

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Võ Thị Ngọc Thúy, Phùng Thanh Bình và Nguyễn Hồng Uyên** - Lợi thế cạnh tranh từ liên kết du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành Đồng bằng sông Cửu Long. **Mã số: 159.1TRMg.11** 3
- The competitive advantage of tourism linkages between Ho Chi Minh City and 13 provinces and cities in the Mekong Delta*
- 2. Phan Chí Anh và Nguyễn Thu Hà** - Vai trò của hợp tác liên tổ chức và chia sẻ thông tin trong việc nâng cao tính linh hoạt chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam. **Mã số: 159.1Deco.11** 18
- The Role of Inter-organizational Sharing in Improving Supply Chain Flexibility for Vietnamese Manufacturing Enterprises*
- 3. Nguyễn Thị Ngọc Diễm và Nguyễn Thị Lanh** - Các yếu tố tác động đến rủi ro thanh khoản của các ngân hàng thương mại Việt Nam. **Mã số: 159.1FiBa.11** 27
- Key Factors Influencing the Liquidity Risk of Commercial Banks in Vietnam*

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Bùi Hữu Đức và Bùi Khánh Linh** - Trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng trong kinh doanh khách sạn: nghiên cứu điển hình tại Tập đoàn khách sạn Mường Thanh. **Mã số: 159.2TrEM.22** 39
- Social Responsibility Towards the Community in the Hotel Industry: A Case Study of Muong Thanh Hotel Group*
- 5. Trương Thị Ngọc Thuýên và Đoàn Thu Phương** - Tác động của hoạt động thân thiện với môi trường đến hình ảnh thương hiệu và thái độ của người tiêu dùng. **Mã số: 159.2BMkt.21** 52
- Impact of Eco-Friendly Activities on Brand Image and Consumer Attitude*

- 6. Trần Thị Bích Hằng và Trần Thị Kim Anh** - Các nhân tố tác động đến phát triển nhân lực quản trị tại các doanh nghiệp lữ hành quốc tế của Hà Nội. **Mã số: 159. 2HRMg.21** 62
Factors Affecting the Development of human Resources Referring to Administration Sector at Tourism and Travel Business in Hanoi
- 7. Vũ Thị Thúy Hằng và Đàm Gia Mạnh** - Môi quan hệ giữa thái độ và ý định phát triển mô hình kinh tế chia sẻ của các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ du lịch trực tuyến tại Việt Nam. **Mã số: 159. 2TRMg.21** 78
Research on the Relationship Between Attitude and Intention for the Development Sharing Economy Model of E-Tourism Enterprises in Vietnam
- 8. Phạm Đức Hiếu, Lại Thị Thu Thủy và Nguyễn Thị Hồng Lam** - Công bố thông tin kế toán nguồn nhân lực của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 159. 2BAcc. 21** 95
Human Resource Accounting Disclosure Among Listed Companies in Vietnam: An Empirical Study

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 9. Phạm Thị Huyền, Trần Quế Nhi, La Gia Long, Doãn Hà My và Vũ Tiến Đức** - Covid-19 và các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ sẵn sàng chuyển đổi số trong học tập của sinh viên tại Việt Nam. **Mã số: 159. 3OMIs.31** 105
Covid-19 and Factors Influencing Readiness of Vietnam's Students for Digital Transformation in Education

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐỐI VỚI CỘNG ĐỒNG TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN: NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH TẠI TẬP ĐOÀN KHÁCH SẠN MƯỜNG THANH

Bùi Hữu Đức

Trường Đại học Thương mại
Email: buihuuduc@tmu.edu.vn

Bùi Khánh Linh

Trường Đại học Thương mại
Email: linhbk97@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 05/09/2021

Ngày nhận lại: 22/10/2021

Ngày duyệt đăng: 25/10/2021

Nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung, trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng nói riêng là xu thế tất yếu trong kinh doanh hiện đại. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã thực sự quan tâm đến vấn đề này, nhưng làm thế nào để thực hiện đầy đủ trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp hướng tới mục tiêu phát triển bền vững lại là một vấn đề không hề đơn giản. Bài viết này tập trung nghiên cứu thực trạng nhận thức và thực thi trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng của Tập đoàn khách sạn Mường Thanh - chuỗi khách sạn tư nhân lớn nhất Việt Nam (và lớn nhất Đông Dương), đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp, kiến nghị tăng cường nhận thức và thực thi trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng, góp phần hướng tới hiện thực hóa mục tiêu kinh doanh bền vững của Tập đoàn trong thời gian tới.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng, Tập đoàn khách sạn Mường Thanh.

JEL Classifications: M14

1. Đặt vấn đề

Nâng cao hiệu quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp (DN) là yếu tố sống còn của các DN nói chung, DN kinh doanh khách sạn nói riêng trong nền kinh tế thị trường; điều đó đòi hỏi các nhà quản trị DN cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp có liên quan, trong đó việc nâng cao nhận thức và thực hiện trách nhiệm xã hội (TNXH) của DN nói chung, TNXH đối với cộng đồng nói riêng là vấn đề có ý nghĩa quan trọng. Nhiều DN kinh doanh khách sạn ở Việt Nam đã bắt đầu quan tâm tới vấn đề này, trong đó có Tập đoàn Khách sạn Mường Thanh (KSMT) - chuỗi khách sạn tư nhân lớn nhất Việt Nam (và được công nhận là chuỗi khách sạn tư nhân lớn nhất Đông Dương ngày 26/4/2019 từ Tổ chức Kỷ lục Đông Dương). Thực trạng nhận thức về

TNXH đối với cộng đồng và quá trình triển khai của Tập đoàn KSMT trong thời gian qua như thế nào? Lãnh đạo Tập đoàn cần phải làm gì để tăng cường nhận thức và nâng cao hiệu quả thực hiện TNXH nói chung, TNXH đối với cộng đồng nói riêng trong thời gian tới? Đó là những câu hỏi đặt ra của nghiên cứu này.

2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

- *Dữ liệu thứ cấp:* Thu nhập từ các nguồn tài liệu của Tập đoàn KSMT và một số khách sạn thành viên.

- *Dữ liệu sơ cấp:* Thu thập từ điều tra trắc nghiệm nhằm đánh giá nhận thức về TNXH đối với cộng đồng của Ban lãnh đạo Tập đoàn và Ban Giám đốc các khách sạn thành viên cùng mức độ thực thi các nội dung TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn qua đánh giá của cán bộ quản lý nhà nước địa phương.

Đối tượng điều tra:

+ Về đánh giá nhận thức: 50 nhà quản trị các cấp thuộc Văn phòng điều hành Tập đoàn và Ban Giám đốc các khách sạn thành viên.

+ Về thực trạng thực thi các nội dung TNXH đối với cộng đồng: 120 cán bộ quản lý nhà nước địa phương nơi có các khách sạn thành viên của Tập đoàn KSMT.

Nội dung điều tra: Xây dựng bảng hỏi điều tra gồm hai nội dung chính, phần một là thông tin chung của đối tượng tham gia khảo sát, phần hai là khảo sát thông tin chi tiết về nhận thức và mức độ thực thi các nội dung TNXH đối với cộng đồng thông qua các câu hỏi. Phần lớn các câu hỏi có 5 lựa chọn với thang điểm tăng dần từ 1-5 điểm (thang đo Likert 5 cấp độ) tương ứng với quan điểm: Rất không đồng ý - Không đồng ý - Trung lập - Đồng ý - Rất đồng ý.

Phương pháp xử lý dữ liệu và phân tích dữ liệu: Các dữ liệu thu thập được xử lý với sự trợ giúp của phần mềm Excel, SPSS 20.0, sau đó tiến hành các phân tích thống kê mô tả, phân tích tổng hợp, phân tích so sánh,... để rút ra các đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp tăng cường TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn KSMT thời gian tới.

