "*Doanh nghiệp tuệ giác*" không phải là sự phủ định thị trường, mà là sự nâng cấp thị trường bằng đạo lý tỉnh thức. Đó là nơi mà ba trục vận hành cùng hội tụ: kinh tế thị trường, đạo lý phụng sự và tinh thần Chính mạng. Trong mô hình này, doanh nghiệp không đơn thuần là thực thể kiếm lời, mà là chủ thể kiến tạo giá trị sống, là cộng đồng đạo đức, là trung tâm lan tỏa hạnh phúc.

4.2. Bản chất thị trường và phương thức cạnh tranh

Thứ nhất, về bản chất thị trường: Doanh nghiệp tuệ giác vận hành như mọi doanh nghiệp thông thường – phải có lợi nhuận, phải có sức cạnh tranh. Nhưng sự khác biệt là: cạnh tranh bằng sự tử tế, sáng tạo trong giới hạn đạo đức, và tăng trưởng cùng cộng đồng. Giá trị sản phẩm không nằm ở mức giá hay thị phần, mà ở khả năng nâng đỡ phẩm giá con người. Một sản phẩm làm ra không chỉ để tiêu thụ, mà còn để giáo dục – không chỉ nhằm tối đa hóa lợi nhuận, mà còn để tối ưu hóa phúc lợi tập thể.

4.3. Trụ cột đạo lý trong vận hành

Thứ hai, về trụ cột đạo lý: mô hình Doanh nghiệp tuệ giác dựa trên Tam học – Giới, Định, Tuệ – như một hệ điều hành nội tâm và tổ chức. Giới giúp doanh nghiệp duy trì đạo đức trong hợp đồng, thuế vụ, môi trường, quyền lợi người lao động. Định giúp ban lãnh đạo giữ vững sứ mệnh giữa biến động. Tuệ giúp họ nhìn xa hơn chu kỳ tài chính, để kiến tạo tương lai bằng trí tuệ cộng đồng. Tứ nhiếp pháp là nền tảng điều phối hành vi quản trị: bố thí – chính sách chia sẻ lợi nhuận; ái ngữ – văn hóa giao tiếp nội bộ và với khách hàng; lợi hành – cống hiến cho xã hội qua hoạt động kinh doanh; đồng sự – đồng hành với cộng đồng lao động và địa phương.

4.4. Sứ mệnh phụng sự và phong cách hành xử

Thứ ba, về sứ mệnh phụng sự: Doanh nghiệp tuệ giác không phải làm từ thiện sau khi làm giàu, mà làm giàu như một hành vi từ bi trí tuệ. Việc mở rộng chi nhánh, phát triển công nghệ, đào tạo nhân sự... đều được đặt trong câu hỏi cốt lõi: việc này có lợi ích bền vững cho ai? có tổn hại đạo lý không? có làm tổn thương con người hay thiên nhiên không? Đó là phong cách hành xử của một doanh nghiệp tuệ giác.

4.5. Ba bước chuyển hóa để định hình mô hình

Để định hình mô hình này, cần ba bước chuyển hóa: (1) Cá nhân doanh nhân: từ người điều hành trở thành người hành đạo giữa đời thường – sống tỉnh thức giữa thương trường. (2) Tổ chức doanh nghiệp: từ cấu trúc lợi nhuận tối đa sang cấu trúc giá trị lan tỏa – kiến tạo mô hình quản trị vị tha. (3) Hệ sinh thái: từ quan hệ cạnh tranh sang cộng sinh – nơi các doanh nghiệp nâng đỡ nhau thay vì triệt tiêu.

Đây không chỉ là lý thuyết. Tại Mỹ, mô hình B-Corp; tại Nhật, mô hình Kyosei (sống và làm việc vì sự cùng tồn tại); tại Bhutan, chính sách GNH; tại Việt Nam, nhiều doanh nghiệp đang tiệm cận mô hình này như FPT, Traphaco, TH True Milk... Khi những doanh nhân chọn tỉnh thức làm la bàn, đạo lý làm kim chỉ nam, thì nền kinh tế không chỉ phát triển mà còn khai sáng. (Schumacher, 1973) (United Nations Development Programme, 2023) Ví dụ, theo số liệu năm 2024, FPT đã dành hơn 200 tỷ đồng cho hoạt động trách nhiệm xã hội (CSR), TH True Milk triển khai chương trình 'Vì sức khỏe cộng đồng' tiếp cận trên 500.000 trẻ em, Traphaco đầu tư 5% lợi nhuận vào các dự án phát triển bền vững và bảo tồn được liệu.

