PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh khốc liệt, việc các doanh nghiệp tìm đến các đối tác chuyên nghiệp để thuê dịch vụ tuyển dụng đã trở thành một xu hướng tất yếu và ngày càng phổ biến. Xu hướng này bắt nguồn từ nhu cầu cấp thiết của doanh nghiệp trong việc tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, đồng thời tìm kiếm nguồn nhân lực chất lượng cao một cách nhanh chóng và hiệu quả. Các đối tác tuyển dụng, bao gồm các công ty cung cấp dịch vụ nhân sự chuyên nghiệp, không chỉ có lợi thế về mạng lưới ứng viên phong phú và đa dạng mà còn sở hữu các quy trình tuyển dụng được thiết kế một cách khoa học và kỹ lưỡng. Nhờ những lợi thế này, các công ty dịch vụ có thể hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các ứng viên phù hợp một cách hiệu quả, đảm bảo rằng doanh nghiệp có được nhân sự tốt nhất để đạt được các mục tiêu chiến lược. Ngoài ra, trong quá trình nghiên cứu về đề tài này, tác giả nhận thấy Công ty Cổ phần Daikin là một trong những khách hàng bền vững của Green Speed và có sự hợp tác lâu dài *(trên 3 năm)*. Việc chọn Daikin giúp tác giả đưa ra đánh giá về quy trình tuyển dụng có chiều sâu hơn.

Tác giả lựa chọn đề tài *"Nâng cao hiệu quả tuyển dụng nhân viên bán hàng của Công ty Cổ phần Green Speed cho đối tác: trường hợp tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin"* nhằm đáp ứng nhu cầu cấp thiết trong việc tối ưu hóa quy trình tuyển dụng trong môi trường cạnh tranh khốc liệt. Ngoài ra Green Speed đang gặp phải thách thức trong việc thỏa mãn yêu cầu cao về chất lượng và tốc độ tuyển dụng từ các đối tác lớn như Daikin, điều này đòi hỏi phải có những giải pháp cải tiến toàn diện.

Nghiên cứu này không chỉ phân tích những vấn đề hiện có trong quy trình tuyển dụng mà còn đề xuất các giải pháp cụ thể để nâng cao hiệu quả dịch vụ. Việc chọn Công ty Cổ Phần Daikin làm ví dụ điển hình giúp làm rõ những thách thức và khó khăn mà Công ty Cổ phần Green Speed đang đối mặt, đồng thời mang lại các giải pháp phù hợp và thiết thực để cải thiện quy trình tuyển dụng. Nghiên cứu này

không chỉ hỗ trợ Công ty Cổ Phần Green Speed trong việc nâng cao sự hài lòng của khách hàng mà còn góp phần phát triển chiến lược tuyển dụng hiện đại, phù hợp với yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường lao động.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- **Mục tiêu tổng quát**

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu là đánh giá và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tuyển dụng nhân sự thông qua đối tác tại Công ty Cổ phần Green Speed, với trường hợp cụ thể là tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin. Từ đó, nghiên cứu sẽ đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quy trình tuyển dụng, góp phần cải thiện chất lượng nhân sự và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp.

- **Mục tiêu cụ thể**

Cung cấp những cơ sở lý luận mang tính thuyết phục liên quan đến đề tài *"Nâng cao hiệu quả tuyển dụng nhân viên bán hàng của Công ty Cổ phần Green Speed cho đối tác: trường hợp tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin"*.

Phân tích thực trạng tuyển dụng nhân sự: Đánh giá quy trình tuyển dụng hiện tại của Công ty Cổ phần Green Speed trong việc cung cấp dịch vụ cho Công ty Cổ phần Daikin, bao gồm các bước thực hiện, phương pháp và kết quả đạt được.

Đề xuất các giải pháp cải thiện: Dựa trên kết quả phân tích, đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm tối ưu hóa quy trình tuyển dụng tại Green Speed, bao gồm cải tiến quy trình, áp dụng công nghệ mới, và phát triển chiến lược tuyển dụng hiệu quả hơn.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Dựa trên các mục tiêu nghiên cứu đã xác định, các câu hỏi nghiên cứu cụ thể bao gồm:

1. *Thực trạng quy trình tuyển dụng tại Green Speed là gì như thế nào?*
2. *Các yếu tố nào ảnh hưởng đến hiệu quả tuyển dụng tại Green Speed?*
3. *Giải pháp nào có thể được đề xuất để nâng cao hiệu quả tuyển dụng tại Green Speed?*

4. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài này là: "*Nâng cao hiệu quả tuyển dụng nhân viên bán hàng của Công ty Cổ phần Green Speed cho đối tác: trường hợp tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin"*

5. Phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu này tập trung vào việc đánh giá và phân tích quy trình tuyển dụng nhân sự tại Công ty Cổ phần Green Speed, đặc biệt là trong việc cung cấp dịch vụ tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin. Phạm vi nghiên cứu sẽ bao gồm:

Phạm vi nội dung: Nghiên cứu sẽ tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tuyển dụng, quy trình tuyển dụng hiện tại, và các phương pháp, chiến lược đã áp dụng tại Green Speed trong quá trình tuyển dụng cho Daikin. Ngoài ra, nghiên cứu cũng sẽ so sánh thực tế tại Green Speed với các lý thuyết và mô hình tuyển dụng hiện đại.

Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại hai công ty chính: Công ty Cổ phần Green Speed (đơn vị cung cấp dịch vụ tuyển dụng) và Công ty Cổ phần Daikin (đối tác nhận dịch vụ tuyển dụng).

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu sẽ phân tích dữ liệu và các hoạt động tuyển dụng trong khoảng thời gian từ 3 năm gần nhất, để đảm bảo tính cập nhật và phù hợp với tình hình thực tế.

6. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sẽ sử dụng một phương pháp tiếp cận hỗn hợp, kết hợp giữa các phương pháp định tính để đảm bảo tính toàn diện và sâu sắc của kết quả nghiên cứu.

Thảo luận nhóm: Sử dụng thảo luận nhóm với các quản lý nhân sự và chuyên viên tuyển dụng tại Green Speed và Daikin để thu thập thông tin về quy trình tuyển dụng, những thách thức và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tuyển dụng.

Phân tích tài liệu: Nghiên cứu và phân tích các tài liệu, báo cáo nội bộ, quy trình tuyển dụng, và các chính sách nhân sự của Green Speed và Daikin để hiểu rõ hơn về thực tiễn đang được áp dụng.

Phương pháp nghiên cứu này cho phép tiếp cận vấn đề một cách toàn diện, đảm bảo rằng kết quả nghiên cứu có tính ứng dụng cao và phù hợp với thực tế tại Green Speed và Daikin.

7. Bố cục của khóa luận

Bài khóa luận có bố cục với các nội dung chính như sau:

1. Phần mở đầu
2. Chương 1: Cơ sở lý luận về tuyển dụng nhân sự cho khách hàng
3. Chương 2: Phân tích thực trạng tuyển dụng nhân sự cho Công Ty Cổ Phần Daikin
4. Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả tuyển dụng nhân sự cho Công Ty Cổ Phần Daikin
5. Phần kết luận
6. Tài liệu tham khảo
7. Phụ lục

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ CHO KHÁCH HÀNG

1.1. Khái niệm và các yếu tố cơ bản trong tuyển dụng nhân sự

1.1.1. Khái niệm trong tuyển dụng

Tuyển dụng được định nghĩa là quá trình thu hút, lựa chọn và bổ nhiệm những ứng viên có đủ năng lực và phẩm chất vào các vị trí công việc phù hợp trong tổ chức. Tuyển dụng đúng người đúng việc là yếu tố then chốt để đảm bảo sự phát triển bền vững và hiệu quả hoạt động của tổ chức *(Trần Kim Dung. 2019)*. Quá trình này không chỉ tập trung vào việc tìm kiếm ứng viên có kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết, mà còn đảm bảo rằng họ phù hợp với văn hóa và giá trị của tổ chức *(Trần Kim Dung. 2019)*, đảm bảo quy trình này được thực hiện một cách hiệu quả và công bằng, nhằm đạt được sự hài lòng của cả ứng viên và tổ chức *(Michael Armstrong. 2014).*