3. Lý thuyết cơ bản về trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng của doanh nghiệp

3.1. Khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Mặc dù TNXH của DN (Social Responsibilities of the Businessmen - CSR) mới trở thành chủ đề nghiên cứu trong vài thập kỷ gần đây nhưng ở các góc độ tiếp cận khác nhau, ở mỗi ngành, mỗi tổ chức, DN lại nhìn nhận CSR theo những quan điểm riêng, từ đó có rất nhiều khái niệm khác nhau về CSR. Một khái niệm về TNXH của DN được nhiều nghiên cứu lựa chọn là khái niệm của Carroll (1979, 1991): “TNXH là tất cả các vấn đề kinh tế, pháp lý, đạo đức và lòng từ thiện của một tổ chức mà xã hội mong đợi trong mỗi thời điểm nhất định”. Khái niệm này được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về TNXH, tùy vào tổ chức mà người quản lý có thể chọn vấn đề nào trong bốn mức độ trên. Một khái niệm phổ biến khác về TNXH của DN của Ủy hội Châu Âu (European Commission, 2001) cho rằng các doanh nghiệp tích hợp các mối quan tâm của xã hội và môi trường vào hoạt động kinh doanh của mình - có sự tương tác với các bên liên quan trên

cơ sở tự nguyện. Năm 2011, chiến lược đổi mới CSR 2011-2014 đã đưa ra khuôn khổ mới, mở rộng phạm vi và các khía cạnh của CSR, ít nhất bao gồm các vấn đề: nhân quyền, lao động và việc làm (đào tạo, đa dạng hóa cơ hội, bình đẳng giới và sức khỏe người lao động, phúc lợi DN), vấn đề môi trường (chẳng hạn như đa dạng sinh học, biến đổi khí hậu, sử dụng tài nguyên có hiệu quả, phòng ngừa ô nhiễm), chống hối lộ và tham nhũng. Sự tham gia của cộng đồng và hỗ trợ phát triển xã hội bảo đảm khả năng hội nhập của người tàn tật, bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng cũng là một phần không thể thiếu của CSR.

3.2. Khái niệm và nội dung trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng của doanh nghiệp

TNXH đối với cộng đồng của DN là “Các cam kết nhằm bù đắp những tác động mà DN gây ra cho dân cư địa phương trong quá trình sản xuất kinh doanh, cũng như các hành động nhằm cải thiện, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân trong khu vực địa lý mà DN hoạt động với mục tiêu cuối cùng là đem lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và cộng đồng dân cư địa phương, qua đó đóng góp cho việc phát triển bền vững của DN và địa phương”. Trên bình diện quản trị, TNXH của DN đối với cộng đồng được thể hiện qua các hoạt động tham gia vào cộng đồng, đóng góp phát triển văn hóa giáo dục, tạo công ăn việc làm và phát triển kỹ năng, đào tạo tay nghề cho người dân địa phương, từ đó tạo ra của cải và thu nhập, các hoạt động đầu tư cho xã hội, quan tâm đến vấn đề sức khỏe của cộng đồng và chú trọng phát triển công nghệ, nâng cao chất lượng hạ tầng cơ sở vật chất kỹ thuật. ...

Cụ thể hơn, nội dung TNXH đối với cộng đồng của doanh nghiệp được thể hiện qua các hoạt động như: i) Tham gia vào cộng đồng (đóng góp cho cộng đồng thông qua sự tham gia và hỗ trợ cho các tổ chức dân sự từ việc tham gia vào mạng lưới các nhóm và cá nhân cấu thành xã hội dân sự đến việc tham gia vào các diễn đàn do cơ quan chức năng và các hiệp hội dân cư địa phương thành lập hay bằng việc tạo lập các diễn đàn như vậy); ii) Đóng góp phát triển văn hóa giáo dục (giữ gìn và thúc đẩy văn hóa cũng như thúc đẩy giáo dục cùng với việc tôn trọng quyền con người); iii) Tạo công ăn việc làm và phát triển kỹ năng lao động (tạo ra việc làm, thúc đẩy việc làm và hỗ trợ người lao động được đảm bảo công việc bền vững và hiệu quả); iv) Tạo ra của cải

và thu nhập (tạo ra một môi trường trong đó các DN có thể cùng phát triển, mang lại lợi ích lâu dài cho cộng đồng hoặc đóng góp tích cực vào việc tạo ra của cải và thu nhập thông qua các chương trình vườn ươm DN, phát triển các nhà cung cấp địa phương và việc làm cho các thành viên trong cộng đồng, cũng như thông qua các nỗ lực lớn hơn để củng cố các nguồn lực kinh tế và quan hệ xã hội tạo thuận lợi về kinh tế, phúc lợi xã hội hay tạo ra các lợi ích cho cộng đồng); v) Quan tâm đến vấn đề sức khỏe của cộng đồng (tôn trọng quyền về sức khỏe cũng như cần đóng góp, trong phạm vi của DN và khi thích hợp vào việc nâng cao sức khỏe, ngăn ngừa các mối đe dọa, bệnh tật đối với sức khỏe và giảm nhẹ mọi sự hủy hoại tới cộng đồng); vi) Phát triển và tiếp cận công nghệ (việc ứng dụng kiến thức chuyên môn, kỹ năng và công nghệ theo cách thúc đẩy sự phát triển nguồn nhân lực và phổ biến công nghệ nói chung); vii) Đầu tư cho xã hội (đầu tư nguồn lực của DN vào các sáng kiến và chương trình nhằm cải thiện các khía cạnh xã hội trong đời sống cộng đồng).

4. Vài nét về Tập đoàn Khách sạn Mường Thanh

Tập đoàn KSMT được thành lập từ năm 1997 với khởi đầu là một khách sạn nhỏ ở Thành phố Điện Biên Phủ. Từ khi mới thành lập, KSMT đơn thuần chỉ tập trung vào dịch vụ lưu trú, cơ sở hạ tầng còn nhiều hạn chế với số lượng phòng ít ỏi, các vật dụng trong phòng chưa hiện đại, chưa đáp ứng được yêu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ kém do nhân viên hầu hết là lao động địa phương không được đào tạo bài bản về nghiệp vụ khách sạn. Việc quản lý khách sạn cũng là do tự học hỏi, đúc rút kinh nghiệm từ thực tế trong quá trình hoạt động. Trước những khó khăn thách thức đó, Ban lãnh đạo Tập đoàn đã chủ động bắt tay vào xây dựng chiến lược dài hạn theo hướng ổn định, bền vững, hiệu quả hơn mà mục tiêu chung là đưa Mường Thanh trở thành chuỗi khách sạn nội địa cao cấp, thương hiệu thuần Việt hàng đầu Việt Nam.

Năm 2015, sau chuỗi sự kiện khai trương các KSMT Hà Nội Centre, Cửa Lò, Cần Thơ, Lào Cai, Sài Gòn, Quảng Nam, Quảng Bình, Quảng Ngãi,... Tập đoàn KSMT đã chính thức ghi thêm vào “Chuỗi khách sạn tư nhân lớn nhất Việt Nam” của mình con số 45 khách sạn và dự án khách sạn trải dài trên khắp cả nước. Tháng 7/2016, Tập đoàn KSMT chính thức khai trương KSMT Vientian, đánh dấu mốc

lịch sử vươn ra thị trường quốc tế. Trong những tháng cuối năm 2016 và đầu năm 2017, một loạt các khách sạn mang tên Mường Thanh đã khai trương và chính thức đi vào hoạt động như KSMT Hoàng Mai, Mường Thanh Diên Lâm, Mường Thanh Tuyên Quang, Mường Thanh Phú Quốc..., hiện thực hóa mục tiêu 53 khách sạn của chuỗi khách sạn tư nhân lớn nhất Việt Nam này. Năm 2018 - 2019, Tập đoàn tiếp tục khai trương các khách sạn Mường Thanh Sơn La, Mường Thanh Luxury Viễn Triêu (Nha Trang), Mường Thanh Bãi Cháy. Ngày 26/4/2019, Tập đoàn KSMT nhận bằng chứng nhận kỷ lục “Chuỗi khách sạn tư nhân lớn nhất Đông Dương” từ Tổ chức Kỷ lục Đông Dương, gồm gần 60 khách sạn và dự án khách sạn, trên hơn 40 tỉnh, thành phố của cả nước.