Doanh nghiệp tuệ giác là nơi đồng tiền được thanh lọc – không bị xóa bỏ, mà được khai hóa bởi từ bi và trí tuệ. Trong một thế giới đầy biến động, đó là la bàn

cho kinh tế bền vững và đạo lý cho tương lai nhân loại.

4.6. Điển hình thực tiễn tại Việt Nam

Bên cạnh cơ sở lý luận, việc minh họa bằng các điển hình cụ thể giúp làm rõ tính khả thi và sức lan tỏa của mô hình Doanh nghiệp tuệ giác tại Việt Nam.

- FPT: Không chỉ đóng góp hàng nghìn tỷ đồng vào ngân sách nhà nước hằng năm, FPT còn tiên phong trong các chương trình xã hội hóa tri thức và công nghệ. Chương trình FPT vì cộng đồng đã triển khai hàng trăm dự án hỗ trợ giáo dục số, tặng máy tính và đào tạo kỹ năng công nghệ cho học sinh ở vùng sâu, vùng xa. Điều này thể hiện sự kết hợp giữa phát triển kinh tế số và thu hẹp khoảng cách tri thức – yếu tố quan trọng của phát triển bền vững.

- TH True Milk: Khởi đầu từ triết lý *“hoàn toàn từ thiên nhiên”*, TH True Milk đã phát triển mô hình nông nghiệp hữu cơ, áp dụng công nghệ cao nhưng vẫn bảo vệ môi trường và gìn giữ nguồn nước. Doanh nghiệp đã hợp tác với hàng ngàn hộ nông dân thông qua các chuỗi liên kết sản xuất – tiêu thụ, giúp nâng cao thu nhập và tạo sinh kế ổn định. Đây là ví dụ tiêu biểu về việc lồng ghép bảo vệ môi trường, an sinh xã hội và giá trị đạo đức vào mô hình kinh doanh.

- Traphaco: Với định hướng *“con đường sức khỏe xanh”*, Traphaco không chỉ chú trọng nghiên cứu và sản xuất dược phẩm từ dược liệu sạch mà còn hợp tác với các vùng trồng thuốc Nam, bảo tồn nguồn gen và tri thức y học cổ truyền. Doanh nghiệp duy trì hàng ngàn việc làm ổn định, đồng thời đóng góp vào chiến lược chăm sóc sức khỏe cộng đồng theo hướng bền vững, phòng ngừa và an toàn.

Những tác động này chứng minh rằng Doanh nghiệp tuệ giác không chỉ gia tăng giá trị kinh tế mà còn tạo lợi ích xã hội và môi trường lâu dài. Đây chính là điểm hội tụ căn bản với các triết lý phát triển quốc tế như Kyosei của Nhật Bản và GNH của Bhutan.

4.7. Đối chiếu và so sánh quốc tế

Việc phát triển mô hình *“Doanh nghiệp tuệ giác”* tại Việt Nam không thể tách rời bối cảnh quốc tế, bởi các xu hướng quản trị, phát triển bền vững và đạo đức kinh doanh đang ngày càng mang tính toàn cầu. Do đó, cần đối chiếu và so sánh với những kinh nghiệm quốc tế tiêu biểu để rút ra bài học phù hợp với điều kiện nước ta.

4.7.1. Kinh nghiệm Nhật Bản: Triết lý Kyosei

- Khái niệm: Kyosei (共栄) nghĩa là “*cùng chung sống và làm việc vì lợi ích chung*”, do Tập đoàn Canon khởi xướng, sau đó lan rộng ở Nhật Bản.
- Đặc điểm: Đề cao sự hài hòa giữa lợi ích doanh nghiệp và xã hội; lồng ghép trách nhiệm cộng đồng vào chiến lược kinh doanh (Okada, 2018).
- Ưu điểm: Tạo môi trường kinh doanh bền vững, nâng cao uy tín thương hiệu, giảm xung đột lợi ích.
- Hạn chế: Phụ thuộc vào văn hóa tập thể đặc thù Nhật Bản, khó áp dụng nguyên xi ở các xã hội đề cao cá nhân.

