



DETERMINANTS OF STUDENTS' SELF-ENHANCEMENT: THE MEDIATING ROLE OF VOLUNTEER MOTIVATION

Nguyen Thi Thanh Van^{1*}, Tran Thi Huyen Tram¹, Huynh Thi Bich Tram¹, Le Thi Ha Linh¹,
Nguyen Dang My Tien¹, Phan Truong Vu¹

¹Ho Chi Minh City University of Technology and Education, Vietnam

ARTICLE INFO	ABSTRACT
DOI: 10.52932/jfmr.v17i3.949 <i>Received:</i> May 22, 2025 <i>Accepted:</i> November 10, 2025 <i>Published:</i> June 25, 2026 Keywords: Volunteer motivation, Values, Career, Interpersonal, Self enhancement. JEL codes: M12, M54, J54	This study aims to identify the factors influencing students' Volunteer motivation and to examine the mediating role of Volunteer motivation in the relationship between influencing factors and Self enhancement. Data was collected from a sample of 214 university students using a convenience sampling method. The data were analyzed using SmartPLS 3 software. The findings indicate that the Expression of values; Career; Interpersonal all have a positive impact on students' Volunteer motivation. Furthermore, Volunteer motivation exerts a strong positive impact on Self enhancement. In addition, the results reveal a statistically significant mediating effect of Volunteer motivation in the relationship between the influencing factors – namely, Values; Career; Interpersonal – and personal development. Based on these findings, several managerial implications are proposed to encourage greater student participation in volunteer activities.

*Corresponding author:

Email: vanntt@hcmute.edu.vn



CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN BẢN THÂN CỦA SINH VIÊN THÔNG QUA VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA ĐỘNG LỰC THAM GIA THIỆN NGUYỆN

Nguyễn Thị Thanh Vân^{1*}, Trần Thị Huyền Trâm¹, Huỳnh Thị Bích Trâm¹,
Lê Thị Hà Linh¹, Nguyễn Đặng Mỹ Tiên¹, Phan Trường Vũ¹

¹Trường Đại học Công nghệ Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh

THÔNG TIN	TÓM TẮT
DOI: 10.52932/jfmr.v17i3.949 Ngày nhận bài: 22/05/2025 Ngày chấp nhận: 10/11/2025 Ngày đăng: 25/06/2026 Từ khóa: Động lực tham gia thiện nguyện, Thể hiện giá trị, Phát triển sự nghiệp, Mối quan hệ xã hội, Phát triển bản thân. Mã JEL: M12, M54, J54	Nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến động lực tham gia hoạt động thiện nguyện của sinh viên, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của động lực này trong mối quan hệ giữa các yếu tố tác động và sự phát triển bản thân. Nghiên cứu tiến hành thu thập dữ liệu khảo sát từ 214 sinh viên bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SmartPLS3. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thể hiện giá trị, phát triển sự nghiệp, mối quan hệ xã hội đều có ảnh hưởng tích cực đến động lực tham gia thiện nguyện. Động lực tham gia thiện nguyện cũng tác động tích cực mạnh mẽ đến phát triển bản thân. Ngoài ra, kết quả còn cho thấy, vai trò trung gian có ý nghĩa thống kê của động lực tham gia thiện nguyện trong mối quan hệ giữa thể hiện giá trị, phát triển sự nghiệp, mối quan hệ xã hội và phát triển bản thân. Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm khuyến khích sinh viên tích cực tham gia các hoạt động thiện nguyện.

1. Giới thiệu

Tham gia hoạt động thiện nguyện là một biểu hiện rõ nét của trách nhiệm xã hội và tinh thần cống hiến trong cộng đồng, đặc biệt là ở thế hệ sinh viên – lực lượng tri thức trẻ năng

động và đầy nhiệt huyết. Tuy nhiên, việc quản trị hoạt động tình nguyện trong môi trường giáo dục, đặc biệt là duy trì và thúc đẩy động lực tham gia của sinh viên, vẫn là một thách thức đáng kể. Hành vi tình nguyện của sinh viên chịu ảnh hưởng đồng thời từ nhiều yếu tố như đặc điểm cá nhân, bối cảnh xã hội, cảm nhận nội tại cũng như giá trị tinh thần mà họ thu nhận được trong quá trình tham gia. Do đó,

*Tác giả liên hệ:

Email: vanntt@hcmute.edu.vn

việc nhận diện nguyên nhân thúc đẩy sinh viên tham gia hoạt động tình nguyện và các yếu tố giúp họ duy trì sự gắn kết với hoạt động thiện nguyện trở thành một chủ đề nghiên cứu quan trọng, thu hút sự quan tâm của nhiều học giả trong và ngoài nước.

Từ các thuyết về hành vi và động lực, như thuyết nhu cầu của Maslow (1943), thuyết động lực tự thân Deci và Ryan (1985) có thể thấy rằng, động lực của một cá nhân không chỉ bắt nguồn từ phần thưởng hữu hình, mà còn xuất phát từ những giá trị tinh thần, cảm xúc và sự đồng cảm với cộng đồng. Thuyết chức năng về động lực thiện nguyện của Clary và cộng sự (1998), thuyết về động lực học cá nhân và xã hội của Bang và Chelladurai (2009) cũng chỉ ra rằng hành vi thiện nguyện không chỉ được thúc đẩy bởi nhu cầu cá nhân mà còn bởi các yếu tố xã hội và môi trường. Cụ thể, tham gia thiện nguyện giúp sinh viên đáp ứng các nhu cầu về sự tôn trọng và tự thể hiện, phát triển kỹ năng, mở rộng quan hệ xã hội và thậm chí phát triển sự nghiệp. Đặc biệt trong bối cảnh xã hội hiện đại, khi giới trẻ đang ngày càng quan tâm đến ý nghĩa của sự cho đi và phát triển bản thân toàn diện, thì hoạt động thiện nguyện dần trở thành một phần trong hành trình hoàn thiện bản thân. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một bộ phận sinh viên thờ ơ với các chương trình thiện nguyện, hoặc chỉ tham gia với tính chất hình thức để được cộng điểm công tác xã hội hoàn tất điều kiện tốt nghiệp, khiến hiệu quả của hoạt động này chưa đạt được như kỳ vọng.