Quy trình tuyển dụng là chuỗi các bước từ khi xác định nhu cầu nhân lực đến khi ứng viên chính thức nhận việc. Quy trình này có thể bao gồm nhiều giai đoạn như viết mô tả công việc, tìm kiếm ứng viên, đánh giá hồ sơ, phỏng vấn, và thẩm định. *(Gary Desler. 2017)*

Đánh giá ứng viên là quá trình kiểm tra kỹ năng, kinh nghiệm, và tính cách của ứng viên để đảm bảo họ phù hợp với yêu cầu của vị trí và văn hóa doanh nghiệp. *(Derek Torrington và Laura Hall. 2011)*

Talent Acquisition (TA) không chỉ là một quá trình tuyển dụng mà còn là một chiến lược dài hạn để đảm bảo tổ chức có nguồn nhân lực tài năng cần thiết để phát triển và duy trì lợi thế cạnh tranh. TA bao gồm việc tìm kiếm, đánh giá, và tuyển chọn các ứng viên, đồng thời xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài với họ *(John Doe. 2021).* Một chiến lược Talent Acquisition hiệu quả có thể mang lại những lợi ích lớn cho doanh nghiệp, bao gồm tăng cường khả năng cạnh

tranh, giảm tỷ lệ thay thế nhân viên, và cải thiện hiệu suất làm việc chung. Doanh nghiệp có khả năng thu hút và giữ chân nhân tài sẽ có lợi thế rõ ràng trong việc đáp ứng các yêu cầu phát triển của thị trường. *(John Sullivan. 2019).*

Talent Sourcing (TS) là quá trình chủ động tìm kiếm và thu hút những ứng viên tiềm năng, cả ứng viên đã sẵn sàng và những người chưa chủ động tìm việc. Nó liên quan đến việc tìm ra các nguồn cung ứng nhân tài hiệu quả nhất cho các vị trí công việc, bao gồm việc khai thác các nền tảng trực tuyến, mạng lưới chuyên nghiệp và các phương tiện truyền thông xã hội. (*Schweyer, A. 2015).* TS mang lại lợi ích lớn trong việc tạo ra một nguồn ứng viên liên tục và chất lượng. Nó giúp giảm thời gian tuyển dụng, nâng cao chất lượng ứng viên và cung cấp sự linh hoạt trong việc đáp ứng nhanh chóng nhu cầu nhân sự đột xuất. Một chiến lược Talent Sourcing hiệu quả cũng giúp tổ chức xây dựng mạng lưới ứng viên lâu dài, từ đó giảm thiểu chi phí tuyển dụng. *(Deloitte Insights. 2017).*

Talent Acquisition (TA) và **Talent Sourcing (TS)** là hai khái niệm quan trọng trong quy trình tuyển dụng, nhưng có những sự khác biệt rõ rệt. TA là quy trình tổng thể và chiến lược nhằm thu hút, tuyển chọn và giữ chân nhân tài, bao gồm các hoạt động từ xây dựng thương hiệu tuyển dụng đến quản lý nhân sự lâu dài. Trong khi đó, TS là một phần trong TA, tập trung vào việc tìm kiếm và thu hút các ứng viên tiềm năng, đặc biệt là những người không chủ động tìm việc. TA có tầm nhìn dài hạn, nhắm đến phát triển nguồn nhân lực bền vững, còn TS tập trung vào việc xác định và kết nối với các ứng viên phù hợp cho các vị trí cụ thể. Tóm lại, TA là một chiến lược toàn diện, còn TS là hoạt động cụ thể giúp tối ưu hóa quy trình tuyển dụng.

1.1.2. Các nguyên tắc trong tuyển dụng

Công bằng trong đánh giá: Tất cả các ứng viên phải được đánh giá dựa trên cùng một tiêu chí và quy trình để đảm bảo sự công bằng và minh bạch.

Chính xác: Quy trình tuyển dụng phải dựa trên việc đánh giá chính xác các năng lực và kỹ năng cần thiết cho vị trí công việc. Áp dụng các công cụ và phương pháp đánh giá chính xác để đảm bảo rằng ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc

Hiệu quả: Quy trình tuyển dụng cần phải được thực hiện một cách nhanh chóng và hiệu quả để đảm bảo tuyển dụng đúng người đúng việc trong thời gian ngắn nhất. Cải tiến liên tục quy trình tuyển dụng để nâng cao hiệu suất và giảm thiểu các chi phí không cần thiết

1.1.3. Yếu tố ảnh hưởng đến tuyển dụng cho đối tác

Yếu tố doanh nghiệp

Cơ cấu tổ chức và văn hóa doanh nghiệp của khách hàng/đối tác ảnh hưởng đến loại hình ứng viên mà họ tìm kiếm. Doanh nghiệp cần ứng viên có khả năng hòa nhập và phù hợp với giá trị và môi trường làm việc của tổ chức

Yêu cầu công việc và mô tả vị trí: Các yêu cầu cụ thể về kỹ năng, kinh nghiệm và trình độ học vấn cho từng vị trí công việc cũng sẽ ảnh hưởng đến quá trình tuyển dụng. Mô tả công việc rõ ràng và chi tiết giúp thu hút đúng ứng viên

Yếu tố ứng viên

Kỹ năng và kinh nghiệm: Trình độ chuyên môn, kỹ năng, kinh nghiệm làm việc và các chứng chỉ của ứng viên là yếu tố quyết định quan trọng trong việc lựa chọn ứng viên phù hợp.

Định hướng nghề nghiệp và mục tiêu cá nhân: Các mục tiêu nghề nghiệp và định hướng cá nhân của ứng viên phải phù hợp với yêu cầu và cơ hội của vị trí tuyển dụng.

Yếu tố thị trường lao động

Tình hình thị trường lao động: Cung và cầu trong thị trường lao động ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận và tuyển chọn ứng viên. Trong thời kỳ thiếu hụt nhân lực, việc tuyển dụng có thể trở nên khó khăn hơn.

Mức lương và phúc lợi: Mức lương và các phúc lợi liên quan đến vị trí công việc cũng ảnh hưởng đến khả năng thu hút ứng viên. Cạnh tranh về mức lương và chế độ đãi ngộ có thể ảnh hưởng lớn đến quyết định của ứng viên.

Yếu tố truyền thông và thương hiệu

Truyền thông và thương hiệu tuyển dụng có tác động mạnh mẽ đến việc thu hút ứng viên, qua đó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả tuyển dụng của doanh nghiệp. Một chiến lược truyền thông hiệu quả không chỉ giới thiệu hình ảnh tích cực của tổ chức mà còn làm nổi bật các giá trị cốt lõi, môi trường làm việc, và cơ hội thăng tiến mà doanh nghiệp mang lại. Khi thương hiệu tuyển dụng được truyền thông một cách nhất quán và hấp dẫn, nó tạo dựng được sự tin tưởng và sự quan tâm từ ứng viên tiềm năng.

Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp nổi bật giữa các đối thủ cạnh tranh mà còn làm tăng khả năng thu hút những ứng viên chất lượng cao, đảm bảo quy trình tuyển dụng đạt được hiệu quả tối ưu.

Yếu tố quy trình tuyển dụng

Chất lượng quy trình tuyển dụng: Quy trình tuyển dụng hiệu quả và được tổ chức bài bản giúp tối ưu hóa khả năng thu hút và lựa chọn ứng viên phù hợp. Quy trình tuyển dụng không hiệu quả có thể dẫn đến việc lãng phí thời gian và nguồn lực.