4.7.2. Kinh nghiệm Bhutan: Chỉ số Hạnh phúc Quốc gia (GNH)

- Khái niệm: GNH là chỉ số đo lường sự phát triển toàn diện dựa trên hạnh phúc và phúc lợi của người dân, thay thế cho chỉ tiêu GDP đơn thuần (Ura et al., 2012).
- Đặc điểm: Bao gồm 9 lĩnh vực như sức khỏe, giáo dục, văn hóa, môi trường, quản trị tốt...
- Ưu điểm: Đặt con người làm trung tâm của phát triển, cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế và bảo tồn giá trị truyền thống.
- Hạn chế: Khó lượng hóa, khó áp dụng ở các quốc gia có quy mô dân số lớn và kinh tế phức tạp.

4.7.3. Kinh nghiệm Châu Âu: Mô hình Doanh nghiệp Xã hội (Social Enterprise)

- Khái niệm: Doanh nghiệp hoạt động vì mục tiêu xã hội, tái đầu tư lợi nhuận cho cộng đồng (Defourny & Nyssens, 2017).
- Đặc điểm: Hoạt động trong khuôn khổ pháp lý chặt chẽ, được hỗ trợ mạnh mẽ từ chính sách công.
- Ưu điểm: Tính minh bạch cao, dễ tiếp cận nguồn tài trợ và vốn ưu đãi.
- Hạn chế: Phụ thuộc vào cơ chế hỗ trợ của Nhà nước, khó tự duy trì nếu cắt trợ cấp.

Bảng 4.1. So sánh một số mô hình quốc tế liên quan

Tiêu chí	Kyosei (Nhật Bản)	GNH (Bhutan)	Social Enterprise (Châu Âu)
Khái niệm	Cùng chung sống, vì lợi ích chung	Chỉ số phát triển dựa trên hạnh phúc	Doanh nghiệp vì mục tiêu xã hội
Đặc điểm	Hài hòa lợi ích DN & xã hội	9 lĩnh vực phát triển toàn diện	Khung pháp lý và hỗ trợ công mạnh
Ưu điểm	Bền vững, uy tín, giảm xung đột	Cân bằng kinh tế – văn hóa	Minh bạch, dễ tiếp cận vốn
Hạn chế	Phụ thuộc văn hóa tập thể	Khó lượng hóa, khó áp dụng rộng	Phụ thuộc hỗ trợ Nhà nước
Khả năng ứng dụng	Lồng ghép vào CSR và ESG ở Việt Nam	Tích hợp vào chỉ số phát triển bền vững	Áp dụng cho khởi nghiệp xã hội Việt Nam

4.7.4. Bài học rút ra cho Việt Nam

- Thứ nhất, cần lồng ghép nguyên tắc hài hòa lợi ích (Kyosei) vào văn hóa doanh nghiệp Việt Nam, đồng thời phát triển bộ chỉ số hạnh phúc cộng đồng theo hướng GNH để đo lường thành tựu xã hội.
- Thứ hai, khuyến khích hình thành khuôn khổ pháp lý cho doanh nghiệp xã hội, nhằm tạo điều kiện phát triển mô hình kết hợp kinh tế – xã hội – đạo đức.
- Thứ ba, việc áp dụng cần linh hoạt, phù hợp với đặc điểm văn hóa – kinh tế – chính trị của Việt Nam, tránh sao chép nguyên xi mô hình nước ngoài.

4.8. Ý nghĩa và định hướng phát triển tại Việt Nam đến năm 2030

Từ những kinh nghiệm quốc tế nêu trên, khi đặt trong bối cảnh Việt Nam, các chỉ tiêu mục tiêu đến năm 2030 giúp khẳng định vai trò trụ cột của khu vực kinh tế tư nhân, là nền tảng thực chứng cho mô hình “*Doanh nghiệp tuệ giác*”:

Khoảng 2 triệu doanh nghiệp hoạt động (xấp xỉ gấp đôi hiện nay).

