

THÁCH THỨC CỦA TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐỐI VỚI LAO ĐỘNG VÀ TIÊU DÙNG DƯỚI GÓC NHÌN KINH TẾ HỌC PHẬT GIÁO

ThS. Nguyễn Văn Tuyền¹, ThS. Đỗ Hoàng Phương², ThS. Lê Dũng Kiên¹¹Trường Đại học Hòa Bình²Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội

Tác giả liên hệ: phuongdh@vnu.edu.vn

Ngày nhận: 15/8/2025

Ngày nhận bản sửa: 18/8/2025

Ngày duyệt đăng: 25/8/2025

DOI: <https://doi.org/10.71192/642853gvtvyw>**Tóm tắt**

Bài viết tập trung phân tích sự giao thoa giữa Kinh tế học Phật giáo (KTHPG), trí tuệ nhân tạo (AI), lao động và tiêu dùng bền vững. Trên nền tảng các nguyên tắc cốt lõi của Phật giáo như chánh niệm, điều độ và tính tương thuộc, KTHPG đề xuất một cách tiếp cận thay thế cho kinh tế học truyền thống, nhấn mạnh sự cân bằng giữa phát triển cá nhân, phúc lợi xã hội và bảo vệ môi trường. Sự phát triển của AI mang lại tiềm năng đổi mới và tối ưu hóa tài nguyên, song, đồng thời, đặt ra những thách thức đối với an ninh việc làm, mức độ hạnh phúc của người lao động, hiện tượng tiêu dùng quá mức và bất bình đẳng trong tiếp cận công nghệ. Dưới lăng kính KTHPG, lao động không chỉ được nhìn nhận như yếu tố sản xuất, mà còn là phương tiện phát triển năng lực cá nhân và cộng đồng. Do vậy, việc ứng dụng AI cần gắn liền với tính đạo đức, minh bạch và công bằng. Các giải pháp được đề xuất bao gồm tái đào tạo kỹ năng, phát triển “AI xanh”, nâng cao nhận thức tiêu dùng và xây dựng môi trường làm việc hỗ trợ sức khỏe tinh thần. Bài viết khẳng định KTHPG có thể đóng vai trò định hướng quan trọng trong việc khai thác AI một cách bền vững, nhân văn và hài hòa.

Từ khóa: Trí tuệ nhân tạo (AI), Phật giáo, lao động và tiêu dùng.

The Challenge of Artificial Intelligence for Labor and Consumption from the Buddhist Economic PerspectiveNguyen Van Tuyen, MA. ¹, Do Hoang Phuong, MA. ², Le Dung Kien, MA. ¹¹Hoa Binh University²University of Economics and Business - VNU

Corresponding Author: phuongdh@vnu.edu.vn

Abstract

The article focuses on analyzing the intersection between Buddhist Economics (BE), Artificial Intelligence (AI), labor, and sustainable consumption. Grounded in the core principles of Buddhism-mindfulness, moderation, and interdependence-BE proposes an alternative approach to conventional economics, emphasizing balance between individual development, social welfare, and environmental protection. The advancement of AI offers potential for innovation and resource optimization, while simultaneously posing challenges to job security, workers' well-being, overconsumption, and inequalities in access to technology. From the perspective of BE, labor is not merely a factor of production but also a means for fostering individual capacity and community development. Therefore, the application of AI must be closely tied to ethical conduct, transparency, and fairness. Proposed solutions include comprehensive reskilling programs, the promotion of “Green AI,” raising consumer awareness, and fostering workplace environments that support mental well-being. The article asserts that BE can serve as an important guiding framework for harnessing AI in a sustainable, humane, and harmonious manner.

Keywords: Artificial Intelligence (AI), Buddhism, Labor and consumption.

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số hiện nay, trí tuệ nhân tạo (AI) đang đóng vai trò trung tâm trong việc định hình lại các lĩnh vực kinh tế, xã hội và đời sống con người. AI mang lại những tiềm năng to lớn trong việc cải thiện năng suất, tối ưu hóa tài nguyên và đổi mới công nghệ. Tuy nhiên, đi kèm với đó là hàng loạt thách thức liên quan đến việc làm, sự bất an nghề nghiệp, tiêu dùng quá mức và sự bất bình đẳng trong tiếp cận công nghệ. Trong bối cảnh này, KTHPG - với nền tảng đạo đức dựa trên chánh niệm, điều độ và tính tương thuộc - nổi lên như một khung lý thuyết có tiềm năng định hướng lại cách con người ứng xử với công nghệ hiện đại. Do đó, nghiên cứu này nhằm đưa ra những ảnh hưởng hai mặt của AI đến lao động và tiêu dùng bền vững, đồng thời, đưa ra các giải pháp dựa trên nguyên lý KTHPG. Thông qua đó, nhóm tác giả mong muốn nhấn mạnh vai trò của đạo đức, lòng trắc ẩn và sự cân bằng trong việc điều phối sự phát triển công nghệ hướng tới một xã hội hài hòa, nhân văn và bền vững hơn cho cả hiện tại và tương lai.