Từ thực tiễn nghiên cứu đó, đề tài này được thực hiện với hai mục tiêu chính:

- (1) Xác định các yếu tố tác động đến động lực tham gia thiện nguyện của sinh viên.
- (2) Kiểm định vai trò trung gian của động lực tham gia thiện nguyện trong việc liên kết các yếu tố tác động với các kết quả của hoạt động thiện nguyện.

Việc đạt được những mục tiêu nêu trên không chỉ giúp các tổ chức sinh viên và nhà trường nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động

thiện nguyện, mà còn góp phần củng cố cho lý thuyết chức năng về động lực tình nguyện, qua đó làm sáng tỏ hơn hành vi xã hội tự nguyện trong bối cảnh giáo dục đại học tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm

Hoạt động thiện nguyện

Hoạt động thiện nguyện được hiểu là một hành động tự nguyện nhằm mang lại lợi ích cho người khác, hoạt động này thường phát triển trong các tổ chức phi lợi nhuận và đóng góp đáng kể vào phúc lợi của công dân và cộng đồng (Mekonen & Adarkwah, 2022). Hoạt động thiện nguyện ngày càng trở thành yếu tố quan trọng trong đời sống cộng đồng, đặc biệt là đối với giới trẻ và sinh viên, đem lại trách nhiệm xã hội và tinh thần nhiệt huyết cao.

Động lực tham gia hoạt động thiện nguyện

Theo Zainuddin và cộng sự (2020), động lực tham gia các hoạt động thiện nguyện đó là những yếu tố thúc đẩy cá nhân cống hiến cho cộng đồng, có thể xuất phát từ lý do cá nhân, như nhu cầu giúp đỡ người khác và cảm giác thỏa mãn khi cống hiến. Những giá trị và niềm tin về trách nhiệm xã hội, mong muốn học hỏi và rèn luyện kỹ năng mới, cùng với cảm giác thành công khi thấy tác động tích cực từ nỗ lực của mình, tạo thành động lực mạnh mẽ cho việc tham gia thiện nguyện. Để thể hiện vai trò của mình trong xã hội, đối với thiện nguyện viên sự tham gia thiện nguyện là yếu tố then chốt (O'Brien và cộng sự, 2020). Sự tham gia hoạt động thiện nguyện có tác động đáng kể đến các tổ chức phi lợi nhuận, thiện nguyện viên, người hưởng lợi và toàn xã hội (Traeger & Alfes, 2019).

2.2. Lý thuyết về động lực thiện nguyện

Theo cách tiếp cận chức năng, tinh thần tình nguyện được xem như một hành vi phục vụ nhiều mục đích tâm lý khác nhau. Dựa trên các lý thuyết kinh điển về thái độ của Katz (1960) và Smith và cộng sự (1956), có thể hiểu

rằng hoạt động thiện nguyện không chỉ xuất phát từ mong muốn giúp đỡ người khác mà còn phản ánh các động lực sâu hơn của con người. Các chức năng này bao gồm nhu cầu tìm hiểu và lý giải thế giới (chức năng nhận thức), thể hiện giá trị và niềm tin cá nhân (chức năng biểu đạt giá trị), bảo vệ bản ngã khỏi cảm giác tiêu cực (chức năng phòng vệ), cũng như thúc đẩy hành vi mang tính thực dụng và hòa nhập xã hội. Trên cơ sở đó, Clary và cộng sự (1998) đã phát triển thành mô hình sáu chức năng động lực của tinh thần thiện nguyện, giúp lý giải toàn diện hơn các yếu tố thúc đẩy cá nhân tham gia hoạt động thiện nguyện. Trước hết, chức năng Giá trị (Values) thể hiện mong muốn đóng góp cho xã hội và thực hành các giá trị đạo đức như lòng nhân ái và tinh thần trách nhiệm. Chức năng Hiểu biết (Understanding) giúp người tham gia có cơ hội mở rộng tri thức, trau dồi kỹ năng và khám phá bản thân thông qua trải nghiệm thực tế. Chức năng Xã hội (Social) xuất phát từ nhu cầu duy trì quan hệ, hòa nhập cộng đồng và tìm kiếm sự công nhận từ những người xung quanh. Chức năng Sự nghiệp (Career) liên quan đến việc tận dụng hoạt động thiện nguyện như một cơ hội để phát triển năng lực nghề nghiệp, tích lũy kinh nghiệm và mở rộng mạng lưới chuyên môn. Chức năng Bảo vệ bản ngã (Protective) giúp cá nhân điều chỉnh cảm xúc, giảm bớt căng thẳng hoặc hóa giải cảm giác tội lỗi thông qua việc cống hiến cho người khác. Cuối cùng, chức năng Phát triển bản thân (Enhancement) phản ánh nhu cầu củng cố hình ảnh tích cực về bản thân, nâng cao lòng tự tin và cảm nhận giá trị cá nhân. Sáu chức năng này cho thấy, thiện nguyện không chỉ là hành vi hướng đến cộng đồng mà còn là phương thức để cá nhân phát triển toàn diện cả về nhận thức, cảm xúc và xã hội.

Trong các nghiên cứu thực nghiệm về động lực thiện nguyện, có nhiều nghiên cứu xem các chức năng như các yếu tố nguyên nhân dẫn đến động lực thiện nguyện (Zainuddin và cộng sự, 2020), nhưng cũng có nghiên cứu xem các chức năng là các kết quả mà cá nhân muốn đạt đến (Nacheva, 2019). Điều này cho thấy, trong thực

tế, mối quan hệ giữa các yếu tố tâm lý thường không phải là một chiều tuyệt đối, có thể có cả tác động hai chiều hoặc các yếu tố trung gian, tất cả tạo nên sự đa chiều của mối quan hệ. Từ đây, mở ra sự phong phú trong việc khám phá tâm lý, hành vi của con người. Ngoài ra, mặc dù số lượng chức năng có thể thay đổi, thông điệp cốt lõi của quan điểm chức năng là khuyến khích xem xét đa dạng các động lực cá nhân và xã hội thúc đẩy hành vi giúp đỡ bền vững. Vì vậy, việc lập luận cần được điều chỉnh phù hợp với đặc điểm bản ngã trong từng bối cảnh.