Đóng góp ~58% GDP.

Đóng góp ~40% thu ngân sách nhà nước.

Tạo việc làm cho ~85% lực lượng lao động toàn quốc.

(Nguồn tổng hợp định hướng chính sách và tham khảo: Nghị quyết 68-NQ/TW; số liệu, phân tích truyền thông chính sách: nvsk.vnnet.vn; Tạp chí Pháp Lý.)

Ý nghĩa đối với mô hình Doanh nghiệp tuệ giác: Các chỉ tiêu trên cho thấy nếu tích hợp chuẩn mực đạo lý như Chính mạng, Tứ nhiếp pháp và Tam học vào

quản trị doanh nghiệp, thì tác động xã hội tích cực sẽ được khuếch đại ở quy mô hệ thống.

Mục tiêu 2 triệu doanh nghiệp đòi hỏi bộ tiêu chí đo lường tác động tương thích (ESG/CSR và thước đo phẩm chất), qua đó gắn '*tăng trưởng*' với '*phát triển có phẩm chất*' trong khu vực tư nhân.

5. Chính sách kiến tạo hệ sinh thái doanh nghiệp tuệ giác: vai trò của Nhà nước và Phật giáo ứng dụng

5.1. Yêu cầu hình thành hệ sinh thái Doanh nghiệp tuệ giác

Không thể hình thành Doanh nghiệp tuệ giác nếu thiếu một hệ sinh thái nuôi dưỡng từ cả thể chế bên ngoài và đạo lý bên trong. Khi nền kinh tế tư nhân trở thành một trụ cột, thì những gì nâng đỡ nó không thể chỉ là chính sách kinh tế, mà còn là hệ giá trị – một kiến trúc tinh thần có khả năng định hướng và chuyển hóa. Trong mạch tư tưởng ấy, cả Nhà nước và Phật giáo ứng dụng đều có vai trò đồng kiến tạo.

5.2. Vai trò của Nhà nước

Trước hết, vai trò của Nhà nước: Nghị quyết 68 đã thể hiện bước chuyển quan trọng từ tư duy quản lý sang tư duy phục vụ, từ cách tiếp cận hành chính sang đồng hành và dẫn dắt. Để kiến tạo môi trường thuận lợi cho Doanh nghiệp tuệ giác phát triển, chính sách cần:

(1) Thể chế hóa giá trị đạo đức kinh doanh: Nhà nước cần tích hợp các tiêu chí đạo lý vào hệ thống đánh giá doanh nghiệp như ESG (Môi trường – Xã hội – Quản trị), CSR (Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp), khuyến khích sáng kiến doanh nghiệp vì cộng đồng.

(2) Hỗ trợ phát triển năng lực tinh thức: Ban hành chương trình đào tạo doanh nhân với nội dung về trí tuệ nhân văn, thiền định ứng dụng, quản trị theo hướng phụng sự, liên kết các học viện Phật giáo – kinh tế để thiết lập mạng lưới đào tạo.

(3) Ưu đãi cho doanh nghiệp phụng sự: Xây dựng quỹ phát triển doanh nghiệp xã hội và Doanh nghiệp tuệ giác; có chính sách thuế, tín dụng, quảng bá và

chứng nhận ưu tiên cho các mô hình kết hợp hài hòa giữa lợi nhuận và đạo lý.

5.3. Vai trò của Phật giáo ứng dụng

Tiếp đến, vai trò của Phật giáo ứng dụng: Là dòng chảy mềm dẫn đạo nội tâm, Phật học không trực tiếp tham gia hoạch định kinh tế, nhưng có thể tạo ra những ảnh hưởng dài hạn thông qua:

- (1) Xây dựng cộng đồng doanh nhân cư sĩ – nơi đạo và đời giao thoa, kinh doanh và tu học hỗ trợ lẫn nhau.
- (2) Phát triển các chương trình giảng dạy đạo lý doanh nghiệp, đưa Chính mạng, Tứ nhiếp pháp, Tam học trở thành nền tảng hành xử kinh tế có tỉnh thức.
- (3) Thúc đẩy phong trào doanh nghiệp hành đạo – coi quá trình xây dựng doanh nghiệp lương thiện là con đường Bồ-tát hạnh giữa đời thường.