Công cụ và phương pháp tuyển dụng: Sử dụng các công cụ và phương pháp tuyển dụng hiện đại, như hệ thống quản lý ứng viên (ATS), phỏng vấn kỹ lưỡng và các bài kiểm tra năng lực, giúp cải thiện chất lượng tuyển dụng. Việc sử dụng công nghệ tiên tiến trong quá trình thu hút nhân tài, như hệ thống quản lý ứng viên (Applicant Tracking System - ATS) và phân tích dữ liệu tuyển dụng, giúp tối ưu hóa quá trình tìm kiếm và lựa chọn ứng viên phù hợp. (*Bersin, J. 2014)*

1.2. Quy trình tuyển dụng

1.2.1. Phân tích nhu cầu tuyển dụng

Xác định nhu cầu tuyển dụng là bước đầu tiên và vô cùng quan trọng trong quy trình tuyển dụng. Việc xác định rõ các như cầu tuyển dụng tại từng vị trí cụ thể không chỉ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa nguồn lực, tiết kiệm thời gian và chi phí, mà còn đảm bảo rằng các ứng viên được lựa chọn có mức độ phù hợp cao với yêu cầu của đối tác. Điều này tạo ra một quy trình tuyển dụng hiệu quả, từ đó

nâng cao khả năng đáp ứng các yêu cầu kinh doanh của đối tác và góp phần vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Xác định yêu cầu về KSAO (Kiến thức, Kỹ năng, Khả năng, và Các đặc điểm khác), một trong những bước quan trọng giúp tối ưu hóa quá trình sàng lọc và đánh giá ứng viên. Bằng cách xác định rõ những tiêu chí này, doanh nghiệp có thể tập trung vào việc tìm kiếm và lựa chọn những ứng viên có phẩm chất và năng lực đáp ứng đúng với yêu cầu của vị trí cần tuyển. Điều này không chỉ nâng cao chất lượng tuyển dụng mà còn gia tăng khả năng tuyển chọn được những ứng viên phù hợp nhất, góp phần vào sự thành công lâu dài của tổ chức.

1.2.2. Các phương pháp thu hút ứng viên

Truyền thống: Phương pháp thu hút ứng viên truyền thống, như quảng cáo và tổ chức sự kiện tuyển dụng, vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp cận nguồn nhân lực tiềm năng. Quảng cáo trên các kênh truyền thông giúp doanh nghiệp tiếp cận một lượng lớn ứng viên, trong khi các sự kiện tuyển dụng tạo điều kiện cho doanh nghiệp gặp gỡ, tương tác trực tiếp với ứng viên, từ đó gia tăng khả năng tìm kiếm những ứng viên phù hợp và xây dựng mối quan hệ lâu dài với họ.

Hiện đại: Phương pháp thu hút ứng viên hiện đại, như tuyển dụng qua mạng và headhunting, đang trở thành xu hướng chủ đạo trong thị trường lao động ngày nay. Tuyển dụng qua mạng cho phép doanh nghiệp tiếp cận nhanh chóng và hiệu quả với nguồn ứng viên rộng lớn trên các nền tảng trực tuyến. Trong khi đó, headhunting tập trung vào việc tìm kiếm và thu hút những ứng viên có năng lực cao, thường là những người không chủ động tìm việc, nhưng có tiềm năng đáp ứng tốt các yêu cầu đặc thù của vị trí cần tuyển.

Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng: Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút các ứng viên chất lượng. Một thương hiệu tuyển dụng mạnh mẽ không chỉ giúp doanh nghiệp nổi bật trên thị trường lao động mà còn tạo ấn tượng tích cực với ứng viên tiềm năng. Khi doanh nghiệp xây dựng hình ảnh một nhà tuyển dụng hấp dẫn và đáng tin cậy, nó không

chỉ thu hút những ứng viên chất lượng cao mà còn nâng cao khả năng giữ chân nhân tài lâu dài.

Một thương hiệu tuyển dụng tích cực là minh chứng cho một môi trường làm việc chuyên nghiệp. Thay vì tiếp cận ứng viên thông qua các doanh nghiệp khác, một số doanh nghiệp đã chọn sử dụng nguồn thay thế khác như Cộng tác viên như một giải pháp thay thế. Chi phí cho dịch vụ này được tính dựa trên số lượng ứng viên đạt tiêu chuẩn mà các Cộng tác viên cung cấp.

1.2.3. Phương pháp tiếp cận và các kênh tìm kiếm ứng viên

1.2.3.1. Phương pháp tiếp cận ứng viên tiềm năng

Tiếp cận mở: Tiếp cận mở liên quan đến việc sử dụng các kênh rộng rãi như quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến và mạng xã hội, tổ chức các sự kiện tuyển dụng công khai để thu hút một lượng lớn ứng viên. Phương pháp này thường giúp gia tăng số lượng ứng viên và tiếp cận nhiều người hơn , tạo cơ hội cho doanh nghiệp khám phá các tài năng đa dạng. Ưu điểm của phương pháp tuyển dụng mở là người nộp đơn thường coi nó là bình đẳng khi mọi người đều có cơ hội nộp đơn. *(Herbert G. Henema., 2018)*. Tuy nhiên doanh nghiệp cần thu hẹp phân khúc ứng viên để dễ dàng xác định được ứng viên phù hợp nhất cho vị trí tuyển dụng.

Tiếp cận mục tiêu: Là phương pháp trong đó tổ chức xác định các phân khúc trong thị trường lao động nơi có thể có các ứng viên đủ tiêu chuẩn. *(Herbert G. Heneman. 2018)*. Phương pháp này giúp tăng cường chất lượng ứng viên bằng cách nhắm vào những cá nhân có hồ sơ phù hợp nhất với nhu cầu của tổ chức. Tiếp cận mục tiêu, đòi hỏi nhà tuyển dụng xác định đúng các vị trí, cộng đồng có khả năng cung cấp các ứng viên phù hợp với những vị trí đang tuyển, tuyển đúng người đúng nơi, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa thời gian và chi phí trong tuyển dụng.

1.2.3.2. Nguồn tìm kiếm ứng viên

Trang Web tuyển dụng cung cấp nền tảng để đăng tuyển dụng và thu hút ứng viên từ nhiều lĩnh vực khác nhau. Các trang web như LinkedIn, Indeed, và Glassdoor cho phép doanh nghiệp tiếp cận với một lượng lớn ứng viên đã chủ

động tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp. Tuy nhiên đối với những trang web trên chỉ phù hợp với các vị trí cao và yêu cầu ứng viên có nhiều kinh nghiệm và kiến thức, với các vị trí có tính chất chỉ cần có những yếu tố đơn giản như bằng cấp, kinh nghiệm từ 1 đến 2 năm là có thể làm được sẽ xuất hiện nhiều tại các trang web như TopCV, Vietnamworks, Việc làm 24h hoặc JobsGo dần được các ứng viên lựa chọn và tin tưởng để tìm kiếm việc làm.

Mạng xã hội là một công cụ hữu hiệu trong việc tìm kiếm ứng viên, đặc biệt là những nền tảng như Facebook, Zalo, Twitter và Instagram. Sử dụng mạng xã hội giúp doanh nghiệp tiếp cận những ứng viên không chỉ qua quảng cáo tuyển dụng mà còn thông qua các hoạt động tương tác và xây dựng cộng đồng. Ngoài ra mạng xã hội là một trong những công cụ được xem là tiết kiệm chi phí nhất cho doanh nghiệp, bởi các ứng viên và nhà tuyển dụng dễ dàng xác định được cộng đồng phù hợp với mục tiêu qua các hội nhóm tìm việc trên mạng xã hội.

1.3. Sàng lọc và mô hình tuyển chọn

1.3.1. Sàng lọc và phỏng vấn

1.3.1.1. Sàng lọc hồ sơ

Đánh giá hồ sơ ứng viên là bước đầu tiên trong quy trình tuyển dụng, nơi nhà tuyển dụng xem xét các tài liệu như CV, đơn xin việc và thư giới thiệu để xác định liệu ứng viên có phù hợp với yêu cầu cơ bản của vị trí tuyển dụng hay không. Giúp lọc nhanh các ứng viên không phù hợp, tiết kiệm thời gian cho các bước tiếp theo trong quy trình tuyển dụng. Dựa theo yêu cầu tuyển dụng mà doanh nghiệp đã xác định từ đó nhà tuyển dụng sẽ dựa theo yêu cầu để sàng lọc như kỹ năng chuyên môn, bằng cấp, kinh nghiệm đối với những vị lao động phổ thông. Với những vị trí tuyển dụng cần kinh nghiệm cao, kiến thức và trình độ, bắt buộc nhà tuyển dụng phải sàng lọc thêm nhứng yêu tố như chứ chỉ và đào tạo, chuyên ngành học, kỹ năng mền và kinh nghiệm làm việc. Ngoài ra những vị trí đặc thù sẽ có những yêu cầu đối với tuổi và giới tính cũng như ngoại hình.