2.3. Sự hình thành giả thuyết nghiên cứu

Thể hiện giá trị và động lực tham gia hoạt động thiện nguyện

Clary và cộng sự (1998) cho rằng, Giá trị là các cơ hội mà hoạt động thiện nguyện mang lại cho cá nhân để thể hiện các giá trị liên quan đến mối quan tâm vị tha và nhân đạo đối với người khác. Theo Zainuddin và cộng sự (2020) giá trị được thể hiện trong thiện nguyện là những cảm giác hài lòng, ý nghĩa cốt lõi, giá trị tinh thần và lợi ích mà cá nhân tham gia thiện nguyện nhận được từ việc giúp đỡ người khác hoặc cộng đồng. Mỗi cá nhân tham gia thiện nguyện thể hiện sự quan tâm, đồng cảm với những hoàn cảnh khó khăn trong xã hội và họ cũng cảm thấy bớt cô đơn, có cái nhìn tốt hơn về bản thân. Động lực như vậy xảy ra khi họ cảm thấy cần thiết phải trở thành một phần của các nhóm xã hội quan trọng. Trong bối cảnh này, biểu hiện của giá trị bản thân biểu hiện qua mong muốn giúp đỡ người khác trong bất kỳ dịp nào bất kể tình huống có mang lại lợi ích cho họ hay không. Nghiên cứu của Fernandes và Matos (2023) cho rằng, các hoạt động thiện nguyện đáp ứng nhu cầu tâm lý và phù hợp với các giá trị cá nhân của thiện nguyện viên sẽ góp phần thúc đẩy sự gắn kết thiện nguyện, thể hiện xu hướng của thiện nguyện viên trong việc đầu tư nguồn lực vượt qua những hoạt động mang tính trao đổi. Thiện nguyện viên không chỉ đơn thuần là những người lao động không lương, mà còn có thể được xem như những “người tiêu dùng” của trải nghiệm thiện nguyện, sử dụng trải nghiệm đó như một phương tiện để

thể hiện bản thân và thỏa mãn các nhu cầu nội tại. Brodie và cộng sự (2019) kết luận rằng khi thiện nguyện viên cảm nhận được tác động tích cực từ hành động của mình đến cuộc sống của người khác, họ cảm thấy điều đó có ý nghĩa và do đó gia tăng mức độ gắn kết. Từ đây, giả thuyết được đề xuất:

Giả thuyết H1: Thể hiện giá trị ảnh hưởng tích cực đến động lực tham gia hoạt động thiện nguyện của sinh viên.

Sự nghiệp và động lực tham gia hoạt động thiện nguyện

Theo Clary và cộng sự (1998) chức năng Sự nghiệp (Career) phản ánh mong muốn đạt được những lợi ích nghề nghiệp thông qua hoạt động thiện nguyện, chẳng hạn như tích lũy kinh nghiệm thực tiễn, mở rộng mạng lưới quan hệ chuyên môn hoặc tăng tính cạnh tranh cho hồ sơ nghề nghiệp trong tương lai. Theo Dobson và cộng sự (2021), phát triển sự nghiệp là thông qua quá trình tự trau dồi, khám phá các khía cạnh của bản thân để từ đó đưa ra các quyết định để định hình sự nghiệp của bản thân. Cơ hội phát triển sự nghiệp của một người có xu hướng tăng cao hơn khi tham gia các hoạt động thiện nguyện. Yếu tố này ảnh hưởng đến động lực tham gia các hoạt động thiện nguyện khi sinh viên có xu hướng muốn con đường sự nghiệp trong tương lai rộng mở hơn thông qua học hỏi những kỹ năng xã hội từ các hoạt động thiện nguyện mà không cần tốn bất kỳ một chi phí nào. Holdsworth (2010) đề cập rằng động lực thiện nguyện của sinh viên có thể thay đổi theo thời gian và cho rằng, hoạt động thiện nguyện sẽ giúp cải thiện hồ sơ xin việc của sinh viên. Nghiên cứu của Howell (2019) chỉ ra rằng thiện nguyện đã trở thành một phần trong các tiêu chí đánh giá ở nhiều lĩnh vực, bao gồm cả cơ hội nghề nghiệp. Một quan điểm khác của Barron và Rihova (2011) cho rằng, hoạt động thiện nguyện được thúc đẩy bởi mong muốn phát triển kỹ năng và nâng cao cơ hội nghề nghiệp. Zainuddin và cộng sự (2020) cũng tìm thấy rằng sự nghiệp có tác động dương đến động lực tham gia thiện nguyện. Sinh viên

đang trong giai đoạn chuẩn bị hành trang cho sự nghiệp tương lai, vì vậy yếu tố này được đặc biệt chú trọng. Từ cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H2: Sự nghiệp ảnh hưởng tích cực đến động lực tham gia hoạt động thiện nguyện của sinh viên.

Mối quan hệ xã hội và động lực tham gia hoạt động thiện nguyện

Theo Clary và cộng sự (1998) chức năng Xã hội (Social) là thiện nguyện có thể mang đến cơ hội ở bên bạn bè hoặc tham gia vào một hoạt động được những người quan trọng khác đánh giá cao. Theo Zainuddin và cộng sự (2020), quan hệ cá nhân là yếu tố làm thúc đẩy sinh viên ngày nay tham gia vào việc làm thiện nguyện viên từ đó có thể đưa ra được những tương tác và kết nối với xã hội. Yếu tố này ảnh hưởng đến các mối quan hệ xung quanh giữa bạn bè, gia đình và mọi người trong cộng đồng từ đó dẫn đến quyết định thiện nguyện của cá nhân. Phần lớn sinh viên tham gia vào việc thiện nguyện theo sự khuyến khích từ các mối quan hệ xung quanh vì mong muốn từ việc đó có thể gây dựng nên những mối quan hệ tích cực và lành mạnh. Matos và Fernandes (2021) cho rằng, khi thiện nguyện viên chia sẻ kinh nghiệm với các thành viên khác hoặc xây dựng các mối quan hệ trong nhóm, cảm giác thuộc về cộng đồng có thể hình thành, dẫn đến mức độ gắn kết cao hơn. Từ đây, giả thuyết được đề xuất:

Giả thuyết H3: Mối quan hệ xã hội ảnh hưởng tích cực đến động lực tham gia hoạt động thiện nguyện của sinh viên.