5.4. Sự kết hợp đồng kiến tạo giữa Nhà nước và Phật giáo ứng dụng

Khi Nhà nước tạo ra hành lang pháp lý khích lệ và Phật giáo bồi đắp đạo lý sống sâu sắc, hệ sinh thái doanh nghiệp Việt Nam sẽ trưởng thành không chỉ bằng số lượng và quy mô, mà bằng chất lượng đạo đức và tầm vóc văn hóa. Nơi đó, hành vi kinh tế không bị đồng nhất với lòng tham, mà trở thành biểu hiện sống động của lý tưởng cống hiến và con đường Chính mạng. Chính tại nơi hội tụ đó, hình thành một hệ sinh thái kinh tế mà ở đó, tài sản được tích lũy bằng lòng từ, quản trị bằng trí tuệ, và phát triển bằng khát vọng hóa độ cuộc đời.

5.5. Lộ trình triển khai mô hình Doanh nghiệp tuệ giác

Lộ trình triển khai mô hình Doanh nghiệp tuệ giác có thể được thiết kế theo 3 giai đoạn:

Ngắn hạn (1–2 năm): Xây dựng nhận thức và khung pháp lý cơ bản; thí điểm ở một số doanh nghiệp tiên phong.

Trung hạn (3–5 năm): Mở rộng mạng lưới Doanh nghiệp tuệ giác; tích hợp các tiêu chí ESG, CSR và đạo lý Phật học vào chuẩn mực quốc gia.

Dài hạn (5–10 năm): Hình thành hệ sinh thái Doanh nghiệp tuệ giác bền vững, có khả năng lan tỏa trong khu vực và quốc tế.

6. Dự báo thách thức và giải pháp

6.1. Thách thức dự báo

- Xung đột lợi ích: Doanh nghiệp có thể gặp khó khăn khi cân bằng giữa mục tiêu lợi nhuận và chuẩn mực đạo lý, đặc biệt trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.
- Khoảng trống pháp lý: Hiện chưa có khung pháp lý chuyên biệt cho mô hình Doanh nghiệp tuệ giác, dẫn đến khó khăn khi đo lường tác động phi tài chính.
- Sức ép thị trường quốc tế: Hội nhập toàn cầu tạo áp lực về chi phí, chất lượng, và tốc độ đổi mới, dễ khiến doanh nghiệp bỏ qua các yếu tố đạo đức.
- Nhận thức hạn chế: Nhiều doanh nhân chưa tiếp cận sâu với tư tưởng Phật học ứng dụng, dẫn tới nguy cơ hiểu sai hoặc giản lược khái niệm Chính mạng, Tam học, Tứ nhiếp pháp.
- Thiếu nguồn nhân lực phù hợp: Đào tạo nhân sự có năng lực kinh doanh và đồng thời thấm nhuần giá trị tinh thức vẫn là một thách thức dài hạn.

6.2. Giải pháp chiến lược

- Thể chế hóa mô hình: Nhà nước cần ban hành khung tiêu chí “*Doanh nghiệp tuệ giác*” dựa trên chuẩn ESG, CSR và các giá trị đạo lý, đồng thời tích hợp vào chính sách ưu đãi thuế, tín dụng, đấu thầu.
- Chứng nhận và truyền thông: Thiết lập hệ thống chứng nhận quốc gia cho Doanh nghiệp tuệ giác; xây dựng chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng và doanh nhân.
- Đào tạo tích hợp: Liên kết giữa các trường kinh doanh, học viện Phật giáo và tổ chức quốc tế để phát triển chương trình đào tạo doanh nhân tinh thức.
- Mạng lưới hỗ trợ: Thành lập liên minh Doanh nghiệp tuệ giác trong nước và kết nối với các mạng lưới quốc tế (B-Corp, Social Enterprise UK...) để trao đổi kinh nghiệm và chuẩn mực.
- Đo lường tác động: Xây dựng bộ chỉ số kết hợp “*Tác động xã hội – Môi trường – Văn hóa*” (SECI Index – Social, Environmental, Cultural Impact) để lượng hóa giá trị ngoài lợi nhuận.