1.3.1.2. Phỏng vấn

Phỏng vấn trực tuyến là phương pháp phỏng vấn được thực hiện thông qua các nền tảng video trực tuyến. Phương pháp này mang lại nhiều lợi ích đáng

kể, bao gồm sự tiện lợi và linh hoạt, cho phép ứng viên và nhà tuyển dụng kết nối từ bất kỳ đâu mà không cần phải di chuyển. Điều này không chỉ tiết kiệm thời gian và chi phí cho cả hai bên mà còn mở rộng khả năng tiếp cận ứng viên từ các địa phương khác nhau. Tuy nhiên, phỏng vấn trực tuyến cũng tồn tại một số bất lợi. Sự phụ thuộc vào công nghệ có thể dẫn đến vấn đề về kết nối mạng, ảnh hưởng đến chất lượng cuộc phỏng vấn, hạn chế đánh giá ứng viên toàn diện. Vì vậy, mặc dù phỏng vấn trực tuyến là một giải pháp tiện lợi và hiệu quả, các nhà tuyển dụng cần cân nhắc kỹ lưỡng và chuẩn bị đầy đủ để tối ưu hóa trải nghiệm cho cả hai bên.

Phỏng vấn trực tiếp: Phương pháp phỏng vấn mà ứng viên và nhà tuyển dụng gặp gỡ và trao đổi trực tiếp tại một địa điểm cụ thể. Phương pháp này mang lại nhiều lợi ích quan trọng, bao gồm khả năng đánh giá toàn diện hơn về ứng viên thông qua quan sát ngôn ngữ cơ thể, biểu cảm khuôn mặt và các yếu tố phi ngôn ngữ khác. Sự tương tác trực tiếp giúp xây dựng mối quan hệ tốt hơn giữa nhà tuyển dụng và ứng viên, đồng thời tạo cơ hội cho các cuộc thảo luận chi tiết và phản hồi ngay lập tức. Phỏng vấn trực tiếp vẫn là một phương pháp quan trọng trong quy trình tuyển dụng, cung cấp cái nhìn sâu sắc và chính xác hơn về ứng viên. Phỏng vấn trực tiếp cho phép tìm hiểu và đánh giá ứng viên về nhiều phương diện như tướng mạo, tác phong, tính tình, khả năng hòa đồng, mức độ đáng tin cậy, … mà các chứng chỉ tốt nghiệp không thế đánh giá một cách rõ ràng *(Trần Kim Dung. 2019)*.

Phỏng vấn có cấu trúc là một phương pháp phỏng vấn được tổ chức một cách hệ thống và chuẩn bị kỹ lưỡng, trong đó các câu hỏi được thiết lập sẵn và được đặt theo một trật tự nhất định. Đây là hình thức phỏng vấn có sử dụng bảng câu hỏi mẫu trong quá trình phỏng vấn ứng viên *(Kim Dung. 2019)*. Phương pháp này thường tập trung vào các tiêu chí cụ thể mà tổ chức yêu cầu cho vị trí tuyển dụng. Trong quá trình phỏng vấn, ứng viên sẽ được yêu cầu trả lời các câu hỏi theo một cách nhất quán, giúp đảm bảo rằng tất cả các ứng viên được đánh giá dựa trên cùng một tiêu chuẩn và các yếu tố quan trọng đã được xác định trước. Phương pháp này đảm bảo tính công bằng và nhất quán trong quá trình đánh giá

ứng viên. Nhờ vào việc sử dụng cùng một bộ câu hỏi, các nhà tuyển dụng có thể giảm thiểu sự thiên lệch cá nhân và những yếu tố chủ quan có thể ảnh hưởng đến quyết định tuyển dụng.

1.3.2. Mô hình tuyển chọn

Mô hình nhiều rào cản coi mỗi tiêu chí đánh giá là một "rào cản" mà ứng viên phải vượt qua. Trong mô hình này, ứng viên cần phải đáp ứng đủ tất cả các yêu cầu cơ bản để được tiếp tục xem xét ở các giai đoạn tiếp theo. Ứng viên đạt điểm qua mỗi yếu tố dự đoán để tiếp tục quá trình tuyển chọn *(Heneman et all. 2018).* Trong thực tiễn khi sử dụng mô hình này khi có các yêu cầu tối thiểu không thể thỏa hiệp, chẳng hạn như bằng cấp hoặc chứng chỉ cần thiết cho một vị trí cụ thể. Các rào cản giúp loại bỏ những ứng viên không đáp ứng được các yêu cầu tối thiểu, từ đó giảm số lượng ứng viên không phù hợp và tập trung vào những người có khả năng đáp ứng yêu cầu công việc.

Mô hình rào cản trong quy trình tuyển dụng áp dụng cách tiếp cận theo từng giai đoạn để loại bỏ ứng viên không đạt tiêu chuẩn sớm trong quá trình tuyển chọn. Bắt đầu từ việc kiểm tra kỹ năng, ứng viên phải vượt qua các vòng phỏng vấn và đánh giá cá nhân. Trong mỗi giai đoạn, tổ chức sử dụng điểm để xác định ứng viên tiềm năng. Điểm cao ở một nội dung không thể bù đắp cho điểm thấp ở nội dung khác, nhằm đảm bảo chỉ những ứng viên đáp ứng đủ tiêu chuẩn ở tất cả các khía cạnh mới tiếp tục được xem xét. Với mục đích loại bỏ các ứng viên không đáp ứng đủ yêu cầu cơ bản, góp phần giảm chi phí tuyển chọn và làm cho quy trình dễ quản lý hơn.

1.4. Ứng dụng công nghệ trong tuyển dụng

1.4.1. Sự phát triển của công nghệ tuyển dụng

Trí tuệ nhân tạo (AI) đã và đang cách mạng hóa quy trình tuyển dụng bằng cách cung cấp những công cụ mạnh mẽ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa từng bước của quy trình này. AI có khả năng tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại như sàng lọc hồ sơ, đánh giá năng lực ứng viên dựa trên các tiêu chí đã định trước, và thậm chí có thể dự đoán sự phù hợp của ứng viên với vị trí tuyển dụng. Bằng cách sử dụng các thuật toán học máy, trí tuệ nhân tạo AI có thể học hỏi và cải thiện quy

trình tuyển dụng theo thời gian, giúp doanh nghiệp tìm ra những ứng viên tiềm năng một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Hiện nay khi nói về các phần mền quản lý tuyển dụng không thể không nhắc đến phần mềm ATS (Applicant Tracking System) đã trở thành một trong những công cụ không thể thiếu trong quản lý quy trình tuyển dụng của nhiều doanh nghiệp hiện đại. ATS giúp lưu trữ, quản lý và theo dõi thông tin ứng viên từ lúc nhận hồ sơ đến khi kết thúc quy trình tuyển dụng.

1.4.2. Lợi ích và hạn chế của công nghệ tuyển dụng

Việc áp dụng công nghệ vào tuyển dụng đã có rất nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp, song song đó vẫn có những thách thức đáng kể khi áp dụng công nghệ vào công tác tuyển dụng.

1.4.2.1. Lợi ích

Tăng cường hiệu quả và tiết kiệm thời gian: Các hệ thống quản lý tuyển dụng (ATS) và trí tuệ nhân tạo (AI) đã giúp doanh nghiệp tự động hóa nhiều mặt của quy trình tuyển dụng như là sàng lọc hồ sơ và lên lịch phỏng vấn. Việc này giúp nhà tuyển dụng đã tiết kiệm thời gian và sức lực trong việc sàn lọc hồ sơ, thay vào đó các nhà tuyển dụng có thể tập trung vào những công việc chính và chiến lược.

Cải thiện chất lượng tuyển dụng: AI có khả năng lập trình, phân tích hồ sơ một cách chính xác và nhanh chóng nhận diện những ứng viên phù hợp với những vị trí tuyển dụng dựa trên các tiêu chí được lập trình sẵn. Công nghệ đã giúp doanh nghiệp có thể chọn lọc những ứng viên tiềm năng cao nhất và giảm mức độ rủi ro khác.

Nâng cao trải nghiệm cho ứng viên: Hệ thống ATS và công nghệ đã có hệ thống tự động hóa giúp tối ưu quy trình nộp hồ sơ, phản hồi nhanh chóng đến ứng viên. Việc này đã tăng cường chất lượng và uy tín của doanh nghiệp và dần thu hút nhiều ứng viên tiềm năng hơn.

1.4.2.2. Hạn chế

Xảy ra lỗi trong quá trình sàn lọc hồ sơ: Trong quá trình sử dụng AI để sàn lọc hồ sơ, nguy cơ AI nhận diện không đúng, nhận diện sai hoặc nhân diện

thiên vị vẫn có thể xảy ra. AI khi được lập trình khi không hoàn thiện hoặc sai sót nó có thể tạo ra những quyết định thiên vị về tới tính, tuổi hay dân tộc điều này gây sai sót trong quy trình tuyển dụng.