2. Tổng quan nghiên cứu

Phật giáo, như một truyền thống triết học và tâm linh phong phú, ngày càng tham gia vào các vấn đề đương đại liên quan đến phát triển bền vững và giải quyết các thách thức chung của nhân loại. Đứng trước những vấn đề toàn cầu như khủng hoảng khí hậu, xung đột, và bất bình đẳng, các giáo lý và khung đạo đức vốn có trong Phật giáo đang ngày càng thu hút được nhiều sự quan tâm. KTHPG trước hết là sự phản ánh kiến thức về các mối quan hệ kinh tế theo quan điểm của Phật giáo. KTHPG thể hiện một cách tiếp cận mang tính chuyển đổi đối với tư duy kinh tế, dựa trên các nguyên tắc chánh niệm, điều độ và tương liên, vốn là những yếu tố cốt lõi của triết học Phật giáo. Những nguyên tắc này trái ngược với các mô hình kinh tế truyền thống, thường ưu tiên của cải vật chất và lợi ích cá nhân hơn là phúc lợi tập thể và bảo vệ môi trường. Về bản chất, kinh tế Phật giáo chủ trương hướng tới sự cân bằng hài hòa giữa nhu cầu của cá nhân và sức khỏe của hành tinh, nhấn mạnh việc theo đuổi sinh kế bền vững và công bằng. Nó cho rằng mục tiêu cuối cùng của hoạt động kinh tế nên là sự phát triển toàn diện của cá nhân và xã hội, dẫn đến mức độ hạnh phúc và mãn nguyện cao hơn thay vì chỉ tăng trưởng tài chính (Abeydeera và c.s., 2016; Phukamchanoad, 2024).

Một trong những vấn đề trọng tâm tạo nên sự khác biệt giữa Kinh tế học (KTH) chính thống và KTHPG liên quan tới khái niệm “lao động”. Lao động, dưới góc nhìn của Kinh tế học chính thống, là một dạng đầu vào của quá trình sản xuất của cải vật chất. Nói cách khác, lao động ấy được tính toán như một dạng chi phí mà mục tiêu lý tưởng là phải cắt giảm tới mức tối ưu. Sự ứng dụng tự động hóa và máy móc vào sản xuất đã giúp phân chia quá trình sản xuất thành các thao tác hoàn toàn vô nghĩa và không cần nhiều kỹ năng chuyên môn (Schumacher, 1973). Dưới góc độ KTHPG, lao động và công việc mang lại cho con người ba điều: *Thứ nhất*, cơ hội để phát triển khả năng; *Thứ hai*, cơ hội để vượt qua bản ngã bằng cách hợp tác với người khác; và *Thứ ba*, mang tới những hàng hóa và dịch vụ cần thiết cho sự tồn tại hài hòa của một cá nhân. Khía cạnh thứ hai liên quan tới tiêu dùng bền vững, mục tiêu của KTH truyền thống là thỏa mãn tối đa nhu cầu vô hạn của con người, trong khi KTHPG đề cao mục tiêu khiến cho con người trở nên cao đẹp và đạo đức hơn. Một nhà KTHPG không đo lường hạnh phúc và thịnh vượng thông qua mức độ cải thiện vật chất, mà thông qua việc đạt được phúc lợi về cả vật chất và tinh thần ở mức độ tối đa với một mức tiêu thụ tối thiểu (Schumacher, 1973).

Hiện nay, sự ra đời của trí tuệ nhân tạo (AI) mang đến cả thách thức và cơ hội cho lao động và tiêu dùng bền vững. AI có tiềm năng cách mạng hóa các ngành công nghiệp, nâng cao hiệu quả và thúc đẩy sự đổi mới; tuy nhiên, nó đặt ra những câu hỏi quan trọng về việc mất việc làm và những hệ lụy đạo đức của hành vi tiêu dùng. Việc tự động hóa các nhiệm vụ có nguy cơ làm suy yếu an ninh việc làm, đặc biệt đối với những người trong các lĩnh vực kỹ năng thấp, do đó, tạo ra sự căng thẳng giữa tiến bộ công nghệ và sự ổn định việc làm. Ngược lại, khi được điều chỉnh phù hợp với các nguyên tắc của kinh tế Phật giáo, AI có thể tạo điều kiện thuận lợi cho các mô hình tiêu dùng bền vững bằng cách tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên và giảm thiểu chất thải. Hơn nữa, sự liên kết được nhấn mạnh trong tư tưởng Phật giáo cho phép xem xét một cách toàn diện về cách các công nghệ AI ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng và cấu trúc xã hội của chúng ta. Bằng cách khám phá các khía cạnh đạo đức và luân lý vốn có trong các hoạt động kinh tế, được định hình bởi các giáo lý Phật giáo như Bát Chánh Đạo và nguyên tắc tương liên, bài viết này nhằm mục đích điều tra những tác động

của AI đối với an ninh việc làm và tiêu dùng bền vững và tìm cách giải quyết các câu hỏi then chốt về việc triển khai AI một cách đạo đức trong các hệ thống kinh tế-xã hội và sự phù hợp của nó với các hoạt động bền vững (Camaréna, 2021; Sharma và c.s., 2023).