Phát triển bản thân và động lực tham gia hoạt động thiện nguyện

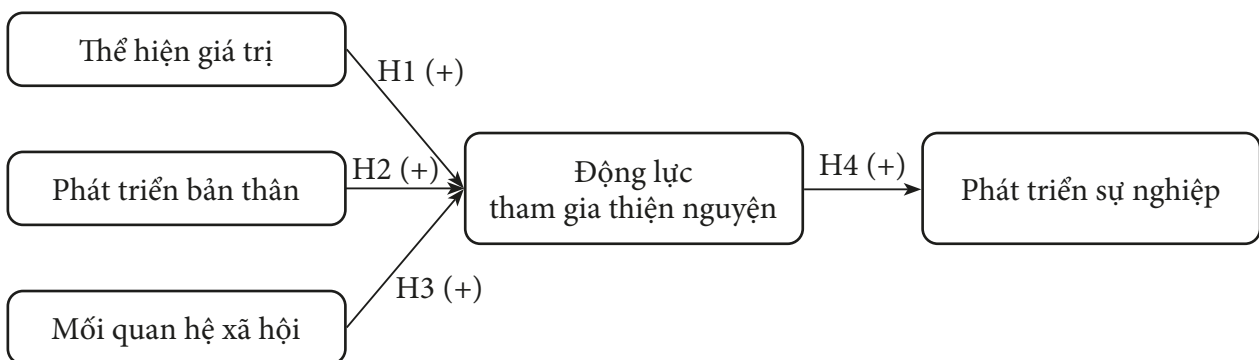
Madsen (2004) cho rằng, việc tham gia thiện nguyện giúp tăng cường sự tự tin. Hoạt động thiện nguyện có thể giúp sinh viên thích nghi với tình huống và môi trường mới, đồng thời cải thiện kỹ năng giao tiếp (Worthington, 2008). Mối quan hệ giữa động lực tham gia thiện nguyện và phát triển bản thân được tìm

thấy trong một số nghiên cứu thể hiện tính hai chiều và tương hỗ, khi mỗi yếu tố vừa là nguyên nhân vừa là kết quả của yếu tố còn lại. Động lực phát triển bản thân được xem là yếu tố khởi phát chính, phản ánh mong muốn củng cố hình ảnh bản thân tích cực và khẳng định giá trị cá nhân thông qua việc giúp đỡ người khác. Ngược lại, hành vi tham gia thiện nguyện cũng là phương tiện để hiện thực hóa quá trình tự phát triển này. Một sinh viên bắt đầu với mong muốn rõ ràng để phát triển bản thân, học hỏi, và nâng cao lòng tự trọng họ bắt đầu tìm kiếm cơ hội thiện nguyện. Khi họ tham gia vào các hoạt động thiện nguyện họ thực sự học được kỹ năng mới, cảm thấy tự tin hơn khi đối mặt với thử thách, nhận được sự công nhận từ bạn bè, những người xung quanh và cảm thấy bản thân có giá trị hơn. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra phát triển bản thân tác động đến động lực tham gia hoạt động thiện nguyện như Krueger và cộng sự (2017) cho rằng, phát triển bản thân là động lực quan trọng, phản ánh trực tiếp đến cá nhân và thường liên quan đến cách mà họ nhìn nhận giá trị bản thân của mình. Theo khung lý thuyết

Chức năng về Động lực thiện nguyện của Clary và cộng sự (1998), chức năng Phát triển thể hiện nhu cầu phát triển bản thân, duy trì cảm xúc tích cực và tăng cường lòng tự trọng. được tìm thấy khá nhiều. Nghiên cứu của Zainuddin và cộng sự (2020) đã tìm thấy phát triển bản thân là yếu tố làm thúc đẩy sinh viên ngày nay tham gia vào việc làm thiện nguyện. Tuy nhiên, mối quan hệ này là một vòng lặp phức tạp, các cá nhân chọn hoạt động thiện nguyện không chỉ để thể hiện các giá trị sẵn có mà còn để phục vụ cho sự phát triển bản thân họ (Nacheva, 2019). Do đó, nghiên cứu này mong muốn đóng góp thêm một trường hợp nghiên cứu thực nghiệm để kiểm tra chiều tác động từ động lực tham gia thiện nguyện đến phát triển bản thân. Giả thuyết được hình thành:

Giả thuyết H4: Động lực tham gia hoạt động thiện nguyện của sinh viên ảnh hưởng tích cực đến Phát triển bản thân.

Từ các giả thuyết trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được triển khai qua hai giai đoạn. Trước hết, nghiên cứu tiến hành giai đoạn định tính thông qua phỏng vấn sâu với hai chuyên gia ngôn ngữ để hiệu chỉnh cách diễn đạt trong thang đo, nhằm đảm bảo sự phù hợp với bối cảnh Việt Nam trước khi triển khai khảo sát chính thức. Tiếp theo, nghiên cứu định

lượng tiến hành bằng bảng hỏi dựa trên thang đo đã điều chỉnh. Dữ liệu thu thập từ 214 sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, sau đó được đưa vào phân tích bằng phần mềm SmartPLS.