6.3. Tầm nhìn dài hạn

Mô hình Doanh nghiệp tuệ giác không chỉ là giải pháp kinh tế – đạo đức cho Việt Nam, mà còn có tiềm năng trở thành thương hiệu quốc gia, đóng góp vào kho tàng mô hình phát triển bền vững toàn cầu. Sự kết hợp giữa Chính mạng và kinh tế thị trường định hướng XHCN sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh độc đáo, vừa đáp ứng yêu cầu hội nhập, vừa giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

7. Kết luận: Từ đạo lý làm giàu đến quốc gia tuệ giác

7.1. Nghị quyết 68-NQ/TW - Cánh cửa mở ra triết lý mới về đạo lý làm giàu

Nghị quyết 68-NQ/TW không chỉ là sự định hướng phát triển kinh tế tư nhân một cách bài bản và chiến lược, mà còn là cánh cửa mở ra một triết lý mới về đạo lý làm giàu – nơi tài sản không còn đơn thuần là thước đo thành công, mà trở thành phương tiện phục vụ xã hội, kiến tạo cộng đồng thịnh vượng.

7.2. Vai trò của Phật học ứng dụng trong định hướng hành vi doanh nhân

Trên nền tảng đó, Phật học ứng dụng – với tinh thần Chính mạng, Tứ nhiếp pháp và Tam học – trở thành hệ thống giá trị hướng dẫn hành vi doanh nhân không rơi vào ngũ dục (tiền tài – danh vọng – sắc dục – ẩm thực – ngủ nghỉ), mà chuyển hóa những năng lượng ấy thành năng lực phục vụ, trưởng dưỡng từ bi và trí tuệ.

7.3. Doanh nghiệp tuệ giác - Giao điểm giữa đạo lý và thị trường

Doanh nghiệp tuệ giác – khái niệm trung tâm của bài viết này – chính là giao điểm của đạo lý và thị trường, giữa hiệu quả và từ bi, giữa tăng trưởng và giải thoát. Trong hệ hình đó, doanh nhân không chỉ là người kiến tạo tài sản, mà còn là người gieo trồng phúc đức, người dẫn đạo xã hội bằng chính đời sống nội tâm thăng hoa và hành vi kinh doanh có trách nhiệm.

7.4. Quốc gia tuệ giác - Mục tiêu phát triển toàn diện

Một quốc gia tuệ giác sẽ là nơi mà:

Chính sách không chỉ mang tính pháp lý mà còn gắn liền với đạo lý;

Tăng trưởng không chỉ tính bằng GDP mà còn bằng GQI (Gross Qualitative Index – chỉ số phẩm chất cộng đồng);

Mục tiêu phát triển không chỉ là giàu có vật chất mà còn là sung mãn tinh thần.

7.5. Cương lĩnh đạo lý cho doanh nhân và quốc gia trong thời đại mới

Lời Phật dạy trong Tăng Chi Bộ Kinh [Aṅguttara Nikāya] – Chương 4 Pháp, Phẩm 6 (Sappurisa Sutta), AN 4.61, Tập II, tr. 327 (Pāli); bản dịch Việt: Tăng Chi Bộ Kinh, Tập II, tr. 451, HT. Thích Minh Châu (dịch), NXB Tôn giáo, 1999: *“Người sống bằng Chính mạng, giàu có chính đáng, chia sẻ đúng pháp, sẽ được hạnh phúc trong hiện tại và gieo phước cho muôn đời sau”* – đây chính là cương lĩnh đạo lý cho doanh nhân Phật tử và cũng là ngọn đuốc khai sáng cho quốc gia đang bước vào thời đại kinh tế tri thức, chuyển đổi số, và toàn cầu hóa sâu rộng. [Chú thích: Nguyên văn Pāli, bản dịch tiếng Việt, nguồn in ấn sẽ được định dạng chuẩn footnote theo yêu cầu Tạp chí].