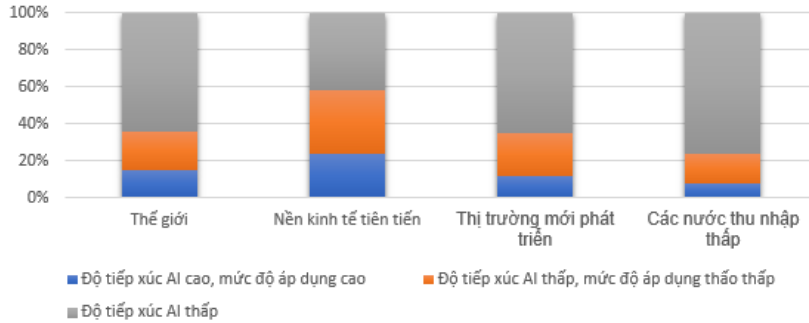
3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Tác động của trí tuệ nhân tạo tới việc làm và sự hạnh phúc trong công việc

Sự phát triển vượt bậc của trí tuệ nhân tạo (AI) đang định hình lại sâu sắc

thị trường lao động trên toàn cầu, mang đến cả thách thức và cơ hội liên quan đến sự đảm bảo việc làm và mức độ hạnh phúc của người lao động. Tính hai mặt trong tác động của AI nhấn mạnh một thực tế phức tạp: trong khi công nghệ này có thể thay thế một số công việc, đặc biệt là trong các lĩnh vực kỹ năng thấp, thì nó đồng thời tạo ra các cơ hội việc làm mới đòi hỏi kỹ năng nâng cao và khả năng thích ứng.

Biểu đồ 1. Tác động của AI tới việc làm

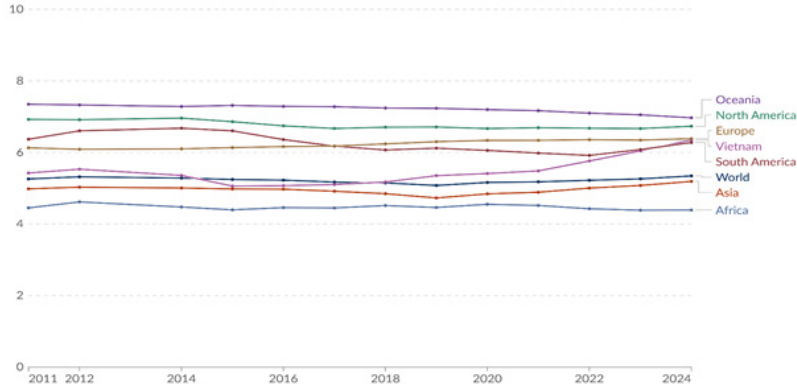


Nguồn: IMF, 2024

AI và tự động hóa có thể gây ra tình trạng thất nghiệp đáng kể, một số nghiên cứu cho thấy 50% số lượng công việc hiện tại có thể hoàn toàn bị thay thế bởi AI trong tương lai gần (Jouen & Caremier, 2000). Viễn cảnh thứ hai có thể xảy ra là AI sẽ không hoàn toàn thay thế con người ngay cả trong những công việc theo quy trình có thể tự động hóa, thay vào đó, AI sẽ bổ sung thêm các giá trị và nâng cao hiệu quả hoạt động của con người. Nói cách khác, con người sẽ cần phải thay đổi và thích nghi để có thể hợp tác được với máy móc (Frey, 2021). Bằng chứng cho thấy các lĩnh vực

sử dụng các tác vụ lặp đi lặp lại và mang tính quy trình dễ bị tự động hóa hơn, với những hệ lụy đáng kể đối với việc mất việc làm. Các nghiên cứu chỉ ra rằng những người đảm nhận các vai trò này có thể trải qua tình trạng bất an và căng thẳng do sự trỗi dậy của công nghệ AI (Liu, 2024; Soueidan & Shoghari, 2024). Việc tích hợp AI vào nơi làm việc không chỉ nâng cao năng suất, mà còn làm tăng sự cạnh tranh cho những công việc còn lại, thường xung đột với các yếu tố tâm lý của người lao động liên quan đến an ninh việc làm (Jetha và c.s., 2023; Wang, 2024).