Chi phí triển khai và bảo trì: Việc triển khai đưa công nghệ ATS và trí tuệ nhân tạo (AI) vào quy trình tuyển dụng đòi hỏi một khoản đầu tư không hề nhỏ, việc triển khai công nghệ là chưa đủ mà còn có sự duy trì và bảo hành cho công nghệ không gặp vấn đề trong quá trình tuyển dụng nền việc cập nhật hệ thống và đào tạo nhân viên là việc quan trọng. Hiện nay, các doanh nghiệp nhỏ đối với chi phí này là một thách thức trong quá trình phát triển.

Khả năng quản lý và vận hành: Đối với hệ thống tiên tiến như ATS và trí tuệ nhân tạo (AI) doanh nghiệp cần có một đội ngũ am hiểu về công nghệ. Khi doanh nghiệp có sự triển khai công nghệ này nhưng không thực sự hiểu rõ sẽ làm doanh nghiệp mất thời gian và sức lực vì thế việc xây dựng một đội ngũ am hiểu về công nghệ là quan trọng. Việc này cũng là thách thức đối với các doanh nghiệp đang phát triển.

1.5. Đánh giá hiệu quả tuyển dụng

1.5.1. Thời gian tuyển dụng

Thời gian tuyển dụng là một trong những tiêu chí quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả của quá trình tuyển dụng. Nó đo lường khoảng thời gian từ khi vị trí công việc được công bố cho đến khi ứng viên phù hợp nhận lời mời làm việc và hoàn tất các thủ tục gia nhập doanh nghiệp. Thời gian tuyển dụng ngắn thường phản ánh sự hiệu quả trong quy trình tuyển dụng, bao gồm các giai đoạn như đăng tuyển, sàng lọc hồ sơ, phỏng vấn và đàm phán với ứng viên. Tuy nhiên, nếu thời gian quá ngắn mà chất lượng ứng viên không đạt yêu cầu, có thể dẫn đến những lựa chọn sai lầm. Do đó, doanh nghiệp cần cân bằng giữa tốc độ và chất lượng trong quá trình tuyển dụng. Đo lường thời gian tuyển dụng còn giúp doanh nghiệp xác định các điểm nghẽn trong quy trình tuyển dụng, từ đó cải tiến và tối ưu hóa quy trình này để đáp ứng nhu cầu nhân sự kịp thời. *(Dessler. 2020)*.

1.5.2. Chi phí tuyển dụng

Chi phí tuyển dụng là tiêu chí đánh giá quan trọng khác, phản ánh mức độ hiệu quả tài chính trong quá trình thu hút và lựa chọn nhân sự. Chi phí tuyển dụng bao gồm các khoản chi phí như quảng cáo việc làm, phí dịch vụ tuyển dụng, chi phí phỏng vấn, kiểm tra năng lực, và chi phí đào tạo ban đầu cho nhân viên mới. Một quy trình tuyển dụng hiệu quả là quy trình vừa đảm bảo thu hút được nhân tài phù hợp với chi phí hợp lý nhất. Chi phí tuyển dụng có thể thay đổi tùy thuộc vào vị trí công việc, kênh tuyển dụng, và phương pháp tuyển dụng được áp dụng. Doanh nghiệp cần theo dõi và so sánh chi phí tuyển dụng với lợi ích mà nhân viên mới mang lại để đánh giá hiệu quả của quá trình này. Việc tối ưu hóa chi phí tuyển dụng không chỉ giúp tiết kiệm ngân sách mà còn tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường lao động. *(Dessler. 2020)*.

1.5.3. Chất lượng ứng viên

Chất lượng ứng viên là tiêu chí cốt lõi đánh giá hiệu quả tuyển dụng, quyết định sự thành công lâu dài của doanh nghiệp. Chất lượng ứng viên không chỉ được đánh giá dựa trên năng lực chuyên môn, kinh nghiệm làm việc mà còn dựa vào sự phù hợp với văn hóa doanh nghiệp, khả năng phát triển và đóng góp lâu dài. Để đánh giá chất lượng ứng viên, doanh nghiệp có thể sử dụng các chỉ số như tỷ lệ ứng viên được tuyển dụng có thời gian làm việc dài hạn, mức độ hài lòng của quản lý với nhân viên mới, và hiệu suất làm việc trong thời gian thử việc. Một quy trình tuyển dụng hiệu quả không chỉ thu hút được ứng viên có trình độ mà còn đảm bảo họ có động lực và khả năng gắn bó với doanh nghiệp. Đánh giá chất lượng ứng viên sau một thời gian làm việc cũng giúp doanh nghiệp điều chỉnh các tiêu chí tuyển dụng để phù hợp hơn với nhu cầu thực tế và mục tiêu phát triển của tổ chức. *(Dessler. 2020)*.

1.6. Tóm tắt

Chương 1 cung cấp cái nhìn tổng quan về các khái niệm cơ bản liên quan đến tuyển dụng và tuyển dụng nhân sự cho khách hàng. Đầu tiên, chương này sẽ làm rõ khái niệm tuyển dụng, phân tích quá trình từ việc xác định nhu cầu nhân sự, xây dựng tiêu chí tuyển dụng, cho đến việc tìm kiếm và thu hút ứng viên tiềm

năng. Các yếu tố tác động đến quy trình tuyển dụng, bao gồm thị trường lao động, doanh nghiệp, truyền thông và thương mại, công nghệ và quy trình tuyển dụng, cũng sẽ được phân tích kỹ lưỡng.

Ngoài ra, chương này sẽ đề cập đến các phương pháp thu hút ứng viên, từ những phương pháp truyền thống như quảng cáo trên các kênh truyền thông, đến các chiến lược hiện đại như sử dụng mạng xã hội và các nền tảng tuyển dụng trực tuyến. Từ đó, doanh nghiệp có thể xem xét và lựa chọn chiến lược phù hợp nhất cho từng vị trí tuyển dụng cụ thể.

Bên cạnh đó, cũng trình bày các bước trong quy trình tuyển dụng, từ việc sàng lọc hồ sơ, phỏng vấn, đến đánh giá ứng viên và ra quyết định tuyển dụng. Chương 1 còn là cơ sở cho toàn bài khóa luận, vì chương ngày xác định nhưng mục tiêu chính trong bài nghiên cứu. Cuối cùng, việc đánh giá hiệu quả sau tuyển dụng cũng được xem xét, nhằm tầm soát các rủi ro tiềm ẩn và đảm bảo chất lượng nhân sự trong dài hạn.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ CHO CÔNG TY CỔ PHẦN DAIKIN

2.1. Giới thiệu Công ty Cổ phần Green Speed và Công ty Cổ phần Daikin

2.1.1. Công ty Cổ phần Green Speed

Công ty Cổ phần Green Speed được thành lập vào năm 2008, khởi đầu với chỉ 80 nhân viên và đã nhanh chóng phát triển thành một trong những công ty hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ lao động và giải pháp nhân sự. Green Speed hiện tại sở hữu hơn 20.000 nhân viên và có mạng lưới rộng khắp với 31 văn phòng tuyển dụng trên toàn quốc. Công ty chuyên cung cấp các dịch vụ nhân sự chất lượng cao trong nhiều lĩnh vực như sản xuất, đóng gói, kho bãi, vệ sinh công nghệ, và quản lý chuỗi cung ứng.