Với việc đóng góp khoảng 11% tổng số phòng chất lượng cao cấp 4 - 5 sao của cả nước, ông Nguyễn Văn Tuấn - Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch Việt Nam đã khẳng định tại lễ khai trương khách sạn Mường Thanh Luxury Mộc Châu vào giữa tháng 6/2016: “Mường Thanh đã tạo ra hiện tượng chưa từng có trong lịch sử 56 năm của ngành du lịch Việt Nam”. Gần 60 khách sạn và dự án khách sạn, 11.000 phòng, hơn 10.000 nhân viên là những con số thật đáng ngưỡng mộ!

Với những bước đi thần tốc, Tập đoàn KSMT đã điền tên mình trên hầu hết các vùng miền của cả nước, qua đó đóng góp to lớn cho sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam.

5. Tình hình thực hiện TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn Khách sạn Mường Thanh

5.1. Thực trạng nhận thức về TNXH đối với cộng đồng

Để thực hiện đánh giá mức độ nhận thức về thực hiện TNXH đối với cộng đồng, tác giả đã tiến hành khảo sát ý kiến của 50 nhà quản lý các cấp của Văn phòng điều hành Tập đoàn và các khách sạn thành viên của Tập đoàn KSMT. Trong số 50 phiếu khảo sát đã gửi đi, tác giả thu về được 47 phiếu, trong đó có 45 phiếu hợp lệ. Kết quả khảo sát điều tra cho tác giả những nhận xét sau:

- Khi được hỏi “Anh/chị có hiểu biết như thế nào về TNXH của DN đối với cộng đồng”, 18/45 người được hỏi (40%) trả lời rằng họ hiểu rõ về vấn đề này và coi đó là một mục tiêu của Tập đoàn. 27 người còn lại trả lời họ có biết nhưng chỉ biết một ít về các nội dung liên quan đến TNXH đối với cộng đồng và

chủ yếu cho rằng TNXH đối với cộng đồng là việc thực hiện các hoạt động từ thiện. Điều này chứng tỏ Ban lãnh đạo Tập đoàn đã có ý thức về việc phải thực hiện TNXH đối với cộng đồng và đã phổ biến về mục tiêu cũng như các chính sách thực hiện TNXH đến các khách sạn thành viên. 62,2% nhà quản lý các cấp cho rằng khách sạn mình đang làm việc quan tâm đến TNXH đối với cộng đồng. 17,8% cho rằng áp lực từ cộng đồng đã bắt buộc khách sạn phải thực hiện TNXH, trong khi 6,6% cho rằng đó là nghĩa vụ pháp lý hoặc quy định của Nhà nước yêu cầu các DN phải thực hiện. 13,4% nghĩ rằng do áp lực cạnh tranh với các DN kinh doanh khách sạn khác mà Tập đoàn KSMT và khách sạn thành viên mà họ đang làm việc sử dụng TNXH đối với cộng đồng như một công cụ để nâng cao hình ảnh, uy tín và năng lực cạnh tranh của mình.

- Về lĩnh vực quan trọng nhất mà khách sạn thành viên của Tập đoàn cần hướng đến khi thực hiện TNXH đối với cộng đồng, 38% đối tượng điều tra cho rằng việc làm quan trọng nhất vẫn là đầu tư cho các hoạt động xã hội như: trợ cấp, từ thiện, tình nguyện, quyên góp,... Trong khi đó, Tạo việc làm và phát triển kỹ năng nghề nghiệp cho cộng đồng địa phương được 28,9% đối tượng điều tra lựa chọn. 13,4% đối tượng điều tra thì cho rằng việc tích cực tham gia và xuất hiện trong các hoạt động của cộng đồng địa phương sẽ là việc làm cần thiết nhất để hình ảnh của Tập đoàn/Khách sạn được nhiều người biết đến hơn. Quan tâm tới sức khỏe của cộng đồng và Giữ gìn văn hóa dân tộc, thúc đẩy giáo dục địa phương cũng là các yếu tố được lựa chọn nhưng ít hơn với lần lượt là 11,1% và 4,5%. 4,1% người được hỏi cho rằng tạo ra của cải và thu nhập cho cộng đồng là việc làm quan trọng nhất trong khi việc Tiếp cận và phát triển, phổ biến các ứng dụng khoa học công nghệ cho cộng đồng địa phương lại không nhận được lựa chọn nào.

- Phần lớn đối tượng điều tra (84%) cho rằng Đầu tư cho các hoạt động xã hội: trợ cấp, từ thiện, tình nguyện, quyên góp,... đang là lĩnh vực tốt nhất mà Tập đoàn đã đạt được kể từ khi thực hiện các hoạt động TNXH đối với cộng đồng. Thực tế, ngay trong sự kiện khai trương KSMT Đà Nẵng vào ngày 02/09/2013, Ban lãnh đạo Tập đoàn Mường Thanh đã thành lập Quỹ nhân đạo Mường Thanh - Quỹ xã hội phi lợi nhuận thuộc sự quản lý của Tập đoàn để bắt đầu hành trình thực hiện TNXH đối với cộng

đồng của mình. Phạm vi hoạt động của Quỹ nhân đạo Mường Thanh gồm: Xóa đói giảm nghèo tại các vùng biên giới; Y tế và giáo dục tại nông thôn; Hoạt động đền ơn đáp nghĩa; Các vấn đề về môi trường và nước sạch; Cứu trợ thiên tai. Tôn chỉ hoạt động TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn là đúng người, đúng việc, trao tận tay người cần giúp đỡ. Trong khi đó, 11,1% lãnh đạo lại nhận thấy Tạo việc làm và phát triển kỹ năng nghề nghiệp cho cộng đồng địa phương là việc làm mà Tập đoàn đã thực hiện thành công nhất khi tỉ lệ lao động là người địa phương trong 54 khách sạn thành viên của Tập đoàn KSMT lên đến gần 80%. 4,9% còn lại cho rằng thông qua việc chú trọng vào xây dựng hình ảnh chuỗi khách sạn thuần Việt đậm đà bản sắc dân tộc, từ tên gọi, trang phục nhân viên, trang thiết bị nội ngoại thất của phòng nghỉ đến việc phục vụ các món ăn dân tộc đặc sắc theo vùng miền từ những ngày đầu tiên thành lập.

- Khi được hỏi về yếu tố là trở ngại của các khách sạn thành viên khi thực hiện TNXH đối với cộng đồng, 35,5% lãnh đạo cho rằng thiếu vốn là yếu tố hàng đầu, nhất là trong thời điểm doanh thu của các khách sạn sụt giảm nghiêm trọng do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19. Thiếu nguồn nhân lực cũng là một yếu tố chiếm đến 24,4% tại thời điểm này do một số khách sạn buộc phải cắt giảm nhân sự vì sự kinh doanh khó khăn của ngành khách sạn. 13,4% cho rằng Thiếu sự khuyến khích từ các bên hữu. 22,2% cho rằng việc không đạt được lợi ích như mong đợi từ việc thực hiện TNXH cũng là nguyên nhân khiến các khách sạn không muốn thường xuyên tổ chức các hoạt động này. Do tính thời vụ của ngành kinh doanh khách sạn nên các hoạt động vì cộng đồng của Tập đoàn KSMT thường được tổ chức vào mùa thấp điểm, vì vậy, thiếu thời gian không phải là trở ngại quá lớn trong việc thực hiện TNXH đối với cộng đồng, chỉ 4,5% người được hỏi lựa chọn phương án này.