Thang đo của các khái niệm nghiên cứu

Phát triển bản thân (9 biến quan sát), Thể hiện giá trị (9 biến quan sát), Phát triển sự

ngiệp (4 biến quan sát), Mối quan hệ xã hội (5 biến quan sát) được kế thừa từ nghiên cứu của Zainuddin và cộng sự (2020). Thang đo Động lực tham gia thiện nguyện được kế thừa từ Dobson và cộng sự (2021) với 13 biến quan sát. Tất cả các biến quan sát này đều được sử dụng thang đo Likert với 5 mức, trong đó 1 là rất không đồng ý đến 5 là rất đồng ý (xem Phụ lục 1 online).

Dữ liệu thu thập

Dữ liệu được thu thập thông qua Google form, với cách lấy mẫu thuận tiện. Câu hỏi gọn lọc được đưa ra đầu tiên để đảm bảo người khảo sát đang là sinh viên. Trong tổng số 214 sinh viên tham gia khảo sát, có 127 nữ và 87 nam. Về phân bố theo năm học, mẫu khảo sát bao gồm 31 sinh viên năm nhất, 125 sinh viên năm hai, 35 sinh viên năm ba và 23 sinh viên năm tư trở lên. Các hoạt động thiện nguyện mà sinh viên tham gia phổ biến nhất bao gồm “Mùa hè xanh”, “Xuân tình nguyện”, “Tiếp sức mùa thi”, “Trung thu yêu thương” và chương trình phát thức ăn cho người vô gia cư.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Đánh giá thang đo

Việc đánh giá thang đo là bước cần thiết trong nghiên cứu nhằm đảm bảo các biến quan sát phản ánh chính xác khái niệm lý thuyết, đồng thời khẳng định độ tin cậy và giá trị của mô hình. Trong nghiên cứu này, quá trình đánh giá được thực hiện qua ba lần chạy PLS Algorithm, trong đó các biến có hệ số outer loading nhỏ hơn 0,7 (DL10, DL12, DL13, DL8, GT6, GT9, PT8, DL11, DL9, GT7, PT9) đã bị loại bỏ để giữ lại những biến thực sự có ý nghĩa. Kết quả cho thấy, Cronbach's alpha đều lớn hơn 0,6, Composite Reliability vượt ngưỡng 0,8 và AVE cao hơn 0,5, phản ánh độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo. Bên cạnh đó, kiểm định Fornell–Larcker chứng minh hệ số căn bậc hai AVE của từng khái niệm đều lớn hơn hệ số tương quan với các khái niệm khác, qua đó khẳng định giá trị phân biệt. Như vậy, thang đo các khái niệm đạt yêu cầu về độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt cũng như tính đơn hướng và giá trị nội dung cho thấy, mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Bảng 1. Kết quả độ tin cậy và giá trị của thang đo

	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp	Phương sai trích trung bình (AVE)	R ² hiệu chỉnh
Động lực tham gia thiện nguyện	0,909	0,928	0,649	0,710
Mối quan hệ xã hội	0,891	0,920	0,699	
Phát triển bản thân	0,887	0,911	0,594	
Phát triển sự nghiệp	0,857	0,903	0,700	
Thể hiện giá trị	0,867	0,900	0,601	

Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được kiểm định bằng kỹ thuật Bootstrapping với 5000 mẫu lặp lại. Cách tiếp cận này được thực hiện bằng việc rút mẫu ngẫu nhiên có hoàn lại từ bộ dữ liệu gốc, nhờ đó hình thành 5000 tập dữ liệu giả định có cùng kích thước với mẫu ban đầu. Từ các mẫu này, các hệ số ước lượng cùng các giá trị

thống kê như t-value, p-value và khoảng tin cậy được tính toán, qua đó đánh giá độ ổn định và ý nghĩa của các mối quan hệ trong mô hình. Kết quả nghiên cứu ở Bảng 2 cho thấy, p-value < 0,05 nghĩa là Thể hiện giá trị (H1), Phát triển sự nghiệp (H2), Mối quan hệ xã hội (H3) đều có ảnh hưởng tích cực đến Động lực tham gia thiện nguyện. Yếu tố Phát triển sự nghiệp với hệ số $\beta = 0,430$ lớn nhất cũng thể hiện sự tác

động mạnh mẽ nhất đến Động lực tham gia thiện nguyện, tiếp đó lần lượt là Mối quan hệ xã hội và Thể hiện giá trị. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, Động lực tham gia thiện nguyện có tác động đáng kể đến Phát triển bản thân (H4). Phát hiện này khẳng định hoạt động tình nguyện cũng được coi là một công cụ giúp các cá nhân đạt được hoặc củng cố việc phát triển bản thân.

Ngoài ra, với các giá trị p -value $< 0,05$ cho thấy, vai trò trung gian có ý nghĩa thống kê của Động lực tham gia thiện nguyện trong mối quan hệ giữa Thể hiện giá trị, Phát triển sự nghiệp, Mối quan hệ xã hội và Phát triển bản thân ($p < 0,05$). Điều này ngụ ý rằng, Thể hiện giá trị, Phát triển sự nghiệp, Mối quan hệ xã hội

không chỉ tác động trực tiếp lên Phát triển bản thân mà còn tác động gián tiếp thông qua Động lực tham gia thiện nguyện.

Kết quả phân tích cho thấy, giá trị R^2 của biến Động lực tham gia thiện nguyện đạt 0,71 cho thấy, các biến độc lập trong mô hình giải thích được 71% phương sai của động lực tham gia, phản ánh mức độ phù hợp cao và khả năng dự báo mạnh. Trong khi đó, R^2 của biến Phát triển bản thân đạt 0,359, nghĩa là 35,9% sự biến thiên của phát triển bản thân được lý giải bởi các biến dự đoán trong mô hình. Theo tiêu chuẩn của Hair và cộng sự (2019), giá trị R^2 này thể hiện mức độ giải thích trung bình cho thấy, mô hình có năng lực dự báo hợp lý đối với kết quả phát triển bản thân của sinh viên.

