TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Trường học lấy gì để xây dựng thương hiệu?

06:50 09/09/2026

Một trường học có cơ sở vật chất tốt, nhiều học sinh giỏi, tỷ lệ tốt nghiệp cao, thường xuyên xuất hiện với những thành tích đáng chú ý. Chừng ấy đã đủ để gọi là một trường có thương hiệu? Có lẽ chưa. Bởi điều một cơ sở giáo dục công bố về mình và điều học sinh, phụ huynh thực sự nhận được không phải lúc nào cũng hoàn toàn giống nhau. Khoảng cách giữa hai điều ấy càng nhỏ, uy tín càng lớn; khoảng cách càng xa, những thành tích đẹp đến đâu cũng khó bù đắp được sự suy giảm niềm tin.



Trường học lấy gì để xây dựng thương hiệu?

## Thương hiệu không thể do nhà trường tự chấm điểm

Một cơ sở giáo dục có thể công bố nhiều chỉ số: Tỷ lệ học sinh khá, giỏi; số giải thưởng; kết quả thi; đội ngũ giáo viên; cơ sở vật chất; các hoạt động giáo dục... Nhưng những con số ấy chưa tự trả lời được câu hỏi chất lượng thực tế bên

trong nhà trường như thế nào.

Phụ huynh còn cần biết con mình được học ra sao, điểm số có phản ánh đúng năng lực hay không, bữa ăn bán trú có tương xứng với số tiền đã đóng, môi trường học đường có thực sự an toàn và khi quyền lợi của học sinh bị ảnh hưởng thì nhà trường giải quyết thế nào. Đó mới là những phép thử khó hơn đối với uy tín của một cơ sở giáo dục.

Thông tư số 09/2024/TT-BGDĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về công khai trong hoạt động của các cơ sở giáo dục thuộc hệ thống giáo dục quốc dân đã đặt vấn đề khá rõ: Công khai để người học, gia đình người học và xã hội biết, tham gia giám sát hoạt động của cơ sở giáo dục; đồng thời tăng cường trách nhiệm giải trình.

Ở góc độ thương hiệu, điều này gợi ra một nguyên tắc quan trọng: Công khai chỉ có ý nghĩa khi thông tin đủ để đối chiếu giữa điều nhà trường công bố và điều người học thực sự nhận được.

Một trường khẳng định chất lượng giáo dục tốt thì kết quả đó phải có cơ sở để kiểm chứng. Một trường nói quản lý minh bạch thì những khoản tiền liên quan trực tiếp đến phụ huynh, học sinh phải có thể giải thích được. Một trường khẳng định xây dựng môi trường học đường an toàn thì khi xảy ra bạo lực, xã hội có quyền nhìn vào khả năng phát hiện, phòng ngừa và xử lý của chính nhà trường.Thương hiệu bắt đầu có giá trị khi những lời cam kết có thể kiểm chứng.



Trường Tiểu học Trương Nữ Vương, phường Hải Vân, TP. Đà Nẵng.

**Một suất cơm, một điểm số cũng là phép thử**

Hãy thử nhìn câu chuyện từ những việc rất nhỏ. Phụ huynh đóng một khoản tiền cho bữa ăn bán trú của con mình. Điều họ cần không chỉ là một lời khẳng định rằng bữa ăn đủ dinh dưỡng, bảo đảm an toàn, mà còn là những thông tin có thể kiểm chứng: Suất ăn có giá bao nhiêu, thực phẩm được mua từ đâu, khẩu phần thực tế thế nào, ai kiểm tra việc giao nhận và ai chịu trách nhiệm nếu chất lượng không đúng cam kết?

Nếu những thông tin cơ bản ấy không rõ, vấn đề không còn nằm riêng ở một suất cơm. Đó là vấn đề về cách nhà trường quản lý tiền của phụ huynh và trách nhiệm đối với học sinh.

Điểm số cũng vậy. Một con điểm vốn chỉ là kết quả của một lần đánh giá. Nhưng nếu điểm số bị sửa, học bạ được làm đẹp hoặc thành tích được tạo ra bằng những cách không đúng quy định thì thiệt hại không dừng lại ở vài con số. Thứ bị đặt dấu hỏi lúc đó là độ tin cậy của hệ thống đánh giá.