Thông qua phiếu khảo sát nhận thức về TNXH đối với cộng đồng, có thể thấy ban lãnh đạo Tập đoàn KSMT và ban giám đốc các khách sạn thành viên đã có những hiểu biết và quan tâm nhất định đến vấn đề này. Phần lớn họ cho rằng đầu tư cho các hoạt động xã hội thông qua việc quyên góp, ủng hộ, từ thiện, hỗ trợ các hoàn cảnh khó khăn,... là công việc quan trọng nhất mà một doanh nghiệp cần hướng đến khi thực hiện TNXH đối với cộng đồng

và đây cũng là lĩnh vực thành công nhất mà Tập đoàn KSMT đã thực hiện được đến thời điểm này.

5.2. Thực trạng các nội dung thực hiện trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng của Tập đoàn khách sạn Mường Thanh

Để phân tích và đánh giá các nội dung cơ bản trong thực hiện TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn KSMT, tác giả sử dụng kết hợp các dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp qua điều tra bằng bảng hỏi với các cán bộ quản lý nhà nước địa phương nơi có các khách sạn thành viên Mường Thanh. Cụ thể, đã gửi 120 phiếu thu về 109 phiếu, sau xử lý sai sót có 98 phiếu đạt yêu cầu với cơ cấu: Hà Nội: 12 phiếu, Quảng Ninh: 18 phiếu, Nghệ An: 15 phiếu, Đà Nẵng: 12 phiếu, Sơn La: 10 phiếu, Điện Biên: 16 phiếu và Thanh Hóa: 15 phiếu.

thời gian tới, Tập đoàn cần chú trọng hơn nữa đến việc duy trì và phát triển các mối quan hệ với chính quyền địa phương.

5.2.2. Thực trạng thực hiện trách nhiệm về giáo dục

Theo ý kiến đánh giá, cả 5 quan sát đều đạt từ 3,4 đến 3,7 và ĐTB chung 3,56.

Kết quả trên cho thấy mặc dù ĐTB chung chỉ đạt trên trung bình khá là 3,56 nhưng so với hệ thống các khách sạn của Việt Nam, Tập đoàn KSMT vẫn được đánh giá là có những đóng góp lớn về giáo dục ở địa phương, đặc biệt là các tỉnh miền núi phía Bắc như Sơn La, Điện Biên và một số huyện miền núi của tỉnh Thanh Hóa và Nghệ An. Điều đáng khích lệ cần được phát triển là trong 3 năm qua, ngân sách đóng góp cho phát triển giáo dục và đào tạo tại địa phương của Tập đoàn luôn tăng với tốc độ tăng bình

Bảng 1: Kết quả đánh giá mức độ tham gia vào cộng đồng của Tập đoàn KSMT

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	TG1 - Tư vấn và cung cấp cho cộng đồng địa phương các điều khoản và thông tin về các vấn đề ảnh hưởng từ hoạt động kinh doanh của khách sạn	3,62	0,663
2	TG2 - Tích cực tham gia vào các hiệp hội địa phương trong thực hiện mục tiêu phát triển bền vững của cộng đồng	3,86	0,569
3	TG3 - Duy trì mối quan hệ trong sáng với chính quyền địa phương, không mua chuộc và gây ảnh hưởng không chính đáng	3,58	0,692
4	TG4 - Khuyến khích và ủng hộ tình nguyện viên cho các dịch vụ cộng đồng	3,96	0,688
5	TG5 - Đóng góp vào việc hình thành, thực thi, theo dõi và đánh giá các chính sách, chương trình phát triển cộng đồng	3,76	0,587
Điểm trung bình		3,76	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

5.2.1. Thực trạng tham gia vào cộng đồng

Theo ý kiến đánh giá, cả 5 quan sát đều đạt từ 3,58 cho đến 3,96 điểm với điểm trung bình (ĐTB) là 3,76 tiệm cận khá (xem bảng 1) cho thấy Tập đoàn KSMT đã quan tâm và tham gia tích cực, có những đóng góp nhất định với phát triển cộng đồng. Trong 5 quan sát có đến 3/5 quan sát được đánh giá trên mức trung bình chung của thành phần, chỉ có 2 quan sát là TG1 và TG3 đạt trên trung bình khá nhưng thấp hơn điểm trung bình chung. Vì vậy trong

quần năm từ 20-30% (theo báo cáo tổng kết năm 2019 của Tập đoàn). Trong 5 quan sát, có 2 quan sát do được chú trọng quan tâm (GD3 và GD1) đã đạt điểm trên trung bình khá và có xu thế sẽ tiệm cận ở mức khá, 3/5 quan sát còn lại đạt trung bình khá từ 3,4 đến 3,5 nhưng vẫn thấp hơn điểm trung bình chung. Đây sẽ là vấn đề cần được chú trọng và quan tâm phát triển trong thời gian tới để xứng đáng với vị thế của Tập đoàn và nâng cao mục tiêu thực hiện TNXH đối với cộng đồng địa phương.

Bảng 2: Kết quả đánh giá thực hiện trách nhiệm về giáo dục của Tập đoàn KSMT

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	GD1 - Thúc đẩy và hỗ trợ nâng cao chất lượng giáo dục và giáo dục, quảng bá tri thức văn hóa địa phương	3,65	0,632
2	GD2 - Tạo và phát triển các cơ hội học tập cho những nhóm người dễ bị tổn thương, xóa bỏ phân biệt đối xử trong cộng đồng	3,4	0,558
3	GD3 - Khuyến khích tạo điều kiện để trẻ em được học tập trong hệ thống giáo dục quốc gia và loại bỏ các rào cản ngăn cản việc trẻ em được học tập	3,7	0,459
4	GD4 - Hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho giáo dục địa phương và nâng cao nhận thức về quyền con người trong cộng đồng	3,46	0,778
5	GD5 - Thúc đẩy việc sử dụng các kiến thức và công nghệ truyền thống của địa phương vào hoạt động kinh doanh	3,5	0,694
Điểm trung bình		3,56	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

5.2.3. *Thực trạng thực hiện trách nhiệm về văn hóa*
 Theo ý kiến đánh giá, cả 2 quan sát đạt 4,3 và 4,39, đạt mức khá tốt và ĐTB chung là 4,55.

nữa trong thời gian tới. Một điểm mạnh khác cần nhắc tới đó là trong quá trình mở rộng quy mô, phát triển hệ thống khách sạn và nâng cao năng lực, hiệu

Bảng 3: Kết quả đánh giá thực hiện trách nhiệm về văn hóa

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	VH1 - Thúc đẩy các hoạt động văn hoá, thừa nhận và coi trọng các truyền thống văn hoá địa phương	4,59	0,458
2	VH2 - Giữ gìn và bảo vệ di sản văn hoá	4,5	0,677
Điểm trung bình		4,55	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

Tập đoàn KSMT được cộng đồng xã hội, hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương ghi nhận và đánh giá cao những đóng góp trong phát triển giữ gìn bảo vệ truyền thống văn hóa và các di sản văn hóa của địa phương. Với kết quả đánh giá của các cán bộ quản lý nhà nước địa phương qua điều tra đạt mức độ tốt (điểm trung bình 4,55), cả 2 quan sát cơ bản đều đạt trên 4,5 và sự ghi nhận, đánh giá của hệ thống quản lý nhà nước (Tổng cục Du lịch, Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố...), có thể thấy đây thực sự là một điểm mạnh trong thực hiện TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn và cần được phát huy cao hơn

qua kinh doanh của Tập đoàn, lãnh đạo và tập thể người lao động của Tập đoàn luôn coi trọng sự đóng góp trong phát triển văn hóa Việt Nam. Đồng thời coi đây là một mục tiêu để phát triển bền vững Tập đoàn trong tương lai.