Bảng 2. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Hệ số tác động chuẩn hóa	Độ lệch chuẩn	T-Statistics	P-Values	Kết luận
H1: Thể hiện giá trị → Động lực tham gia thiện nguyện	0,224	0,088	2,535	0,011	Chấp nhận
H2: Phát triển sự nghiệp → Động lực tham gia thiện nguyện	0,430	0,073	5,858	0,000	Chấp nhận
H3: Mối quan hệ xã hội → Động lực tham gia thiện nguyện	0,276	0,090	3,064	0,002	Chấp nhận
H4: Động lực tham gia thiện nguyện → Phát triển bản thân	0,602	0,050	12,091	0,000	Chấp nhận
Vai trò trung gian của Động lực tham gia thiện nguyện					
Thể hiện giá trị → Động lực tham gia thiện nguyện → Phát triển bản thân	0,135	0,059	2,289	0,022	Chấp nhận
Phát triển sự nghiệp → Động lực tham gia thiện nguyện → Phát triển bản thân	0,259	0,046	5,580	0,000	Chấp nhận
Mối quan hệ xã hội → Động lực tham gia thiện nguyện → Phát triển bản thân	0,166	0,055	3,037	0,002	Chấp nhận

4.2. Thảo luận kết quả và đề xuất hàm ý quản trị

Phát triển sự nghiệp và động lực tham gia thiện nguyện

Kết quả cho thấy, đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến Động lực tham gia thiện nguyện

của sinh viên. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu của Barron và Rihova (2011), Zainuddin và cộng sự (2020). Một yếu tố thực tiễn và có ý nghĩa quan trọng đối với quyết định tham gia hoạt động thiện nguyện của sinh viên là mong muốn phát triển sự nghiệp. Trong bối

cạnh thị trường lao động cạnh tranh gay gắt, sinh viên ngày càng nhận thức rõ rằng ngoài nền tảng kiến thức chuyên môn, việc tích lũy kỹ năng thực hành và kinh nghiệm gắn với cộng đồng đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh cá nhân. Chẳng hạn, thông qua các hoạt động như tổ chức chương trình “Tiếp sức mùa thi”, hỗ trợ trẻ em khó khăn trong “Trung thu yêu thương” hay tham gia chiến dịch “Mùa hè xanh”, sinh viên không chỉ rèn luyện kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và quản lý thời gian, mà còn chứng minh được tinh thần trách nhiệm xã hội, những yếu tố được nhà tuyển dụng đánh giá cao trong quá trình tuyển chọn nhân sự. Thông qua các hoạt động tình nguyện, sinh viên có cơ hội học kỹ năng giao tiếp với người lạ, điều phối nhóm, làm việc trong những môi trường đa dạng. Những trải nghiệm này có thể trở thành lợi thế khi sinh viên tham gia phỏng vấn, làm việc nhóm hoặc xử lý tình huống sau này. Ngoài ra, trong một số hoạt động có tính chất chuyên ngành, sinh viên còn được áp dụng chuyên môn vào thực tiễn, từ đó hình thành kỹ năng chuyên sâu hơn.

Từ phương diện giáo dục, các cơ sở đào tạo cần xây dựng và triển khai các hoạt động thiện nguyện gắn liền với định hướng nghề nghiệp của người học. Chẳng hạn, sinh viên y khoa có thể tham gia các chương trình chăm sóc sức khỏe cộng đồng; sinh viên sư phạm có thể tham gia giảng dạy hỗ trợ cho trẻ em có hoàn cảnh khó khăn; trong khi sinh viên thuộc khối kinh tế – quản trị có thể cộng tác trong các dự án hỗ trợ khởi nghiệp vì lợi ích xã hội. Những hình thức gắn kết này tạo điều kiện để sinh viên áp dụng kiến thức chuyên môn vào thực tiễn, đồng thời phát triển kỹ năng mềm, nâng cao động lực học tập và nuôi dưỡng tinh thần trách nhiệm xã hội.

Ngoài ra, các đơn vị đào tạo nên khuyến khích việc tích hợp hoạt động thiện nguyện vào chương trình đào tạo chính thức thông qua một số môn học có tính kỹ năng mềm hoặc chương trình hướng nghiệp. Điều này vừa là cơ sở chính thức để sinh viên yên tâm tham gia,

vừa ghi nhận đầy đủ các nỗ lực thiện nguyện của họ.

Mối quan hệ xã hội và động lực tham gia thiện nguyện

Kết quả nghiên cứu cho thấy, đây là yếu tố tác động mạnh thứ hai đến Động lực tham gia thiện nguyện của sinh viên. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu của Zainuddin và cộng sự (2020). Môi trường xã hội có tác động mạnh mẽ đến hành vi thiện nguyện của sinh viên, đặc biệt trong giai đoạn đầu hình thành sự tham gia. Các yếu tố bên ngoài như sự khuyến khích từ gia đình, lời mời gọi từ bạn bè hay sự ghi nhận của cộng đồng tạo ra những tác nhân thúc đẩy bên ngoài, giúp sinh viên dễ dàng tiếp cận và tham gia các hoạt động thiện nguyện. Tuy nhiên, để sự tham gia này duy trì bền vững, động lực nội tại, xuất phát từ nhu cầu phát triển bản thân, mong muốn cống hiến và giá trị tinh thần mà sinh viên cảm nhận, giữ vai trò quyết định. Trong bối cảnh đó, các mối quan hệ xã hội có thể được xem như cầu nối hài hòa giữa động lực ngoại tại và nội tại, vừa khởi phát hành vi vừa củng cố sự gắn bó lâu dài với hoạt động thiện nguyện.

Hoạt động thiện nguyện cũng là cơ hội tốt để sinh viên xây dựng và mở rộng mạng lưới quan hệ tích cực. Khi cùng nhau trải qua những thử thách, khó khăn trong công việc cộng đồng, các sinh viên sẽ dễ dàng hình thành niềm tin, tình bạn và tinh thần đồng đội bền vững. Điều này không chỉ hỗ trợ họ trong hoạt động thiện nguyện mà còn tạo nền tảng cho sự phát triển cá nhân và nghề nghiệp sau này. Do đó, nhà trường nên là nơi đẩy mạnh hình thức thiện nguyện tập thể như theo lớp, khoa, câu lạc bộ hoặc liên kết các nhóm sinh viên liên ngành. Những hình thức này sẽ giúp sinh viên cảm thấy gắn kết, an tâm và có nhiều động lực hơn để tham gia. Đồng thời, tổ chức các sự kiện tổng kết, giao lưu, thi đua giữa các nhóm thiện nguyện cũng là cách để duy trì không khí sôi nổi và thúc đẩy sự lan tỏa.