Biểu đồ 2. Mức độ hài lòng và hạnh phúc của người lao động giai đoạn 2011-2024



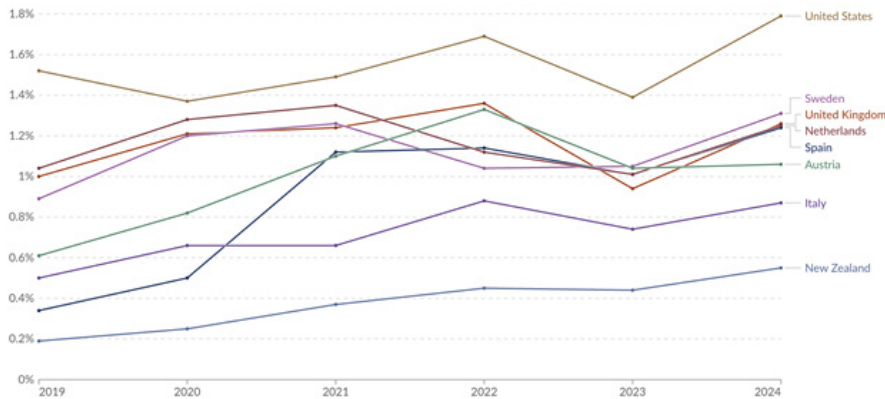
Chú thích: Điểm trung bình của các phản hồi khảo sát. Câu hỏi khảo sát yêu cầu người trả lời đánh giá vị trí hiện tại của họ trên một thang điểm giả định, trong đó, cuộc sống tốt nhất có thể đạt được là 10, và cuộc sống tối thiểu có thể đạt được là 0.

Nguồn: Wellbeing Research Centre, 2025

Bên cạnh đó, nhận thức về AI như một mối đe dọa việc làm có thể gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đến tinh thần làm việc và sự hạnh phúc trong công việc của người lao động. Trong bối cảnh chuyển đổi số, người lao động thường trải qua tình trạng căng thẳng do áp lực hiệu suất gia tăng và mất quyền tự chủ trong công việc do tích hợp AI (Brougham & Haar, 2017; Jetha và c.s., 2023). Sự tương tác qua lại giữa sự

bất an trong công việc và sự kỳ vọng của người chủ đối với người lao động khiến cho mối liên kết giữa người lao động và tổ chức đang ngày càng trở nên mong manh, đặc biệt là dưới thách thức của AI (Wang, 2024). Ngay cả với những nhân viên có trình độ cao và thường xuyên tương tác với tiến bộ công nghệ cũng cho thấy sự bất an về an ninh việc làm của mình (Brougham & Haar, 2017).

Biểu đồ 3. Tỷ lệ việc làm về trí tuệ nhân tạo trong tổng số các bài đăng tuyển dụng



Ghi chú: Một bài đăng tuyển dụng được coi là việc làm liên quan đến AI nếu nó yêu cầu một hoặc nhiều kỹ năng AI, ví dụ: “xử lý ngôn ngữ tự nhiên”, “mạng nơ-ron”, “học máy” hoặc “robot”.

Nguồn: Lightcast via AI Index Report, 2025

Nhân viên có hiểu biết và gắn kết nhiều hơn với những tiến bộ công nghệ có xu hướng báo cáo những lo ngại gia tăng về an ninh việc làm của họ, đặc biệt khi họ nhận ra tiềm năng tự động hóa có thể thay thế vai trò của con người (Brougham & Haar, 2017). Do đó, trong khi AI có thể dẫn đến sự xói mòn an ninh việc làm truyền thống, thì việc quản lý thích hợp có thể đóng góp tích cực vào sự hài lòng trong công việc và năng suất nếu đi kèm với đào tạo đầy đủ và tập trung vào các chiến lược triển khai AI có đạo đức trong các tổ chức (Rama Padmaja & Lakshminarayana, 2024).

3.2. Tác động của trí tuệ nhân tạo tới tiêu dùng bền vững

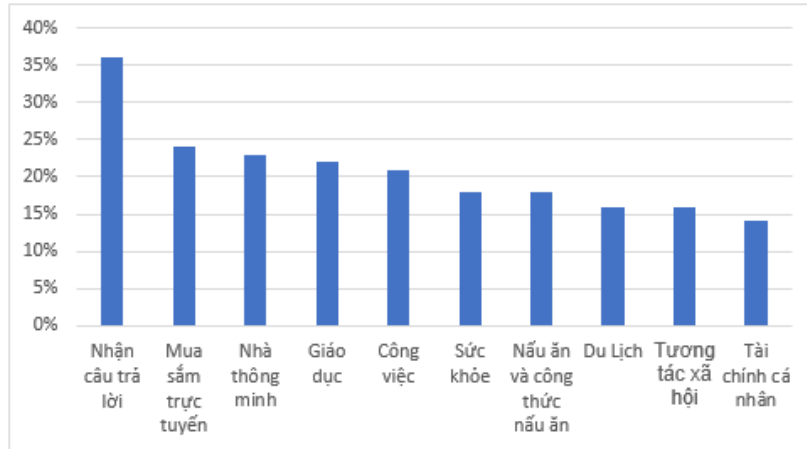
Vấn đề thứ hai cần phải khảo sát là sự tác động của AI tới tiêu dùng bền vững, phản ánh sự tương tác phức tạp giữa thỏa mãn nhu cầu vô hạn của con người, đạo đức và các cấu trúc kinh tế-xã hội. Dựa trên quan điểm KTHPG, vốn nhấn mạnh sự tỉnh thức, điều độ và tính liên kết của mọi sinh vật, chúng ta có thể đánh giá một cách nghiêm túc cách AI vừa có thể hỗ trợ vừa cản trở các hoạt động tiêu dùng bền vững.