Green Speed đã thiết lập mối quan hệ hợp tác bền vững với nhiều đối tác lớn như Sony, Unilever,…. và đặc biệt là Daikin. Trong năm 2024, số lượng khách hàng đến với Green Speed đã tăng trưởng mạnh mẽ. Với triết lý "*Chất lượng, uy tín và sáng tạo*" Green Speed không chỉ cung cấp nguồn lực lao động mà còn hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc tối ưu hóa quy trình hoạt động và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

2.1.2. Công ty Cổ phần Daikin

Công ty Cổ phần Daikin tại Việt Nam tiền thân là Công ty Cổ phần Việt Kim, thành lập vào năm 1995, vào Tháng 10 năm 2008 - Công ty CP Việt Kim trở thành thành viên chính thức của tập đoàn Daikin, khẳng định vị thế là một trong những nhà sản xuất và cung cấp thiết bị điều hòa không khí hàng đầu tại Việt Nam. Với cam kết về chất lượng sản phẩm và dịch vụ, Daikin không ngừng đổi mới và áp dụng các công nghệ tiên tiến nhằm mang lại những giải pháp tối ưu cho khách hàng. Ngoài ra Daikin là một trong những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực cung cấp giải pháp điều hòa không khí và hệ thống HVAC (Heating, Ventilating, and Ari Conditioning) - (Sưởi, thông gió và điều hòa không khí) trên

thị trường. Với tầm nhìn chiến lược và cam kết không ngừng đổi mới, Daikin đã xây dựng được vị thế vững chắc nhờ vào những sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ khách hàng tận tâm.

Công ty luôn chú trọng đến việc ứng dụng công nghệ tiên tiến để tạo ra các giải pháp không chỉ hiệu quả mà còn bền vững, đáp ứng tốt nhu cầu đa dạng của khách hàng. Trong giai đoạn từ năm 2021 đến 2023, Daikin đã ghi nhận sự tăng trưởng ấn tượng về doanh thu. Bất chấp những thách thức từ thị trường, công ty vẫn duy trì được đà phát triển và liên tục mở rộng quy mô hoạt động. Điều này không chỉ phản ánh sự tin tưởng của khách hàng mà còn khẳng định vị thế dẫn đầu của Daikin trong ngành.

2.2. Quy trình tuyển dụng

Bảng 1: Quy trình tuyển dụng của Công ty Cổ phần Daikin

Trách nhiệm	Nội dung	Biểu mẫu/ ghi chú
Daikin	**Yêu cầu tuyển dụng từ khách Daikin**	Yêu cầu số lượng nhân sự, số lượng vị trí
Phòng tuyển dụng	**Tổng hợp, xác nhận thông tin liên quan đến thông điệp tuyển dụng, mô tả công việc**	Mô tả công việc Biểu mẫu 1
Nhân viên tạo nguồn	**Đạt** **Đăng thông điệp tuyển dụng**	Thông điệp tuyển dụng Biểu mẫu 2
Nhân viên tạo nguồn	**Đạt** **Đánh giá hồ sơ**	TS sàn lọc hồ sơ
Nhân viên tuyển dụng	**Đạt** **Phỏng vấn trực tuyến (PV1)**	TA thực hiện, câu hỏi có cấu trúc Biểu mẫu 3
Nhân viên tuyển dụng **Daikin**	**Xếp lịch phỏng vấn trực tiếp và nhận kết quả PV từ Daikin** **Không đạt** → **Kết thúc** **Đạt**	TA xếp lịch PV, nhận kết quả Daikin trực tiếp PV
Daikin	**Đào tạo** **Không đạt** → **Kết thúc** **Đạt**	Daikin trực tiếp đào tạo
Daikin	**Thử việc** **Không đạt** → **Kết thúc** **Đạt**	Daikin phản hồi về UV sau 2 tháng thử việc
Daikin	**Ký hợp đồng lao động**	Daikin có quyền yêu cầu thay thế HS nếu không đạt yêu cầu

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Ghi chú

UV: Ứng viên	*TA: Nhân viên tuyển dụng*	*TS: Nhân viên tạo nguồn*
HS: Hồ sơ		

Trách nhiệm của khách hàng trong quy trình tuyển dụng bao gồm gửi yêu cầu tuyển dụng cho Green Speed, bao gồm chi tiết số lượng nhân sự và các yêu cầu khác đối với vị trí yêu cầu. Thông tin này cho phép phòng tuyển dụng hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và đảm bảo yêu cầu được đáp ứng một cách chính xác, phù hợp với kết quả mong đợi.

Phòng tuyển dụng chịu trách nhiệm tổng hợp thông tin liên quan đến vị trí Nhân viên bán hàng từ khách hàng, sau đó tiến hành lập kế hoạch tuyển dụng, kiểm tra và đối chiếu thông tin trước khi công bố thông điệp tuyển dụng. Tất cả các thông tin về yêu cầu cần được tập hợp đầy đủ và chính xác trước khi công bố nhằm giảm rủi ro sai sót trong quá trình tuyển dụng. Tuy nhiên, quy trình này có thể mất nhiều thời gian nếu thông tin phải được sửa đổi nhiều lần, gây ảnh hưởng đến tiến độ tuyển dụng.

Nhân viên phụ trách tạo nguồn ứng viên chịu trách nhiệm đăng tải thông điệp tuyển dụng dựa trên các yêu cầu và thông tin đã được phê duyệt giúp đảm bảo quá trình tạo nguồn và đăng bài tuyển dụng diễn ra nhanh chóng để thu hút ứng viên tiềm năng.

Nhân viên tuyển dụng sau khi tiếp nhận hố sơ, sàng lọc hồ sơ trong ngày theo hình thức gọi điện thoại và thực hiện phỏng vấn trực tuyến, sau đó nhân viên tuyển dụng đánh giá phỏng vấn dựa trên cấu trúc phỏng vấn từ đó đưa ra quyết định ứng viên có đủ điều kiện để chuyển sang vòng phỏng vấn 2 (Trực tiếp). Ngoài ra nhân viên tuyển dụng có nhiệm vụ sắp xếp lịch phỏng vấn 2 giữa giám sát khu vực (Daikin) và ứng viên, Daikin sẽ phản hồi kết quả sau phỏng vấn cho TA.

Tại phần đào tạo, nhân viên tuyển dụng lên lịch đào tạo cho ứng viên, người trực tiếp đào tạo là giám sát khu vực thuộc Daikin. Ứng viên sẽ được thử

việc 2 tháng, sau thời gian này Daikin sẽ phản hồi cho Green Speed về chất lượng ứng viên. Trong quá trình thử việc UV nếu đạt sẽ tiến hành ký HĐLĐ và nhân viên tuyển dụng sẽ thay thế những hồ sơ không đạt.

Quy trình này có sự phân chia trách nhiệm rõ ràng giữa các bên liên quan, giúp đảm bảo tính minh bạch và chính xác. Tuy nhiên, để nâng cao hiệu quả, cần chú ý đến việc cải thiện chất lượng thông tin từ khách hàng và thông điệp tuyển dụng để tránh lãng phí thời gian và tài nguyên.

Green Speed đảm nhận các bước chuẩn bị, từ thu thập hồ sơ, đánh giá sơ bộ, đến phỏng vấn ban đầu và sắp xếp lịch phỏng vấn với Daikin, giúp khách hàng này tập trung vào các giai đoạn quan trọng như phỏng vấn chính thức, đào tạo, và thử việc. Quy trình này minh bạch, dễ theo dõi và chuyên môn hóa, góp phần nâng cao hiệu quả tuyển dụng của Daikin và Green Speed.

Ngoài ra, quy trình này cũng bộc lộ một số vấn đề. Sự phụ thuộc nhiều vào tính chính xác và đầy đủ của thông tin từ Daikin, và thông tin của Daikin cung cấp nhiều khi không rõ ràng hoặc thay đổi dẫn đến sai sót trong các bước đánh giá và phỏng vấn ban đầu do Green Speed thực hiện. Hơn nữa, sự phối hợp giữa Green Speed & Daikin đôi lúc không hiệu quả nên gây chậm trễ, ảnh hưởng đến tiến độ và kết quả tuyển dụng. Do đó, để tăng cường hiệu quả, quy trình này cần sự phối hợp chặt chẽ, cải thiện chất lượng thông tin trong xử lý các tình huống phát sinh.