5.2.4. *Thực trạng thực hiện TNXH về tạo việc làm và phát triển kỹ năng cộng đồng*

Tập đoàn KSMT luôn chú trọng và xác định tạo việc làm và phát triển kỹ năng cho cộng đồng là mục tiêu, trách nhiệm của mình. Vì vậy cả 5 quan sát theo ý kiến đánh giá của chuyên gia đạt cận trên khá và khá tốt (từ 3,85 điểm đến 4,06 điểm); ĐTB của thành phần là 3,85 điểm.

Bảng 4: Kết quả đánh giá thực hiện trách nhiệm về tạo việc làm và phát triển kỹ năng cho cộng đồng

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	TVL1 - Tạo việc làm cho người dân địa phương	3,87	0,762
2	TVL2 - Tham gia, tổ chức các chương trình phát triển kỹ năng cho cộng đồng địa phương (chương trình học nghề, các chương trình chứng nhận và công nhận kỹ năng)	3,93	0,525
3	TVL3 - Hỗ trợ xây dựng/cải tiến, nâng cấp chất lượng các chương trình phát triển kỹ năng trong cộng đồng	4,06	0,637
4	TVL4 - Tạo việc làm và nâng cao năng lực của các nhóm dễ bị tổn thương trong cộng đồng	3,70	0,608
5	TVL5 - Thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với các tổ chức, các trường học trên địa bàn để tuyển dụng nhân sự địa phương	3,66	0,583
Điểm trung bình		3,85	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

Mặc dù điểm trung bình chung của thành phần chỉ đạt mức khá tốt (3,85 điểm) nhưng thực tiễn Tập đoàn đã có rất nhiều những đóng góp trong tạo ra việc làm và phát triển kỹ năng làm việc cho cộng đồng địa phương, nhất là ở các tỉnh miền núi (Sơn La, Điện Biên, Lai Châu,...) và các tỉnh có nhu cầu nâng cao kỹ năng lao động cao (Quảng Ninh, Nghệ An). Những đóng góp này đều được cộng đồng xã hội, dân cư địa phương ghi nhận và đánh giá cao. Trong 05 quan sát có 03 quan sát là TVL1, TVL2, TVL3 được đánh giá loại khá tốt và tốt (lần lượt đạt 3,87, 3,93 và 4,06, trên điểm trung bình chung của thành phần) là những điểm mạnh cần phát huy. 02 quan sát còn lại là TVL4, TVL5 đạt ở mức khá, nhất là trong quan hệ với các trường học tại địa phương cần được quan tâm chú trọng hơn để tuyển dụng, giữ chân các nhân tài của địa phương.

5.2.5. Thực trạng thực hiện TNXH trong phát triển và tiếp cận công nghệ

Kết quả đánh giá của các chuyên gia trong thực hiện TNXH của Tập đoàn trong phát triển và tiếp cận công nghệ tiên tiến của địa phương được xếp loại khá tốt.

Như vậy, trong những năm vừa qua Tập đoàn KSMT không chỉ xây dựng, thực hiện mục tiêu đổi mới, phát triển tiếp cận công nghệ tiên tiến (công nghệ thông tin, công nghệ kinh doanh và quản lý khách sạn,...) của mình (Ngân sách đổi mới và phát

triển công nghệ với hệ thống khách sạn thành viên tăng từ 12 - 18%/ năm giai đoạn 2016 - 2019) mà còn chú trọng, quan tâm hỗ trợ cộng đồng địa phương phát triển ứng dụng công nghệ tiên tiến. Kết quả đánh giá thành phần này đạt khá tốt (ĐTB: 3,80 điểm) đã chứng minh cho nhận xét này. Cả 05 quan sát của thành phần đạt mức tới cận trên khá và khá tốt (từ 3,63 đến 3,48 điểm) thể hiện sự đóng góp của Tập đoàn với quá trình phát triển tiếp cận công nghệ tiên tiến địa phương. Đồng thời cũng chỉ ra những bất cập từ phía địa phương (nhất là ở các địa phương với điều kiện hạ tầng kinh tế xã hội còn thấp, chậm đổi mới như các tỉnh miền núi, vùng khó khăn,...) và từ phía Tập đoàn. Điều này đặt ra những vấn đề mà Tập đoàn và các khách sạn thành viên phải có những giải pháp cụ thể, có ưu tiên phù hợp với từng địa phương trong từng thời kì xác định. Ví dụ như với các tỉnh miền núi, cần ưu tiên các giải pháp để nâng cao hiệu quả của CN1, CN2 tới đổi mới công nghệ để xử lý môi trường, xóa đói giảm nghèo,...

5.2.6. Thực trạng thực hiện TNXH về tạo ra của cải và thu nhập cho cộng đồng địa phương

Kết quả đánh giá thực trạng TNXH về việc tạo ra của cải và thu nhập cho cộng đồng địa phương được đánh giá cận dưới tốt với ĐTB là 3,96 điểm.

Với ý kiến đánh giá thành phần đạt 3,96 (xếp loại cận dưới tốt) và thực tiễn triển khai các quan sát theo báo cáo cho thấy Tập đoàn KSMT luôn chú trọng

Bảng 5: Kết quả đánh giá TNXH trong phát triển và tiếp cận công nghệ địa phương

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	CN1 - Ứng dụng đổi mới công nghệ để giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường ở địa phương	3,62	0,782
2	CN2 - Đóng góp vào sự nghiên cứu, phát triển các công nghệ có tác động tích cực lớn tới việc xóa đói, giảm nghèo ở cộng đồng địa phương	3,88	0,635
3	CN3 - Mức đầu tư phát triển và bảo vệ quyền lợi của cộng đồng với tri thức, công nghệ vào lĩnh vực truyền thống có tiềm năng của địa phương	3,98	0,558
4	CN4 - Thiết lập quan hệ đối tác với các tổ chức, như các trường đại học hay các phòng thí nghiệm nghiên cứu để tăng cường sự phát triển khoa học và công nghệ với các đối tác ở cộng đồng địa phương	3,71	0,622
5	CN5 - Chấp nhận các thực hành cho phép chuyển giao và phổ biến công nghệ của khách sạn để đóng góp vào sự phát triển địa phương	3,78	0,562
Điểm trung bình		3,80	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

Bảng 6: Kết quả đánh giá TNXH tạo ra của cải và thu nhập cho cộng đồng địa phương

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	TN1 - Ưu tiên lựa chọn và tạo điều kiện phát triển các nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ địa phương	3,87	0,631
2	TN2 - Hỗ trợ các tổ chức và cá nhân mang sản phẩm và dịch vụ cần thiết đến với cộng đồng	4,02	0,756
3	TN3 - Hỗ trợ và phát triển các hiệp hội cộng đồng doanh nghiệp địa phương	3,91	0,556
4	TN4 - Hoàn thành tốt các trách nhiệm và nghĩa vụ về thuế	3,89	0,774
5	TN5 - Thực hiện tốt trách nhiệm với người lao động về hưu, phụ cấp hưu trí,...	4,10	0,782
Điểm trung bình		3,96	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

quan tâm đến kết quả quá trình thực hiện TNXH đối với cộng đồng địa phương nơi mà tập đoàn và các khách sạn thành viên tổ chức kinh doanh và được cộng đồng địa phương đánh giá có những đóng góp

tích cực và hiệu quả, góp phần nâng cao sản lượng, giá trị sản phẩm dịch vụ và thu nhập của địa phương. Cả 05 quan sát đều đạt đến mức cận trên khá và tốt (điểm trung bình từ 3,87 đến 4,10 điểm), trong đó

thực hiện trách nhiệm với người lao động về hưu và hỗ trợ các tổ chức/cá nhân mang sản phẩm dịch vụ cần thiết đến với cộng đồng là những điểm mạnh tiêu biểu. 03 quan sát còn lại là TN1, TN3, TN4 đã được triển khai ngày càng có hiệu quả cao hơn, đóng góp lớn hơn cho sự phát triển của các nhà cung cấp sản phẩm/dịch vụ của cộng đồng doanh nghiệp địa phương, nhất là với các hộ sản xuất, DN địa phương cung ứng thực phẩm nông sản, cung ứng các dịch vụ văn hóa truyền thống. Đồng thời hệ thống quản lý Nhà nước về thuế cũng đánh giá cao việc thực hiện nghĩa vụ thuế của Tập đoàn trong bối cảnh các hoạt động kinh doanh của Tập đoàn chịu tác động lớn của thiên tai và dịch bệnh.