Một ngôi trường có nhiều học sinh giỏi là điều đáng mừng. Nhưng giá trị của thành tích chỉ bền vững khi xã hội tin rằng những kết quả ấy được tạo ra một cách trung thực.

Bạo lực học đường cũng cần được nhìn theo cách tương tự. Một vụ hai học sinh đánh nhau trước hết là hành vi của những cá nhân cụ thể. Không thể cứ có học sinh đánh nhau là quy toàn bộ trách nhiệm cho nhà trường.

Nhưng câu chuyện sẽ khác nếu mâu thuẫn kéo dài mà không được phát hiện, học sinh từng phản ánh nhưng không được xử lý, bạo lực lặp lại hoặc sau sự việc mục tiêu quan trọng nhất lại là hạn chế thông tin thay vì xác định nguyên nhân và bảo vệ học sinh. Khi đó, một sự việc cá biệt đã trở thành câu hỏi về năng lực quản trị.

Chính tại những thời điểm không thuận lợi như vậy, uy tín của một cơ sở giáo dục thường được bộc lộ rõ hơn lúc trường đang nhận bằng khen.



Lễ khai giảng năm học mới tại Trường THCS Đàm Quang Trung, thuộc phường Hải Vân, TP. Đà Nẵng.

**Đừng nhầm quảng bá với xây dựng thương hiệu**

Các trường ngày nay có website, mạng xã hội và nhiều phương tiện để giới thiệu hoạt động của mình. Việc chủ động cung cấp thông tin, quảng bá thành tích hay xây dựng hình ảnh là nhu cầu bình thường. Nhưng truyền thông có thể giúp nhiều người biết đến một ngôi trường; nó không thể thay thế chất lượng

bên trong ngôi trường ấy.

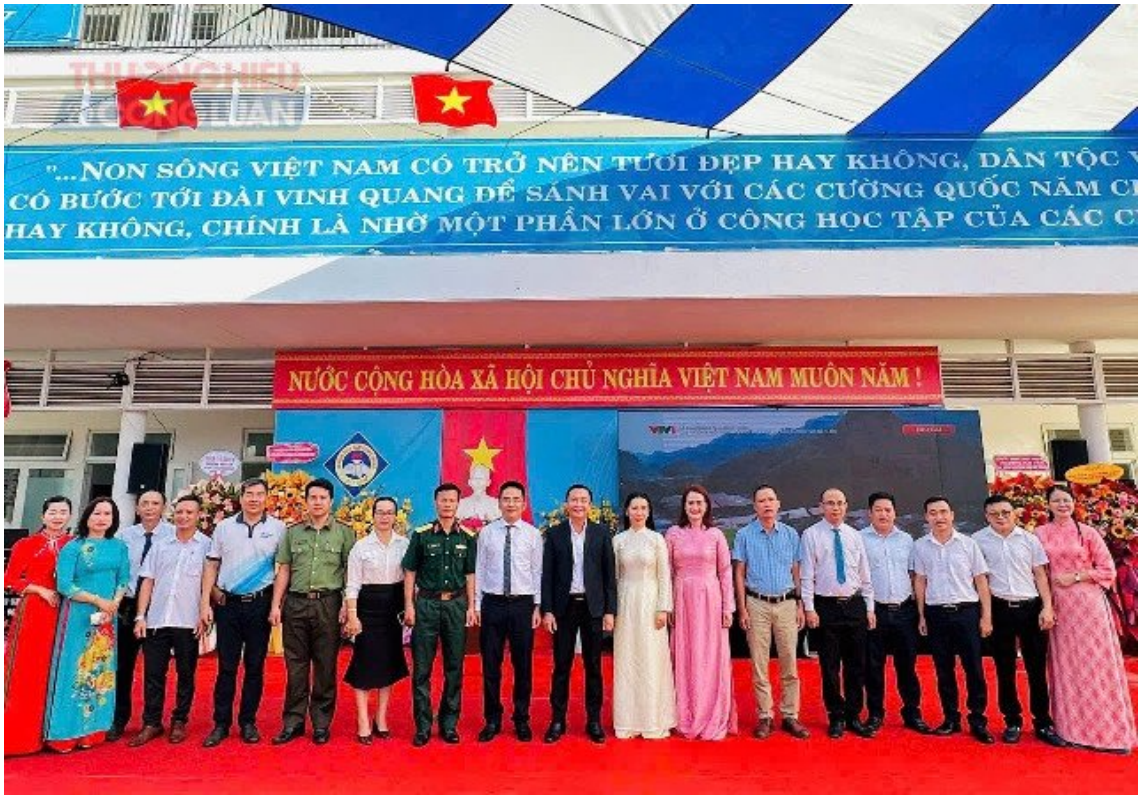
Nếu chất lượng tốt, truyền thông giúp giá trị đó được biết đến rộng hơn. Nếu chất lượng có vấn đề, một hình ảnh đẹp cũng khó tồn tại lâu khi thực tế đi theo hướng khác.