2.3. Kết quả thực hiện tuyển dụng

2.3.1. Số lượng tuyển dụng theo các kênh

Bảng 2: Bảng số lượng tuyển dụng theo từng kênh (2021 – 2023)

Kênh	Số lượng ứng viên	Số lượng ứng viên trùng lắp[1]	Tỷ lệ ứng viên trùng lắp	Số lượng đạt PV[2] 1	Tỷ lệ đạt PV 1	Số lượng đạt PV 2	Tỷ lệ đạt PV2/ PV1	Tỷ lệ đạt PV2/ UV[3]	Tỷ lệ đóng góp vào số lượng tuyển dụng
Website CT[4]	123	19	15.4%	62	50.4%	32	52%	26.0%	10.9%
Tiktok	108	6	5.6%	79	73.1%	14	18%	13.0%	4.8%
Fanpage	288	9	3.1%	211	73.3%	53	25%	18.4%	18.0%
Zalo	122	11	9.0%	82	67.2%	23	28%	19.0%	7.9%
Cộng tác viên	492	24	4.9%	226	45.9%	173	76%	35.1%	58.6%
Tổng	**1.133**	**69**	**6.1%**	**660**	**58.3%**	**295**	**45%**	**26.0%**	**100.0%**

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Hoạt động tuyển mộ đã đạt được hiệu quả đáng kể trong việc thu hút một lượng lớn ứng viên, với tổng số gần 1.133 người (Bảng 2), nhờ việc sử dụng đa dạng các kênh tuyển dụng. Đặc biệt, kênh cộng tác viên và website đã được khai thác tốt, cung cấp nguồn ứng viên phong phú cho quá trình tuyển dụng.

Tuy nhiên, một số vấn đề cũng đã được ghi nhận. Tỷ lệ trùng lặp ứng viên trên kênh website đạt mức 15,4%, gây ra lãng phí trong việc sàng lọc. Dù kênh TikTok có tỷ lệ ứng viên vượt qua vòng phỏng vấn đầu tiên cao (73,1%), tỷ lệ chuyển tiếp sang vòng phỏng vấn thứ hai lại rất thấp (18%), cho thấy việc sàng lọc chưa hiệu quả ở giai đoạn đầu. Ngược lại, kênh cộng tác viên có tỷ lệ chuyển đổi từ phỏng vấn vòng 1 sang vòng 2 cao nhất (76%), chứng tỏ chất lượng ứng viên từ kênh này tốt và phù hợp với yêu cầu tuyển dụng.

[1] Số lượng ứng viên trùng lắp là số lượng ứng viên ứng tuyển nhiều hơn 1 vị trí
[2] Phỏng vấn
[3] Ứng viên
[4] Công ty

Đáng chú ý, kênh cộng tác viên không chỉ có tỷ lệ đóng góp lớn nhất (58,6%) trong số ứng viên vượt qua vòng 2 mà còn có tỷ lệ PV2/UV cao nhất (35,1%). Sự phụ thuộc lớn vào kênh này, dù mang lại hiệu quả, cũng tiềm ẩn rủi ro nếu chất lượng hoặc số lượng ứng viên không được duy trì, và chi phí tuyển dụng từ kênh này thường cao hơn. Trong khi đó, dù tỷ lệ ứng viên vượt qua vòng 1 trên kênh TikTok cao nhất, nhưng việc không thành công ở vòng 2 có thể phản ánh sự thiếu nhất quán trong đánh giá hoặc vấn đề về chất lượng nhân viên tuyển dụng và công cụ đánh giá. Kênh cộng tác viên, với tỷ lệ PV1/UV thấp nhất (45,9%), lại cho thấy một quá trình sàng lọc kỹ lưỡng và hiệu quả hơn ở giai đoạn ban đầu.

2.3.2. Hiệu quả tuyển dụng cho Công ty Cổ Phần Daikin

Bảng 3: Kết quả tuyển dụng cho Daikin (2021 – 2023)

Nội dung	Đơn vị	2021	2022	2023
Số lượng yêu cầu theo đơn hàng *(a)*	*Người*	50	107	138
Số lượng tuyển được	*Người*	50	107	138
Không đạt thử việc *(b)*	*Người*	7	11	16
Tuyển bù đắp	*Người*	7	11	16
Tổng tuyển dụng	*Người*	64	129	170
Tỷ lệ hoàn thành đơn hàng	*%*	100%	100%	100%
Số lượng tuyển đúng hạn *(c)*	*Người*	43	96	122
Tỷ lệ đúng hạn *(c/a)*	*%*	86.0%	89.7%	88.4%
Tỷ lệ UV không đạt *(b/a)*	*%*	14.0%	10.3%	11.6%
Chi phí tuyển dụng / 1 ứng viên tuyển cho Daikin	*Đồng*	100,350	114,450	127,050
Doanh thu	*Đồng*	7,500,00	16,050,000	20,700,000
Lợi nhuận	*Đồng*	2,482,500	3,803,850	3,167,100
Tỷ lệ lợi nhuận	*%*	33.1%	23.7%	15.3%

Nguồn: Công ty Green Speed

Dữ liệu trong Bảng 3 cho thấy một bức tranh toàn cảnh về tình hình tuyển dụng tại doanh nghiệp qua ba năm từ 2021 đến 2023. Số lượng yêu cầu tuyển dụng đã tăng đáng kể (50 người năm 2021 lên 138 người năm 2023) phản ánh nhu cầu tuyển dụng nhân sự của Daikin ngày càng lớn. Tỷ lệ hoàn thành đơn hàng luôn duy trì ở mức 100%. Tuy nhiên, tỷ lệ tuyển đúng hạn mặc dù có xu

hướng tăng (86% năm 2021 tăng lên 89,7% và 88,4% năm 2022 và 2023) nhưng chưa được cải thiện nhiều. Chất lượng tuyển chọn đã được cải thiện với tỷ lệ ứng viên không đạt yêu cầu thử việc đã giảm từ 14% vào năm 2021 xuống còn 7,2% vào năm 2023 nên Green Speed cần phải tuyển bù đắp cho Daikin để thay thế cho những UV này. Con số tuyển bù đắp dao động từ 10 đến 16 người trong năm 2022 và 2023.

Chi phí tuyển dụng cũng tăng mạnh qua các năm hơn 14% (2022) và 27% (2023) so với năm 2021 do Green Speed tăng chi phí cho cộng tác viên để tuyển dụng được ứng viên có chất lượng hơn. Điều này đã làm cho tỷ lệ lợi nhuận của Green Speed giảm dần từ 33,1% vào năm 2021 xuống còn 15,3% vào năm 2023. Sự suy giảm này cho thấy chi phí tuyển dụng đã làm giảm hiệu quả lợi nhuận.

2.4. Thu hút và tìm kiếm ứng viên

2.4.1. Số lượng tuyển dụng cho Daikin

Bảng 4: Số lượng tuyển dụng cho Daikin

Đơn vị: Người

Vị trí	2021	2022	2023
Số lượng nhân viên bán hàng tuyển dụng cho Daikin	50	107	138

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Từ năm 2021 đến năm 2023, số lượng nhân viên bán hàng được tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin đã có sự gia tăng đáng kể. Năm 2021, công ty tuyển dụng 50 nhân viên bán hàng, con số này tăng lên 107 người vào năm 2022, cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ về nhu cầu tuyển dụng. Điều này có thể phản ánh sự mở rộng của thị trường hoặc các chiến lược kinh doanh mới của Daikin trong giai đoạn này.

Năm 2023, số lượng nhân viên bán hàng tiếp tục tăng lên đến 138 người, tiếp tục xu hướng gia tăng từ các năm trước. Mức tăng này không chỉ thể hiện nhu cầu mở rộng đội ngũ bán hàng mà còn có thể cho thấy sự phát triển liên tục

của công ty trong việc chiếm lĩnh thị phần, đáp ứng nhu cầu khách hàng và cải thiện hiệu quả kinh doanh.

Bảng 5: Bảng yêu cầu tuyển dụng cho Daikin

Vị trí	Thể chất/ Ngoại hình	Giáo dục / Kiến thức	Kinh nghiệm / Kỹ năng
Nhân viên bán hàng	- Tuổi 18 – 28 - Có sức khỏe tốt - Phát âm dễ nghe - Thân hình cân đối, ưa nhìn - Nam từ 1m65, Nữ từ 1m55	- THPT, Trung cấp trở lên - Ngành nghề kinh doanh, tư vấn, thương mại	- Kinh nghiệm bán hàng, tư vấn từ 6 tháng trở lên - Có kinh nghiệm làm báo cáo, kinh nghiệm làm những sự kiện cùng ngành - Có khả năng hỗ trợ và xử lý tình huống

Nguồn: Công ty Green Speed

Nhân viên bán hàng cần đáp ứng một số yêu cầu về thể chất và ngoại hình. Cụ thể, ứng viên nằm trong độ tuổi từ 18 đến 28 tuổi, có sức khỏe tốt và phát âm dễ nghe. Họ cũng cần có ngoại hình cân đối, ưa nhìn, với chiều cao tối thiểu là 1m65 đối với nam và 1m55 đối với nữ. Những yêu cầu này nhằm đảm bảo ứng viên có thể tự tin trong giao tiếp và thể hiện hình ảnh chuyên nghiệp trước khách hàng.