Thứ nhất, việc triển khai các công nghệ AI trong chuỗi cung ứng có thể tối ưu hóa hiệu quả sử dụng tài nguyên, từ đó, giảm tác động môi trường tổng thể. Ví dụ, tối ưu hóa số học dựa trên AI đã chứng minh tiềm năng đáng kể trong việc giảm lượng khí thải carbon trong các ngành công nghiệp như thời trang bằng cách cải thiện hiệu quả năng lượng, giảm thiểu chất thải và quản lý tài nguyên một cách thận trọng hơn (Donthi và c.s., 2024). Điều này phù hợp với các nguyên tắc Phật giáo nhấn mạnh tầm quan trọng của việc giảm tiêu thụ không cần thiết và nhận biết bản chất tương thuộc của toàn bộ hệ sinh thái. Tuy nhiên, lượng khí thải carbon liên quan đến mức tiêu thụ năng lượng của chính AI và quá trình sản xuất ra các trang thiết bị phục vụ cho AI lại đặt ra một thách thức đáng kể khác. Như Naeeni và Nouhi đã nhấn mạnh, tác động môi trường, đặc biệt là về lượng khí thải nhà kính do các hoạt động AI tạo ra, đòi hỏi phải được xem xét đánh giá một cách cân trọng (Naeeni & Nouhi, 2023). Mâu thuẫn này phản ánh khái niệm “chánh niệm” của Phật giáo, thúc giục chúng ta đánh giá những hệ lụy từ các lựa chọn

công nghệ của mình. Một công nghệ ưu việt có thể cho thấy lợi thế trên một phương diện, nhưng xét trên tổng thể

trong mối liên kết với các chủ thể khác nó lại có thể tạo ra nhiều vấn đề hơn là lợi ích.

Biểu đồ 4. Tác động của AI đối với tiêu dùng hiện nay

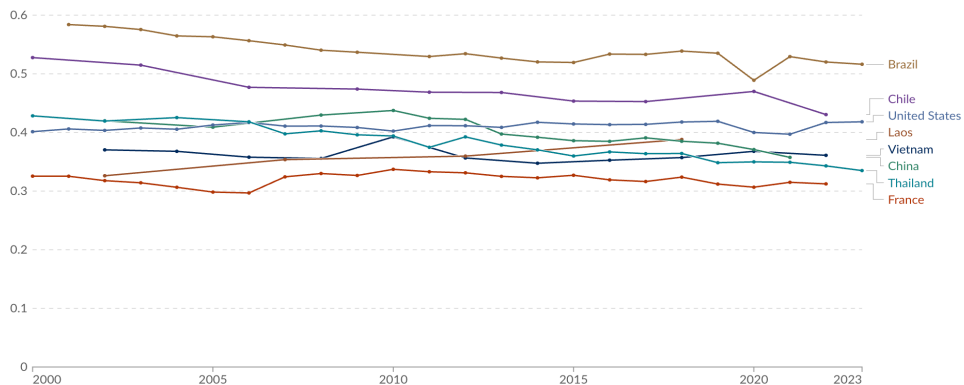


Nguồn: Katharina Graeser, 2023

Thứ hai, trong khi AI có thể thúc đẩy các hoạt động bền vững, nó cũng gây ra rủi ro về tiêu thụ quá mức và “tẩy xanh” (greenwashing), đặc biệt khi các tập đoàn tận dụng AI để thao túng hành vi của người tiêu dùng hướng tới những lựa chọn không bền vững. Như Kindylidi và Cabral đã chỉ ra, mặc dù AI có thể thúc đẩy tính minh bạch trong các sáng kiến bền vững, nhưng

vẫn tồn tại xu hướng các công ty sử dụng các chiến thuật “tẩy xanh” - đánh lừa người tiêu dùng về tính bền vững của sản phẩm thông qua các chiến lược tiếp thị hỗ trợ bởi AI (Kindylidi & Cabral, 2021). Điều này làm nổi bật sự thiếu tính thực trong các hoạt động của công ty, mà theo quan điểm Phật giáo, có thể dẫn đến đau khổ cho cả môi trường và xã hội.

Biểu đồ 5. Hệ số Gini đo lường bất bình đẳng tính theo thu nhập trước thuế



Ghi chú: Hệ số Gini đo lường bất bình đẳng trên thang điểm từ 0 đến 1. Giá trị càng cao cho thấy bất bình đẳng càng lớn. Bất bình đẳng được đo lường ở đây theo thu nhập trước thuế và phúc lợi.