Thương hiệu giáo dục vì thế không nên được hiểu đơn giản là làm cho tên tuổi một trường trở nên nổi tiếng. Điều quan trọng hơn là khi tên trường được nhắc đến, phụ huynh và xã hội liên tưởng đến điều gì, và những liên tưởng ấy có được tạo nên từ trải nghiệm thực tế hay chỉ từ những gì nhà trường tự giới thiệu.

Có những việc rất khó thể hiện trên một tấm pano thành tích: cách giáo viên đối xử với một học sinh học yếu, cách hiệu trưởng tiếp nhận phản ánh của phụ huynh, cách một khoản tiền được công khai hay cách nhà trường xử lý khi phát hiện người của mình làm sai. Nhưng chính những việc ấy lại có khả năng quyết định phụ huynh còn tin vào nhà trường hay không.

Không nên đánh giá thương hiệu của một trường chỉ bằng việc trường đó có xảy ra sự cố hay không. Trường học là một cộng đồng gồm rất nhiều con người; sai sót và xung đột có thể xảy ra. Điều cần xem xét là hệ thống quản trị phản ứng thế nào sau đó.

Nếu một giáo viên làm sai và nhà trường phát hiện, xử lý đúng quy định, bảo vệ quyền lợi học sinh, công khai những thông tin cần thiết và sửa những lỗ hổng quản lý đã dẫn đến sai phạm thì một lỗi cá nhân chưa nhất thiết phải trở thành sự mất uy tín của cả cơ sở giáo dục. Ngược lại, một sai phạm ban đầu không lớn nhưng bị che giấu, bao biện hoặc xử lý thiếu minh bạch có thể khiến câu chuyện chuyển sang một cấp độ khác.



Lễ khai giảng năm học mới tại Trường THCS Đàm Quang Trung, thuộc phường Hải Vân,TP. Đà Nẵng

Khi ấy, câu hỏi của phụ huynh không còn chỉ là ai đã làm sai, mà họ có thể tin vào cách ngôi trường này giải quyết những việc liên quan đến con mình hay không. Đó là ranh giới giữa một sự cố riêng lẻ và một vấn đề về thương hiệu.

Bởi vậy, giá trị của minh bạch không được kiểm nghiệm rõ nhất khi mọi chuyện đang tốt đẹp, mà chính vào lúc xuất hiện điều một cơ sở giáo dục không muốn xảy ra.

Nếu phải tìm một thước đo chung cho thương hiệu trường học, có lẽ không nên bắt đầu bằng số lượng danh hiệu. Điều đáng quan tâm hơn là khoảng cách giữa thông tin nhà trường công bố và thực tế người học nhận được: Chất lượng đào tạo có đúng như công bố, điểm số có đáng tin, các khoản tiền có minh bạch, bữa ăn có tương xứng, học sinh có được bảo đảm an toàn và nhà trường có sẵn sàng giải trình khi xảy ra vấn đề hay không?.

Vì vậy, thay vì chỉ hỏi một trường đã xây dựng hình ảnh của mình tốt đến đâu, có lẽ cần thêm một câu hỏi khác: Những gì nhà trường nói về mình, phụ huynh và xã hội có thể kiểm chứng được đến đâu?

Khoảng cách ấy càng nhỏ, niềm tin càng có cơ sở. Khoảng cách càng lớn, thương hiệu càng trở nên mong manh.

Một cơ sở giáo dục cần thành tích. Nhưng thành tích chỉ thực sự góp phần tạo nên thương hiệu khi xã hội tin vào cách nó được tạo ra.

**Hoàng Hữu Quyết - Đình Lương**