Nhà trường cần chủ động xây dựng văn hóa thiện nguyện trở thành một phần gắn bó với

đời sống sinh viên. Khi các hoạt động thiện nguyện được tổ chức thường xuyên, đa dạng và lồng ghép vào sinh hoạt học đường, sinh viên sẽ dần coi việc tham gia là điều tự nhiên, không mang tính bắt buộc. Từ đó, họ có thể tiếp cận các chương trình này như một cơ hội để gắn kết cộng đồng, trau dồi kỹ năng và tìm thấy niềm vui trong quá trình cống hiến.

Thể hiện giá trị và động lực tham gia thiện nguyện

Đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ ba đến Động lực tham gia thiện nguyện của sinh viên. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu của Zainuddin và cộng sự (2020), Fernandes và Matos (2023). Mỗi cá nhân tham gia thiện nguyện thể hiện sự quan tâm, đồng cảm với những hoàn cảnh khó khăn trong xã hội và từ đó mỗi cá nhân có cái nhìn tốt hơn về bản thân. Do đó, một trong những cách hiệu quả để thúc đẩy sự tham gia của sinh viên vào các hoạt động tình nguyện là giúp họ tìm thấy ý nghĩa cá nhân trong từng hành động. Điều này bắt đầu từ việc xây dựng một không gian minh bạch, nơi các dự án được trình bày rõ ràng về lĩnh vực hoạt động, chẳng hạn như bảo vệ môi trường, giáo dục cộng đồng, chăm sóc sức khỏe hay hỗ trợ nhóm yếu thế, đi kèm với phần mô tả cụ thể về mục tiêu và ảnh hưởng mà dự án hướng tới. Khi sinh viên có thể dễ dàng nhận ra đâu là dự án phù hợp với giá trị sống của mình, khả năng họ cam kết tham gia sẽ cao hơn.

Ngoài ra, sinh viên nên được mời gọi đóng góp ý tưởng và cùng tham gia vào các bước xây dựng dự án. Khi có cơ hội đưa ra quan điểm và nhìn thấy dấu ấn của mình trong quá trình triển khai, họ không còn là người tham gia đơn thuần mà trở thành một phần không thể thiếu của tập thể. Sự chủ động này giúp khơi dậy tinh thần trách nhiệm, đồng thời khiến trải nghiệm tình nguyện trở thành một hành trình tự nhiên để sinh viên thể hiện niềm tin và giá trị của chính mình. Ngoài ra, Nhà trường/ Đoàn/ Hội/ Câu lạc bộ đội nhóm cũng nên có các buổi gặp gỡ định kỳ để chia sẻ về những trải nghiệm đã qua, dù là khoảnh khắc nhỏ hay thay đổi lớn, đóng vai trò như một chất xúc tác gắn kết. Hoạt động này tạo cơ hội để mỗi cá nhân chia sẻ trải

nh nghiệm của mình, qua đó nhận thức rõ hơn về quá trình trưởng thành thông qua việc tham gia và cống hiến cho cộng đồng. Đồng thời, những buổi trao đổi còn góp phần lan tỏa tinh thần tích cực, giúp sinh viên nhận ra rằng các hành động thiện nguyện, dù nhỏ, vẫn có khả năng tạo ra sức ảnh hưởng và giá trị lan tỏa đáng kể trong xã hội.

Động lực tham gia thiện nguyện và phát triển bản thân

Động lực tham gia thiện nguyện có ảnh hưởng tích cực và mạnh mẽ đến Phát triển bản thân. Trải nghiệm thiện nguyện là môi trường thực tế giúp cá nhân phát triển năng lực, nhận thức và bản lĩnh. Tham gia trực tiếp vào các chương trình thiện nguyện giúp sinh viên đối diện với các tình huống thực tiễn, mở rộng phạm vi tương tác xã hội và học cách xử lý thách thức. Qua đó, họ rèn luyện các kỹ năng mềm như giao tiếp, hợp tác nhóm, tổ chức công việc, đồng thời củng cố sự tự tin, ý thức năng lực bản thân và hình thành tư duy tích cực về giá trị cá nhân.

Động lực tham gia thiện nguyện còn giữ vai trò trung gian giúp các yếu tố Thể hiện giá trị, Phát triển sự nghiệp, Mối quan hệ xã hội được chuyển hóa thành quá trình phát triển cá nhân có định hướng. Việc hiểu rõ cơ chế trung gian này mang lại cơ sở thiết thực để xây dựng các chương trình thiện nguyện phù hợp, nhằm vừa đáp ứng mục tiêu đóng góp cộng đồng, vừa tạo điều kiện cho sinh viên rèn luyện và hoàn thiện bản thân một cách bền vững.

Để hoạt động thiện nguyện trở thành một công cụ hỗ trợ sinh viên phát triển toàn diện, nhà trường cần chú trọng thiết kế các hoạt động thiện nguyện mang tính thực tiễn và dễ triển khai, để sinh viên vừa có cơ hội tham gia cống hiến vừa tích lũy trải nghiệm hữu ích. Thay vì giao những công việc đơn giản lặp lại, chương trình có thể lồng ghép các nhiệm vụ gắn với chuyên môn hoặc kỹ năng nghề nghiệp, chẳng hạn như hỗ trợ dạy học, tham gia chiến dịch bảo vệ môi trường hay phối hợp tổ chức sự kiện cộng đồng. Sau mỗi hoạt động, việc tổ chức các