Nguồn: World Bank Poverty and Inequality Platform, 2025

Thứ ba, việc tiếp cận không bình đẳng với các công nghệ AI có thể làm trầm trọng thêm sự bất bình đẳng toàn cầu, tạo ra những thách thức trong các mô hình tiêu dùng bền vững. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng các quốc gia đang phát triển thường bỏ lỡ những lợi ích của các công nghệ tiên tiến do các

rào cản kinh tế (Dubey & Alam, 2024). Vấn đề này liên quan chặt chẽ đến giáo lý về tính tương thuộc của Phật giáo; hạnh phúc của một cộng đồng gắn liền trực tiếp với hạnh phúc của những cộng đồng khác, cho thấy rằng việc tiếp cận công bằng với AI là cần thiết để thúc đẩy sự bền vững toàn cầu.

4. Một số giải pháp dưới góc nhìn của kinh tế học Phật giáo

KTHPG có tiềm năng trở thành một con đường Trung đạo giữa một bên là chủ nghĩa duy vật đề cao vật chất và một bên là những con người đề cao tính bất động và hài hòa của truyền thống. Nói một cách khác, đó là, chìa khóa và công thức để con người và xã hội có thể tìm ra “Chánh mạng” của chính mình, cùng nhau xây dựng một xã hội bình đẳng, bác ái, và bền vững. Với nền tảng đạo đức và nguyên tắc của Phật giáo, KTHPG thể hiện được khả năng lý giải những đau khổ và phiền não của con người dù đời sống vật chất đang ngày càng được cải thiện. Bên cạnh đó, KTHPG cũng thể hiện tiềm năng trong việc đưa ra những giải pháp góp phần giải quyết những vấn nạn toàn cầu hiện nay như biến đổi khí hậu, thất nghiệp, và khủng hoảng kinh tế. Giải pháp nằm ở con đường Trung đạo, gắn liền kinh tế với đạo đức, phát triển bền vững với lối sống biết đủ. Đứng trước tiềm năng và thách thức của các công nghệ mới và đột phá như công nghệ AI, hơn bao giờ hết, con người cần phải quay trở lại với những nguyên tắc căn bản và đặc biệt là các giá trị đạo đức. Thông qua đó, chúng ta sẽ cùng nhau xây dựng một cộng đồng toàn cầu bền vững và hạnh phúc hơn.

Khi trí tuệ nhân tạo (AI) tiếp tục được tích hợp và chuyển đổi nơi làm việc, việc giải quyết các thách thức đi kèm liên quan đến an ninh việc làm và sự hài lòng của nhân viên là vô cùng quan trọng. Các nguyên tắc của KTHPG - dựa trên chánh niệm, điều độ và tương thuộc - cung cấp các giải pháp giá trị để điều hướng những vấn đề phức tạp liên quan đến việc áp dụng AI. Các giải pháp này nhấn mạnh sự tham gia có đạo đức vào công nghệ, thúc đẩy phúc lợi cho tất cả các bên liên quan và nuôi dưỡng các hoạt động bền vững. Việc triển khai AI một cách chiến lược phải bao gồm việc tạo ra một môi trường giải quyết những khoảng trống trong khả năng kỹ năng trên thị trường lao động để chuẩn bị cho người lao động cho các danh mục công việc mới nổi (Adhikari & Hamal, 2024).

Một số giải pháp giúp giảm thiểu các tác động tiêu cực của AI đối với người lao động có thể kể tới như: (i) triển khai các chương trình đào tạo và tái đào tạo toàn diện có thể trang bị cho nhân viên các kỹ năng cần thiết để thích ứng với công nghệ AI. Giải pháp này phù hợp với tinh thần học tập suốt đời và tự hoàn thiện của Phật giáo, thúc đẩy sự phát triển cá nhân và tập thể. Bằng cách đầu tư vào sự phát triển

của nhân viên, các tổ chức có thể chuyển đổi những mối đe dọa bị coi là sự thay thế công việc thành cơ hội thăng tiến nghề nghiệp và đa dạng hóa kỹ năng; (ii) các công ty có thể thiết lập các chính sách minh bạch ưu tiên việc sử dụng AI một cách có đạo đức, đảm bảo rằng những lợi ích thu được từ các công nghệ này được phân phối công bằng giữa tất cả các bên liên quan. Cách tiếp cận này không chỉ giảm thiểu sự bất an về việc làm mà còn khuyến khích sự hiểu biết toàn diện hơn về việc tạo ra giá trị, phù hợp với sự tập trung của KTHPG vào phúc lợi của các cá nhân và cộng đồng (Abeydeera và c.s., 2016); (iii) việc tạo ra một môi trường coi trọng sức khỏe tinh thần và cảm xúc có thể giảm bớt đáng kể sự bất an về việc làm. Các tổ chức có thể triển khai các chương trình chánh niệm và các nguồn lực về sức khỏe tâm thần, đáp ứng giá trị cốt lõi về lòng trắc ẩn của Phật giáo và tầm quan trọng của việc chăm sóc bản thân và người khác. Bằng cách tăng cường khả năng phục hồi về mặt cảm xúc giữa các nhân viên, các tổ chức có thể tạo ra một môi trường làm việc an toàn và hỗ trợ hơn, có lợi cho sự hài lòng trong công việc.