5.2.7. Thực trạng thực hiện trách nhiệm quan tâm đến sức khỏe của cộng đồng

Nâng cao chất lượng cuộc sống và sức khỏe của cộng đồng là quan điểm đường lối của Đảng và Nhà nước, là mục tiêu phát triển bền vững kinh tế xã hội của Việt Nam. Để thực hiện mục tiêu này, trong những năm vừa qua, Tập đoàn KSMT đã xây dựng kế hoạch chủ động triển khai các giải pháp để thực hiện TNXH của DN với cộng đồng. Vì vậy, kết quả đánh giá thành phần này đạt cận trên khá (ĐTB là 3,83 điểm).

hỗ trợ cộng đồng tiếp cận các dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Vì vậy, các quan sát này là SK1 đạt 4,09 điểm, SK3 đạt 3,86 điểm, SK4 đạt 3,9 điểm xếp loại tốt và cận trên khá và được cộng đồng xã hội ở địa phương đánh giá cao, cần tiếp tục phát huy trong thời gian tới. Mặc dù có hai quan sát là SK2 đạt 3,68 và SK5 đạt 3,62 xếp loại khá và thấp hơn ĐTB của thành phần nhưng cộng đồng xã hội ở các địa phương, nhất là ở các địa phương có hạ tầng cơ sở y tế và trình độ khám chữa bệnh trung bình và thấp cũng ghi nhận những đóng góp của Tập đoàn trong hỗ trợ đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất cho các trung tâm y tế cộng đồng của địa phương.

5.2.8. Thực trạng trách nhiệm xã hội trong đầu tư xã hội

Kết quả đánh giá thành phần này đạt cận dưới tốt (ĐTB là 3,93) và ĐTB của các quan sát đạt từ 3,67 đến 4,30.

Tập đoàn và các khách sạn thành viên rất chú trọng triển khai tốt và hiệu quả các hoạt động thiện nguyện, tài trợ các hoạt động văn hóa, thể thao và hỗ trợ phát triển nguồn lực của địa phương (ĐTB là 4,30); Ưu đãi, khuyến khích mang lại khả năng tiếp cận sản phẩm/dịch vụ của dân cư địa phương (ĐTB là 4,02). Đây là các điểm mạnh nổi bật được cộng

Bảng 7: Kết quả đánh giá mức độ quan tâm đến sức khỏe cộng đồng

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	SK1 - Loại bỏ các tác động tiêu cực từ quá trình sản xuất kinh doanh dịch vụ/sản phẩm tới sức khỏe của cộng đồng	4,09	0,748
2	SK2 - Hỗ trợ các nghiên cứu về y học, cải thiện và nâng cao sức khỏe cộng đồng	3,68	0,535
3	SK3 - Truyền thông, nâng cao nhận thức cho cộng đồng về các mối đe dọa tới sức khỏe, các dịch bệnh và biện pháp phòng ngừa	3,86	0,587
4	SK4 - Hỗ trợ cộng đồng tiếp cận các dịch vụ chăm sóc sức khỏe	3,90	0,649
5	SK5 - Đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất và các nguồn lực cho bệnh viện/trung tâm y tế cộng đồng địa phương	3,62	0,607
Điểm trung bình		3,83	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

Tập đoàn và các khách sạn thành viên luôn quan tâm triển khai các giải pháp tiến tới loại bỏ các tác động tiêu cực, truyền thông nâng cao nhận thức và

đồng xã hội địa phương đánh giá cao, nhất là trong khắc phục thiên tai, dịch bệnh, nuôi dưỡng người già, gia đình khó khăn, góp phần thực hiện xóa đói

Bảng 8: Kết quả đánh giá thực hiện trách nhiệm trong đầu tư xã hội

STT	Quan sát	Kết quả đánh giá	
		Trị số điểm	Độ lệch chuẩn
1	ĐT1 - Tham gia hỗ trợ các dự án phát triển cơ sở hạ tầng, kinh tế - xã hội của địa phương	4,09	0,748
2	ĐT2 - Tích cực tham gia các hoạt động thiện nguyện, tài trợ các hoạt động, hỗ trợ tạo và phát triển nguồn lực trong phòng, chống, khắc phục hậu quả của thiên tai, bệnh dịch, đói nghèo,...	3,68	0,535
3	ĐT3 - Thực hiện các chương trình nâng cao năng lực, nguồn lực cho cộng đồng địa phương trong thực hiện các mục tiêu xã hội, xóa đói giảm nghèo	3,86	0,587
4	ĐT4 - Thiết lập quan hệ với chính phủ, tổ chức phi chính phủ và cộng đồng DN để tối đa hóa sức mạnh tổng hợp và tận dụng các nguồn lực, kiến thức và kỹ năng hỗ trợ cho việc phát triển cộng đồng	3,90	0,649
5	ĐT5 - Ưu đãi, khuyến khích, mang lại khả năng tiếp cận sản phẩm/dịch vụ của khách sạn cho cư dân địa phương, ưu tiên các nhóm dễ bị tổn thương, những người có thu nhập thấp	3,62	0,607
Điểm trung bình		3,93	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả

giảm nghèo của địa phương. Mặc dù 03 quan sát còn lại đạt điểm trung bình từ 3,67 đến 3,90 thấp hơn điểm của các thành phần nhưng nếu so sánh với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp thì quá trình thực hiện TNXH liên quan đến đầu tư xã hội của Tập đoàn vẫn thuộc nhóm dẫn đầu. Tuy nhiên điều đó cũng đặt ra những vấn đề đòi hỏi Tập đoàn phải xây dựng kế hoạch và triển khai hiệu quả hơn cho các hoạt động này. Những vấn đề trọng tâm bao gồm: (1) Tham gia trực tiếp/hỗ trợ hiệu quả hơn các dự án phát triển hạ tầng kinh tế xã hội của địa phương, nhất là hạ tầng giao thông, quy hoạch xây dựng, hạ tầng công nghệ thông tin,... ở các tỉnh miền núi, các huyện vùng sâu; (2) Tham gia trực tiếp/hỗ trợ hiệu quả các chương trình phát triển nguồn lực trong thực hiện xóa đói giảm nghèo, nâng cao chất lượng cuộc sống của dân cư ở các huyện miền núi; (3) Đặc biệt phát huy vai trò và vị thế của Tập đoàn để phối hợp với các tổ chức phi chính phủ, cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài địa phương, tăng thu hút hỗ trợ phát triển nguồn lực cho cộng đồng địa phương.