7.6. Tâm nhìn và sứ mệnh

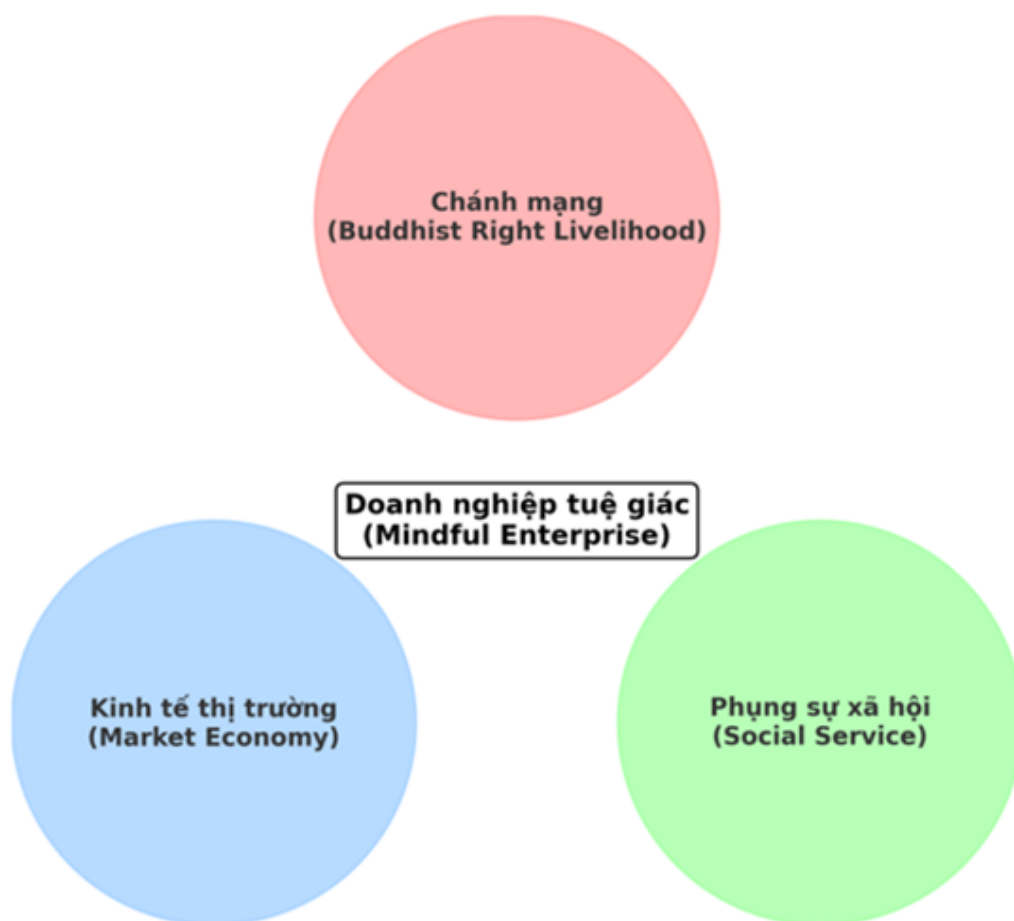
Từ đạo lý làm giàu đến quốc gia tuệ giác – đó không chỉ là lộ trình lý tưởng, mà là sứ mệnh hiện thực. Một dân tộc tỉnh thức là dân tộc biết hướng tài lực, nhân lực, và trí lực về phía ánh sáng: ánh sáng của phụng sự, tỉnh thức, phát triển bền vững và giải thoát toàn diện. Trong phạm vi bài viết, *'Doanh nghiệp tuệ giác'* được hiểu là doanh nghiệp vận hành trên nền tảng Chính mạng, gắn lợi nhuận với phụng sự xã hội, tuân thủ Tam học và thực hành Tứ nhiếp pháp trong quản trị, qua đó nuôi dưỡng cộng đồng tỉnh thức. Chủ tịch Hồ Chí Minh từng ghi nhận: *“Đó cũng là lực lượng cần thiết cho cuộc xây dựng kinh tế nước nhà,”* khi nói về vai trò của kinh tế tư nhân và công – thương dân tộc.