Về tác động của AI tới tiêu dùng bền vững, cần xây dựng một khuôn khổ toàn diện trong việc ứng dụng “AI Xanh”, trong đó, cần bao gồm cả các khía cạnh môi trường, năng lượng, xã hội và kinh tế. Cần gắn liền các công nghệ AI đóng góp tích cực vào các mục tiêu bền vững (Tabbakh và c.s., 2024). Điều này phù hợp với KTHPG, ủng hộ mối quan hệ cân bằng với công nghệ, trong đó, phúc lợi tập thể được ưu tiên hơn là chỉ tối đa hóa lợi nhuận. Hơn nữa, điều cần thiết là phải nuôi dưỡng một văn hóa nhận thức và trách nhiệm trong việc sử dụng AI giữa người tiêu dùng và các tập đoàn. Kết quả từ các nghiên cứu ứng dụng chỉ ra rằng khi người tiêu dùng được giáo dục tốt hơn về những hệ lụy môi trường từ các lựa chọn tiêu dùng của họ, được tạo điều kiện bởi AI, họ có xu hướng đưa ra những quyết định bền vững hơn (Naeeni, 2023). Do đó, tăng cường nhận thức của người tiêu dùng là điều cần thiết để thúc đẩy các mô hình tiêu dùng có ý thức, một nguyên tắc cốt lõi của triết học Phật giáo.

Tóm lại, các thách thức mà AI mang lại đối với lao động và tính bền vững trong tiêu dùng hoàn toàn có thể được giải quyết một cách triệt để thông qua các nguyên tắc và lăng kính của KTHPG và giáo lý của đạo Phật. Thông qua các hoạt động giáo

dục, đối thoại, và các khuôn khổ hành động thống nhất giữa người dân, doanh nghiệp, và các chính phủ, chúng ta hoàn toàn có thể định hướng công nghệ phục vụ cho sự phát triển bền vững và nâng cao phẩm giá của con người. Những giải pháp này không chỉ phù hợp với các nguyên tắc của Phật giáo, mà còn mở đường cho một xã hội công bằng và hài hòa hơn trong bối cảnh lực lượng lao động đang phát triển nhanh chóng.

5. Kết luận

Sự phát triển nhanh chóng của trí tuệ nhân tạo đang đặt ra những câu hỏi căn bản về vai trò của con người trong nền kinh tế hiện đại, cũng như về định hướng tiêu dùng trong một thế giới ngày càng phụ thuộc vào công nghệ. Dưới góc nhìn của KTHPG, AI không chỉ là công cụ phục vụ tăng trưởng, mà còn là nhân tố ảnh hưởng sâu sắc đến

phúc lợi con người, sự hài hòa xã hội và sự bền vững của môi trường. Những thách thức như thất nghiệp, tiêu dùng quá mức và bất bình đẳng trong tiếp cận công nghệ hoàn toàn có thể được giải quyết nếu quá trình triển khai AI được gắn liền với các nguyên tắc đạo đức, chánh niệm và lòng từ bi. Trong khuôn khổ nghiên cứu này, lao động không đơn thuần là yếu tố sản xuất, mà còn là con đường nuôi dưỡng năng lực cá nhân và đóng góp cho cộng đồng. Do đó, ứng dụng AI cần đi đôi với các giá trị về minh bạch, công bằng và trách nhiệm xã hội. Những giải pháp như đào tạo lại kỹ năng, phát triển công nghệ “AI xanh”, nâng cao nhận thức tiêu dùng và xây dựng môi trường làm việc hỗ trợ tinh thần chính là những bước đi thiết thực nhằm hiện thực hóa một nền kinh tế hài hòa, nhân văn và bền vững.