5.3. Đánh giá chung

Kết quả điều tra và phân tích trên đây cho thấy, Tập đoàn đã quan tâm và có nhiều thành công bước đầu trong nhận thức và thực thi TNXH đối với cộng

đồng. Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục như:

- Một số nhà quản trị (chủ yếu quản trị bậc trung ở các khách sạn thành viên) và bộ phận người lao động trực tiếp chưa nhận thức đúng vị trí, ý nghĩa và chủ động tích cực tham gia vào quá trình thực hiện TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn.

- Có sự phân hóa về mức đóng góp và hiệu quả tác động ở một số khía cạnh/hoạt động nhằm phát triển cộng đồng địa phương giữa các khách sạn thành viên. Điều này được minh chứng qua sự phân hóa (độ lệch) kết quả đánh giá của chuyên gia với một số quan sát cụ thể cũng như từ báo cáo tổng kết của các khách sạn thành viên.

- Một số hoạt động tư vấn, cung cấp thông tin cho cộng đồng về các ảnh hưởng từ hoạt động của một số khách sạn chưa cập nhật; việc duy trì mối quan hệ với một số tổ chức chính trị xã hội địa phương chưa thực sự chặt chẽ.

- Hoạt động tạo phát triển cơ hội học tập và hiệu quả hỗ trợ tạo điều kiện phát triển giáo dục cho một số đối tượng ưu tiên còn bị giới hạn, chưa tương xứng với nguồn lực bỏ ra và chưa thực hiện được mục tiêu này của Tập đoàn.

- Sự đóng góp trong ứng dụng đổi mới, hiện đại công nghệ để giải quyết một số vấn đề xã hội, môi trường tại địa phương còn những bất cập, không đều ở các khách sạn thành viên, một số khách sạn còn thấp hơn so với đối thủ cạnh tranh.

- Hoạt động hỗ trợ đầu tư trang thiết bị y tế và nguồn lực cho các bệnh viện/trung tâm y tế cộng đồng địa phương để nâng cao năng lực phòng, chống dịch bệnh, khám chữa bệnh,... nâng cao sức khỏe cộng đồng địa phương nhất là các tỉnh miền núi vùng sâu, vùng đặc biệt khó khăn còn hạn chế.

- Chưa thực sự phát huy được vị thế của Tập đoàn trong thiết lập quan hệ với các tổ chức phi chính phủ, cộng đồng doanh nghiệp (trong, ngoài địa phương) để hỗ trợ phát triển nguồn lực cộng đồng.

Có nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan dẫn đến những hạn chế trên, trong đó các nguyên nhân chủ quan chủ yếu là:

- Nhận thức chung về TNXH và TNXH đối với cộng đồng của một số nhà quản trị và nhân sự trực tiếp kinh doanh của một bộ phận DN kinh doanh dịch vụ khách sạn nói chung trong một số khách sạn thành viên thuộc Tập đoàn còn hạn chế.

- Sự phát triển nhanh về quy mô hệ thống khách sạn của Tập đoàn đã tạo những điều kiện để phát triển và nâng cao hiệu quả kinh doanh đồng thời cũng tạo ra nhiều thách thức trong thực hiện TNXH nói chung, TNXH đối với cộng đồng nói riêng.

- Nội dung thực thi TNXH đối với cộng đồng còn bị giới hạn chủ yếu là các hoạt động thiện nguyện và tài trợ, vì vậy tạo ra rào cản trong xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện ở một số khách sạn thành viên và người lao động.

- Một số yếu tố nguồn lực để thực hiện TNXH (nhân lực, tài chính,...) còn hạn chế; mối quan hệ với hệ thống quản lý, với các tổ chức chính trị - xã hội địa phương của một số khách sạn thành viên chưa chặt chẽ...

6. Một số giải pháp tăng cường trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng của Tập đoàn Khách sạn Mường Thanh

Để tăng cường thực thi TNXH đối với cộng đồng trong thời gian tới, từ những phân tích ở trên, Tập

đoàn và các khách sạn thành viên cần tập trung thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, Tăng cường tham gia hoạt động cộng đồng địa phương

Tập đoàn cần chủ động xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện phù hợp các hoạt động của cộng đồng địa phương, đảm bảo và có những đóng góp tích cực cho phát triển cộng đồng bền vững, trong đó cần chú trọng các hoạt động: (1) Tư vấn, cung cấp thông tin kinh tế - xã hội nói chung, thông tin về những tác động ảnh hưởng (tích cực và chưa tích cực) từ các hoạt động kinh doanh khách sạn trên địa bàn cũng như từ hoạt động của khách sạn cập nhật hơn; (2) Tăng cường tạo lập mối quan hệ chặt chẽ hơn với các tổ chức chính trị - xã hội của địa phương nhằm chủ động tham gia và đóng góp thực hiện các hoạt động phong trào, nhất là các hoạt động văn hóa, thể dục thể thao,... của địa phương. Bên cạnh việc tăng cường phát huy những điểm mạnh và nâng cao hiệu quả trong quan hệ với hệ thống quản lý Nhà nước của địa phương, cần chủ động phát hiện và xử lý hoặc đề nghị cấp có thẩm quyền xử lý các hành vi vi phạm pháp luật hoặc ngăn cản gây tác động tiêu cực đến quá trình thực hiện trách nhiệm, nghĩa vụ, quyền lợi tham gia các hoạt động cộng đồng của tập thể viên chức của Tập đoàn; (3) Chủ động trong tư vấn, đề xuất và tham gia hiệu quả hơn với các hoạt động của cộng đồng dân cư địa phương trong xây dựng, phát triển khu dân cư văn hóa, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống.

Thứ hai, Tăng cường đóng góp phát triển giáo dục địa phương

Tập đoàn và các khách sạn thành viên cần chú trọng vào các vấn đề chủ yếu sau: (1) Chủ động đề xuất các giải pháp và hỗ trợ phù hợp, hiệu quả nhằm tạo cơ hội học tập cho cộng đồng địa phương, nhất là với các đối tượng ưu tiên; (2) Huy động các nguồn lực (nguồn nội lực của Tập đoàn, khách sạn và ngoại lực) và đóng góp hiệu quả trong đào tạo nâng cao trình độ, nhất là kỹ năng lao động của địa phương, kỹ năng lao động trong sản xuất - kinh doanh dịch vụ nói chung, dịch vụ du lịch nói riêng; (3) Chú trọng hỗ trợ phát triển giáo dục đào tạo ở các lĩnh vực kinh tế - xã hội mà địa phương có tiềm

năng; (4) Với một số tỉnh miền núi như Lai Châu, Điện Biên, Sơn La,... bên cạnh sự hỗ trợ trong đào tạo nâng cao trình độ, kỹ năng lao động nghề nghiệp, cần chú trọng hơn trong hỗ trợ thực hiện các hoạt động đào tạo nâng cao kỹ năng bảo vệ môi trường sống của cộng đồng dân cư.

Thứ ba, Tăng cường đóng góp phát triển văn hóa địa phương

Tập đoàn và các khách sạn thành viên cần chú trọng: (1) Cùng với quá trình khai thác các yếu tố văn hóa, nhất là văn hóa truyền thống trong kinh doanh khách sạn du lịch, phối hợp với hệ thống quản lý cộng đồng dân cư địa phương để huy động các nguồn lực phát triển, duy trì văn hóa truyền thống; (2) Xây dựng và thực hiện hiệu quả kế hoạch bảo tồn tài nguyên văn hóa truyền thống. Đồng thời truyền thông, quảng bá hình ảnh văn hóa truyền thống của địa phương với khách hàng và các đối tác, nhất là ở các địa phương mà văn hóa truyền thống là biểu tượng, đặc trưng của địa phương; (3) Chú trọng thực hiện các hoạt động hỗ trợ phát triển kết hợp văn hóa hiện đại, văn hóa truyền thống trên cơ sở phát huy văn hóa truyền thống tạo bản sắc, hình ảnh riêng của địa phương.