7.7. Kết luận – Gợi mở nghiên cứu tiếp theo

Bài viết đã góp phần làm rõ nền tảng lý luận và thực tiễn của mô hình Doanh nghiệp tuệ giác (mindful enterprise), chỉ ra tính khả thi và những điều kiện cần thiết để áp dụng tại Việt Nam. Trên cơ sở kết hợp giữa giáo lý Phật học và các nguyên tắc quản trị hiện đại, nghiên cứu này đề xuất hướng tiếp cận phát triển doanh nghiệp bền vững, hài hòa lợi ích kinh tế – xã hội – môi trường. Trong

tương lai, các nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào khảo sát thực nghiệm, so sánh liên văn hóa và mở rộng phạm vi ứng dụng sang các lĩnh vực ngoài doanh nghiệp nhằm lan tỏa giá trị tuệ giác trong cộng đồng.

Hình 1. Sơ đồ '*Ba trục hội tụ*' - Mô hình nền tảng của Doanh nghiệp tuệ giác



Phụ lục 1. Mô hình “*Doanh nghiệp tuệ giác*” – Minh Dực (2025). Nguồn: Tác giả thiết kế, dựa trên khung lý luận Chánh mạng – Tam học – Tứ nhiếp pháp kết hợp kinh tế thị trường và phụng sự xã hội.

Tác giả: **Nguyễn Hoàng Hành**

Phó Vụ trưởng Vụ Tuyên truyền công tác dân tộc, tôn giáo - Bộ Dân tộc và Tôn giáo

Chú thích:

Doanh nghiệp tuệ giác: thuật ngữ học thuật mới do tác giả đề xuất, chỉ mô hình doanh nghiệp kết hợp mục tiêu kinh tế với Chánh mạng và các nguyên tắc

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Chính trị. (2025). Nghị quyết số 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân trong tình hình mới. Hà Nội, Việt Nam: Văn phòng Trung ương Đảng.
2. Bộ Khoa học và Công nghệ. (2025). Báo cáo thường niên chuyển đổi số Việt Nam 2024–2025. Hà Nội, Việt Nam: Trung tâm Quốc gia về Chuyển đổi số.
3. Defourny, J., & Nyssens, M. (2017). Fundamentals for an international typology of social enterprise models. ICSEM Working Papers, 33, 1–34.
4. Hanh, T. N. (2008). The world we have: A Buddhist approach to peace and ecology. Berkeley, CA: Parallax Press.
5. Okada, M. (2018). Corporate social responsibility and the Kyosei philosophy in Japan. Asian Business & Management, 17(3), 171–190.
6. Schumacher, E. F. (1973). Small is beautiful: A study of economics as if people mattered. London, UK: Blond & Briggs.
7. Suttanipāṭa – The Group of Discourses [Khuddaka Nikāya], Sn 1.8 (Metta Sutta), vv. 143–152 (Pāli); bản dịch Việt: Kinh Tập, phẩm Từ, kệ 143–152, HT. Thích Minh Châu (dịch), Hà Nội, Việt Nam: Nhà xuất bản Tôn giáo, 1993. [Chú thích: Nguyên văn Pāli, bản dịch tiếng Việt, nguồn in ấn sẽ được định dạng chuẩn footnote theo yêu cầu Tạp chí].
8. Tăng Chi Bộ Kinh [Aṅguttara Nikāya] (HT. Thích Minh Châu, dịch). (1999). TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam: Nhà xuất bản Tôn giáo. [Chú thích: Nguyên văn Pāli, bản dịch tiếng Việt, nguồn in ấn, dịch giả – định dạng footnote chuẩn].
9. Trung ương Giáo hội Phật giáo Việt Nam. (2023). Kỷ yếu Hội thảo Phật giáo và Doanh nghiệp. Hà Nội, Việt Nam: Nhà xuất bản Tôn giáo.
10. United Nations Development Programme. (2023). Human development report: Rethinking human prosperity in the digital age. New York, NY: UNDP.
11. Ura, K., Alkire, S., Zangmo, T., & Wangdi, K. (2012). An extensive analysis of GNH index. Thimphu, Bhutan: The Centre for Bhutan Studies.