Tài liệu tham khảo

- Abeydeera, S., Tregidga, H., & Kearins, K. (2016). Sustainability Reporting - More Global Than Local? *Meditari Accountancy Research*. <https://doi.org/10.1108/medar-09-2015-0063>.
- Adhikari, P., & Hamal, P. (2024). *Impact and Regulations of AI on Labor Market and Employment in USA*. <https://doi.org/10.20944/preprints202407.0906.v1>.
- Brougham, D., & Haar, J. (2017). Smart Technology, Artificial Intelligence, Robotics, and Algorithms (STARA): Employees' Perceptions of Our Future Workplace. *Journal of Management & Organization*. <https://doi.org/10.1017/jmo.2016.55>.
- Camaréna, S. (2021). Engaging With Artificial Intelligence (AI) With a Bottom-Up Approach for the Purpose of Sustainability: Victorian Farmers Market Association, Melbourne Australia. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su13169314>.
- Donthi, R., Lakshmi, B., Srinivas, G., Sudhakar, S., Koneru, H. P., & Yekula, P. K. (2024). AI-Driven Numerical Optimization for Carbon Footprint Reduction and Sustainable Supply Chain Management in the Fashion Industry. *South Eastern European Journal of Public Health*. <https://doi.org/10.70135/seejph.vi.2023>.
- Dubey, S. P., & Alam, S. (2024). Corporation's Greening Strategies: Overlooking the Negative Implications of AI's Contributions? *SHS Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202419401007>.
- Frey, P. (2021). *Visions of automation: A comparative discussion of two approaches*. *Societies*, 11 (2), 63.
- IMF. (2024). *AI Will Transform the Global Economy. Let's Make Sure It Benefits Humanity*. <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2024/01/14/ai-will-transform-the-global-economy-lets-make-sure-it-benefits-humanity>.
- Jetha, A., Bakhtari, H., Rosella, L. C., M. Gignac, M. A., Biswas, A., Shahidi, F. V., Smith, B. T., Smith, M. J., Mustard, C., Khan, N., Arrandale, V. H., Loewen, P. J., Zuberi, D., Dennerlein, J. T., Bonaccio, S., Wu, N., Irvin, E., & Smith, P. (2023). Artificial Intelligence and the Work-health Interface: A Research Agenda for a Technologically Transforming World of Work. *American Journal of Industrial Medicine*. <https://doi.org/10.1002/ajim.23517>.
- Jouen, M., & Caremier, B. (2000). *The Future of Work*. Kogan Page Publishers.
- Katharina Graeser. (2023). AI's impact on consumer behavior and how to increase brand value. *Skim Group*. <https://skimgroup.com/blog/ai-research-new-insights-impact-consumer-behavior-increase-brand-value/>.
- Kindylidi, I., & Cabral, T. S. (2021). Sustainability of AI: The Case of Provision of Information to Consumers. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su132112064>.
- Lightcast via AI Index Report. (2025). *Share of artificial intelligence jobs among all job postings*. <https://ourworldindata.org/grapher/share-artificial-intelligence-job-postings>.

Liu, J. (2024). The Impact of the Development of Artificial Intelligence on Unemployment Rates. *Advances in Economics Management and Political Sciences*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/121/20242410>.

Naeeni, S. K. (2023). Sustainability and AI: Prioritizing Environmental Considerations in Tech Advancements. *Aitechbesosci*. <https://doi.org/10.61838/kman.aitech.1.3.1>.

Naeeni, S. K., & Nouhi, N. (2023). The Environmental Impacts of AI and Digital Technologies. *Aitechbesosci*. <https://doi.org/10.61838/kman.aitech.1.4.3>.

Phukamchanoad, P. (2024). The Stability of Buddhism and Persistence of a Sufficient Living of the Laotians Make Self-Immunity to Changing Socio-Cultural in the Urbanity of Vientiane, Lao PDR. *Journal of Ecohumanism*. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4725>.

Rama Padmaja, C. V., & Lakshminarayana, S. (2024). The Rise of AI: A Comprehensive Research Review. *Iaes International Journal of Artificial Intelligence (Ij-Ai)*. <https://doi.org/10.11591/ijai.v13.i2.pp2226-2235>.

Schumacher, E. F. (1973). *Small is beautiful: Economics as if people mattered*. London: Blond & Briggs.

Sharma, D., Sahoo, S., Kumar, A., Huisingh, D., & Sharma, D. (2023). Corporate Nirvana: The Buddhist Way to Social Sustainability and Business Innovation. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.3417>.

Soueidan, M. H., & Shoghari, R. (2024). The Impact of Artificial Intelligence on Job Loss: Risks for Governments. *Technium Social Sciences Journal*. <https://doi.org/10.47577/tssj.v57i1.10917>.

Tabbakh, A., Amin, A., Islam, M., Mahmud, G., Chowdhury, I. K., & Hossain Mukta, Md. S. (2024). Towards Sustainable AI: A Comprehensive Framework for Green AI. *Discover Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00641-4>.

Wang, J. R. (2024). Impact of Artificial Intelligence Adoption on the Psychological Contract and Job Satisfaction of Chinese Employees - The Moderator Role of Industry Characteristics. *Hc*. <https://doi.org/10.61173/pkmf8z05>.

Wellbeing Research Centre. (2025). *Self-reported life satisfaction*. <https://ourworldindata.org/grapher/happiness-cantril-ladder?tab=line>.

World Bank Poverty and Inequality Platform. (2025). *Gini coefficient*. Ourworldindata. <https://ourworldindata.org/explorers/inequality-wb?tab=line&Indicator=Gini+coefficient&Household+survey+data+type=Show+data+from+both+income+and+consumption+surveys&Show+breaks+between+less+comparable+surveys=false&country=CHL~BRA~ZAF~USA~FRA~CHN>.