Thứ tư, Tiếp tục tạo việc làm và phát triển kỹ năng cộng đồng địa phương

Tập đoàn cần tiếp tục ưu tiên sử dụng nhân lực tại chỗ, tạo cơ hội phát triển việc làm cho cộng đồng địa phương trong sản xuất - cung ứng dịch vụ đầu vào và dịch vụ kinh doanh khách sạn du lịch. Chủ động tham gia các chương trình, dự án phát triển việc làm của các địa phương; hỗ trợ tạo việc làm cho cư dân nhất là với các đối tượng ưu tiên trong cộng đồng. Tích cực tham gia các dự án, nâng cao năng lực kỹ năng lao động và chương trình phát triển sản xuất - kinh doanh phù hợp với đối tượng lao động và thực tiễn các điều kiện phát triển lĩnh vực sản xuất kinh doanh của từng địa phương. Chủ động hỗ trợ và tài trợ nhằm thúc đẩy và tạo điều kiện cho quá trình khởi nghiệp kinh doanh cũng như quá trình mở rộng quy mô, nâng cấp chất lượng sản phẩm/dịch vụ sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và hộ gia đình sản xuất - kinh doanh nhằm phát triển cơ hội việc làm cho cộng đồng dân cư.

Thứ năm, Tiếp tục tham gia và đóng góp phát triển tiếp cận công nghệ của địa phương

Theo tình hình các nguồn lực, tập đoàn và các KSMT thành viên cần chủ động tham gia các chương trình dự án ứng dụng thành tựu công nghệ trong các hoạt động của hệ thống quản lý và cộng đồng địa phương như các chương trình dự án ứng dụng công nghệ trong các hoạt động quản lý kinh tế xã hội và môi trường của hệ thống quản lý địa phương. Chú trọng hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để cộng đồng DN, các tổ chức và cộng đồng cư dân tiếp cận, phát triển công nghệ tiên tiến hiện đại trong các hoạt động quản trị, các hoạt động sản xuất - kinh doanh và các hoạt động xã hội nghề nghiệp...

Thứ sáu, Tăng cường đóng góp vào quá trình tạo ra của cải và thu nhập cho địa phương

Tập đoàn cần dành sự ưu tiên cao và tạo điều kiện thuận lợi hơn trong phát triển mở rộng quy mô, năng lực sản xuất, cung ứng sản phẩm/dịch vụ cho cộng đồng của các DN địa phương. Chú trọng tạo điều kiện định hướng hỗ trợ phát triển sản xuất - kinh doanh sản phẩm/dịch vụ mới và ưu tiên tiếp nhận, sử dụng các sản phẩm/dịch vụ của cộng đồng DN, nhất là của các hộ sản xuất - kinh doanh có quy mô nhỏ, siêu nhỏ. Tham gia và hỗ trợ phát triển các Hiệp hội nghề nghiệp và Hiệp hội người tiêu dùng, qua đó tác động nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh của cộng đồng DN địa phương nhằm tạo động lực cho sự phát triển kinh tế, thu nhập của địa phương. Thực hiện nghiêm, kịp thời, đúng pháp luật về nghĩa vụ thuế với Nhà nước và các loại phí theo quy định của pháp luật cũng như các yêu cầu của địa phương.

Thứ bảy, Quan tâm hơn đến sức khỏe của cộng đồng địa phương

Tham gia tích cực hơn các hoạt động chăm sóc sức khỏe, khám chữa bệnh và phòng chống dịch bệnh cho cộng đồng. Chủ động hỗ trợ các địa phương trong nhận dạng, truyền thông và thực hiện các biện pháp phòng và chống các dịch bệnh, khắc phục các hậu quả từ dịch bệnh trong cộng đồng. Tham gia và hỗ trợ các dự án nghiên cứu, các chương trình khám và chữa bệnh cho cộng đồng của địa phương. Hỗ trợ đầu tư cho các hoạt động nghiên cứu y tế để phát hiện các dịch bệnh và ứng dụng triển

khai các kết quả nghiên cứu trong khám, chữa bệnh; trong điều trị các bệnh cho cộng đồng địa phương. Hỗ trợ, đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật và đội ngũ y bác sĩ cho các bệnh viện, trung tâm y tế, nhất là với các bệnh viện, trung tâm y tế cấp huyện, xã. Chủ động phối hợp với hệ thống quản lý về y tế địa phương trong nghiên cứu và truyền thông tới cộng đồng địa phương những yếu tố tác động từ môi trường và quá trình sản xuất - kinh doanh, quá trình phát triển kinh tế - xã hội và ngay từ quá trình sản xuất - kinh doanh của Tập đoàn.

Thứ tám, Tiếp tục quan tâm đến đầu tư xã hội cho địa phương

Tập đoàn cần tiếp tục phát huy những điểm mạnh trong thực hiện các hoạt động thiện nguyện, tài trợ phát triển cộng đồng địa phương. Chú trọng đặc biệt đến các đối tượng ưu tiên và các hoạt động khắc phục hậu quả của thiên tai, dịch bệnh. Tham gia đầu tư phát triển hạ tầng, thực hiện chương trình mục tiêu xây dựng nông thôn mới và xóa đói giảm nghèo bền vững của địa phương. Chủ động trong xây dựng và thực hiện kế hoạch phối hợp với các tổ chức phi chính phủ, tổ chức chính trị xã hội ở trung ương và cộng đồng DN để tăng cường sự hỗ trợ đầu tư phát triển các hoạt động xã hội của cộng đồng địa phương, nhất là các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường sống của dân cư.

Điều tất yếu là, để có thể thực hiện các giải pháp nêu trên, cần đảm bảo các yếu tố nguồn lực cho việc thực thi, trong đó quan trọng nhất là nguồn lực tài chính và nhân lực. Hy vọng trong thời gian tới, cùng với việc nhanh chóng kiểm soát được dịch bệnh covid 19, giải quyết được các vấn đề pháp lý phát sinh trong quá trình hoạt động thời gian qua của Tập đoàn, với sự tạo điều kiện thuận lợi của các cơ quan quản lý Nhà nước cho các DN khôi phục và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh, các nguồn lực của Tập đoàn sẽ được củng cố và tăng cường để nâng cấp chất lượng thực thi TNXH nói chung, TNXH đối với cộng đồng nói riêng.

Thực hiện đồng bộ các giải pháp trên đây, tăng cường nhận thức của lãnh đạo và nhân viên Tập đoàn và các khách sạn thành viên về TNXH đối với cộng đồng, phát huy những điểm mạnh và khắc

phục những tồn tại trong thực thi TNXH đối với cộng đồng của Tập đoàn thời gian qua sẽ là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của Tập đoàn, hướng đến nâng tầm thương hiệu Mường Thanh trên bản đồ du lịch trong nước và khu vực. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Mạnh Quân (2015), *Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
2. Nguyễn Ngọc Thắng (2015), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
3. Nguyễn Hoàng Việt (2008), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo góc độ tiếp cận phát triển chiến lược kinh doanh*, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế, Trường Đại học Thương mại.
4. Các thông tin từ website của Tập đoàn Mường Thanh và các trang thông tin khác.

Summary

Raising awareness of corporate social responsibility, in general, and social responsibility to the community, in particular, is an inevitable trend in modern business. Numerous Vietnamese enterprises have really paid attention to this issue, but how to fully implement corporate social responsibility towards sustainable development goals is not simple. This paper focuses on studying the awareness and implementation of social responsibility to the community of Mường Thanh Hotel Group - the largest private hotel chain in Vietnam (and the largest in Indochina), examine the current situation, and propose solutions and recommendations in order to increase awareness and implement social responsibility towards the community, and ultimately contribute to realizing the Group's sustainable business goals in the future.