buổi trao đổi ngắn gọn, nơi sinh viên cùng chia sẻ trải nghiệm và rút ra bài học, sẽ giúp củng cố giá trị học tập và tăng cường động lực tham gia. Cách tiếp cận này vừa đảm bảo tính khả thi, vừa tạo tác động thiết thực đối với sự phát triển cá nhân và ý thức trách nhiệm xã hội của sinh viên.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã xác định các yếu tố tác động đến Động lực tham gia thiện nguyện của sinh viên là Thể hiện giá trị, Phát triển sự nghiệp và Mối quan hệ xã hội. Đồng thời, nghiên cứu cũng cho thấy, Động lực tham gia thiện nguyện tác động mạnh mẽ đến Phát triển bản thân. Động lực tham gia thiện nguyện còn được tìm thấy có ý nghĩa trong vai trò trung gian trong việc liên kết các yếu tố tác động với các kết quả của hoạt động thiện nguyện. Nghiên cứu này cũng đề xuất một số hàm ý quản trị đối với Nhà trường, các đơn vị khi tổ chức các hoạt động thiện nguyện sao cho vừa đóng góp cho cộng đồng, vừa tạo điều kiện cho sinh viên tham gia rèn luyện và hoàn thiện bản thân.

Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu này vẫn tồn tại một số hạn chế, mở ra những nghiên cứu tiếp theo như:

Thứ nhất, nghiên cứu được tiến hành tại một thời điểm cụ thể với cỡ mẫu còn hạn chế về phạm vi và tính đại diện, do đó khả năng khái quát hóa kết quả vẫn còn nhất định. Các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng quy mô khảo sát, đa dạng hóa đối tượng và bối cảnh nghiên cứu nhằm tăng tính đại diện và củng cố độ tin cậy của kết quả.

Thứ hai, ở các nghiên cứu trước cho thấy, Phát triển bản thân có tác động đến Động lực tham gia thiện nguyện, trong nghiên cứu này lại tìm thấy sự tác động ngược lại từ Động lực tham gia thiện nguyện đến Phát triển bản thân, điều này cho thấy, sự đa dạng và phức tạp trong tâm lý con người. Từ đây, gợi mở các nghiên cứu tiếp theo có thể tiếp tục đặt ra các mối quan hệ đa chiều khác để có thể khám phá sâu hơn tâm lý của con người, đặc biệt trong bối cảnh hoạt động thiện nguyện.

Tài liệu tham khảo

- Bang, H., & Chelladurai, P. (2009). Development and validation of the volunteer motivations scale for international sporting events (VMS-ISE). *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6(4), 332. <https://doi.org/10.1504/ijsmm.2009.030064>
- Barron, P., & Rihova, I. (2011). Motivation to volunteer: A case study of the Edinburgh International Magic Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(3), 202-217. Doi: 10.1108/17582951111170281
- Brodie, R., Fehrer, J., Jaakkola, E., & Conduit, J. (2019). Actor engagement in networks: Defining the conceptual domain. *Journal of Service Research*, 22(2), 173-188. DOI: 10.1177/1094670519827385
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516-1530. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.6.1516>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Dobson, J., Freimuth, H., & Rodrigues, I. (2021). Student volunteer motivations in a student support centre for English for Academic Purposes students. *BC TEAL Journal*, 6(1), 59-77. <https://doi.org/10.14288/bctj.v6i1.389>
- Fernandes, T., & Matos, M. A. de. (2023). Towards a better understanding of volunteer engagement: Self-determined motivations, self-expression needs and co-creation outcomes. *Journal of Service Theory and Practice*, 33(7), 1-27. <https://doi.org/10.1108/JSTP-09-2022-0215>
- Holdsworth, C. (2010). Why volunteer? Understanding motivations for student volunteering. *British Journal of Educational Studies*, 58(4), 421-437. <https://doi.org/10.1080/00071005.2010.527660>

- Howell, B. (2019). *The career benefits of volunteering*, Monster. Retrieved from <https://www.monster.com/careeradvice/article/the-career-benefits-of-volunteering>
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, 163-204.
- Krueger, J. I., Heck, P. R., & Asendorpf, J. B. (2017). Self-enhancement: Conceptualization and assessment. *Collabra: Psychology*, 3(1). <https://doi.org/10.1525/collabra.91>
- Madsen, S. R. (2004). Academic service learning in human resources management education. *Journal of Education for Business*, 79(6), 328–332. <https://doi.org/10.3200/JOEB.79.6.328-332>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Matos, M., & Fernandes, T. (2021). Volunteer engagement: Drivers and outcomes on non-profits' co-creation of value. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 18(4), 471–490. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00279-2>
- Mekonen, Y., & Adarkwah, M. (2022). Volunteers in the COVID-19 pandemic era: Intrinsic, extrinsic, or altruistic motivation? Postgraduate international students in China. *Journal of Social Service Research*, 48(2), 147–162. <https://doi.org/10.1080/01488376.2021.1978214>
- Nacheva, I. (2019). Self-enhancement and helping behavior: Motivations of volunteers in registration and reception centers for refugees in Bulgaria. *Qualitative Sociology Review*, 15(2), 132–147. DOI: <https://doi.org/10.18778/1733-8077.15.2.09>
- O'Brien, I., Ouschan, R., Jarvis, W., & Soutar, G. (2020). Drivers and relationship benefits of customer willingness to engage in CSR initiatives. *Journal of Service Theory and Practice*, 30(1), 5–29. <https://doi.org/10.1108/JSTP-10-2018-0219>
- Smith, M., Bruner, J., & White, R. (1956). *Opinions and personality*. New York: Wiley.
- Traeger, C., & Alfes, K. (2019). High-performance human resource practices and volunteer engagement: The role of empowerment and organizational identification. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30(5), 1022–1035. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00178-4>
- Worthington, D. L. (2008). Communication skills training in a hospice volunteer training program. *Journal of Social Work in End-of-life & Palliative Care*, 4(1), 17-37. DOI: 10.1080/15524250802072021
- Zainuddin, N., Md Yusof, Z., Jamili, B. Z., & Mansor, R. (2020). Identifying volunteers' motivation: A factor analysis study. *Journal of Science and Mathematics Letters*, 8(1), 57–65. <https://doi.org/10.37134/jsml.vol8.1.7.2020>