Về giáo dục và kỹ năng chuyên môn, ứng viên cần có trình độ từ THPT hoặc Trung cấp trở lên, ưu tiên các ngành liên quan đến kinh doanh, tư vấn hoặc thương mại. Ngoài ra, kinh nghiệm bán hàng và tư vấn từ 6 tháng trở lên là bắt buộc. Ứng viên cũng cần có kinh nghiệm làm báo cáo, tham gia các sự kiện trong ngành và có khả năng hỗ trợ, xử lý tình huống một cách hiệu quả.

Bảng 6: Bảng các khu vực tuyển dụng cho Daikin (bao gồm tuyển bù)

Khu vực	2021	2022	2023
Hồ Chí Minh	28	40	52
Hà Nội	-	12	12
Miền Trung	-	28	28
Đông Nam bộ	10	10	19
Đồng Bằng Sông Cửu Long	12	17	27
Cộng	50	107	138

Nguồn: Công ty Green Speed

Công ty Cổ phần Green Speed đã thực hiện tuyển dụng cho Daikin trên phạm vi toàn quốc với xu hướng tăng trưởng rõ rệt về nhu cầu nhân sự trong giai đoạn 2021-2023. Đặc biệt, khu vực Hồ Chí Minh đã tăng từ 28 nhân sự (2021) lên 52 nhân sự (2023). Đồng bằng Sông Cửu Long cũng chứng kiến sự gia tăng đáng kể từ 12 người (2021) lên 27 người (2023), phản ánh xu hướng phát triển kinh tế và sự dịch chuyển hoạt động của Daikin đến các khu vực này.

Trong khi đó, nhu cầu tuyển dụng tại Hà Nội và Miền Trung ổn định, không thay đổi qua các năm 2022 và 2023 với số lượng lần lượt là 12 và 28 nhân sự. Khu vực Đông Nam Bộ bắt đầu có dấu hiệu tăng dần nhu cầu tuyển dụng, từ 10 nhân sự (2021) lên 19 người (2023). Tổng số lượng nhân sự tuyển dụng trên cả nước đã tăng từ 50 người (2021) lên 138 người (2023), cho thấy sự phát triển mạnh mẽ và mở rộng quy mô hoạt động của Daikin.

2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tuyển dụng cho Công ty Cổ phần Daikin

2.4.2.1. Thị trường lao động

Thị trường máy lạnh tại Việt Nam đang chứng kiến sự bùng nổ mạnh mẽ nhờ vào quá trình đô thị hóa và nhu cầu ngày càng cao về công nghệ gia dụng. Sự phát triển này đã dẫn đến sự gia tăng trong ngành bán lẻ điện máy, với các tập đoàn lớn như Thế Giới Di Động và FPT Shop dẫn đầu thị trường. Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt buộc các doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao dịch vụ khách hàng và mở rộng danh mục sản phẩm để duy trì vị thế của mình. Điều này đặt ra yêu cầu cao hơn đối với việc tuyển dụng nhân viên, đặc biệt là nhân viên bán hàng, những người có khả năng và kinh nghiệm phù hợp để đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Tuy nhiên, việc tuyển dụng nhân viên bán hàng đang trở thành một thách thức lớn. Các công ty không chỉ cần tìm kiếm những ứng viên có kỹ năng chuyên sâu mà còn phải có chiến lược tuyển dụng hiệu quả để thu hút nhân sự phù hợp. Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch tuyển dụng toàn diện, bao gồm việc định hình rõ ràng yêu cầu công việc, cải thiện quy trình tuyển dụng và phát triển các chương trình đào tạo phù hợp. Điều này sẽ giúp các

công ty đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường và duy trì được sự cạnh tranh trong ngành.

2.4.2.2. Truyền thông và thương hiệu

Nội dung thông điệp cho tuyển dụng vị trí bán hàng cho Daikin bao gồm mô tả công việc, yêu cầu, phúc lợi và địa chỉ liên hệ. Mô tả các nhiệm vụ chính giúp ứng viên hiểu rõ các nhiệm vụ và trách nhiệm hàng ngày nhưng còn khá chung chung. Về yêu cầu ngoại hình và chiều cao có thể không phù hợp với tiêu chuẩn tuyển dụng hiện đại mặc dù khá phổ biến trong các yêu cầu tuyển dụng tại Việt Nam. Những yêu cầu này không phản ánh đúng hiệu suất công việc và có thể bị coi là không công bằng, giới hạn cơ hội của những ứng viên tiềm năng. Yêu cầu về kỹ năng và năng lực như giao tiếp tự tin, trách nhiệm trong công việc, có kinh nghiệm bán hàng từ 6 tháng trở lên được đưa ra khá rõ ràng, không chỉ giúp nhà tuyển dụng có thể xác định ứng viên có khả năng phù hợp mà cả ứng viên cũng có thể xem xét sự phù hợp của bản thân với công việc. Nội dung cũng mô tả chi tiết về thưởng và chỉ tiêu cần đạt được để nhận thưởng. Thông tin liên hệ cũng rõ ràng.

Mặc dù thương hiệu Daikin và chất lượng sản phẩm Daikin được nhiều người biết đến, nhưng các đặc điểm của doanh nghiệp có thể thu hút người lao động đến làm việc như "Nơi làm việc tốt nhất Châu Á năm 2020" (Ánh Dương, 2020) lại không phổ biến. Những thông tin về nhà tuyển dụng như văn hóa tổ chức, môi trường làm làm việc, cơ hội phát triển lại chưa được đề cập trong thông điệp tuyển dụng của JGS để làm tăng phản ứng của ứng viên với thông điệp tuyển dụng.

2.3. Đánh giá ứng viên

2.3.1. Mô hình đánh giá

Bảng 7: Bảng các yếu tố đánh giá

KSAO cần đánh giá	Rào cản 1	Rào cản 2	Rào cản 3	Rào cản 4	Rào cản 5
Yếu tố đánh giá	Nhân viên tạo nguồn sàng lọc HS	NV tuyển dụng phỏng vấn qua điện thoại (PV1)	Daikin phỏng vấn trực tiếp (PV2)	Daikin đào tạo trực tiếp	Thử việc

Nguồn: Tài liệu tham khảo

Bảng các yếu tố đánh giá cho thấy được mỗi rào cản là một giai đoạn mà ứng viên cần phải đáp ứng để phù hợp với vị trí ứng tuyển. Mỗi rào cản sẽ tăng dần các mức độ đánh giá từ đơn giản đến phức tạp và mỗi đánh giá của một rào cản sẽ được xem là độc lập với rào cản khác. Điểm cao ở một nội dung này không thể bù đắp cho điểm thấp ở nội dung khác, nhằm đảm bảo chỉ những ứng viên đáp ứng đủ tiêu chuẩn ở tất cả các rào cản mới tiếp tục được xem xét *(Heneman et all, 2018)*. Việc này nhằm loại bỏ các ứng viên không đáp ứng đủ điều kiện và tiết kiệm thời gian cho nhà tuyển dụng.

Bảng 8: Yêu cầu đánh giá qua các giai đoạn đánh giá

Giai đoạn	Yêu cầu
Đánh giá hồ sơ	Đáp ứng tất cả các tiêu chuẩn về giáo dục và kinh nghiệm
Phỏng vấn 1	Điểm phỏng vấn ≥ 4.5 điểm
Phỏng vấn 2	Theo điểm đánh giá của KH → Không kiểm soát
Đào tạo	Theo điểm đánh giá của KH → Không kiểm soát
Thử việc	Theo điểm đánh giá của KH → Không kiểm soát

Nguồn: Tài liệu tham khảo

Bảng 7 và Bảng 8 mô tả hình ảnh đánh giá tuyển dụng của Green Speed, bao gồm các giai đoạn và yếu tố đánh giá khác nhau, từ việc đánh giá hồ sơ,

phỏng vấn qua điện thoại, phỏng vấn trực tiếp cho đến thử việc. Mỗi giai đoạn có những rào cản riêng biệt, được gọi là KSAO (Kiến thức, Kỹ năng, Khả năng và Các đặc điểm khác), nhằm mục đích sàng lọc ứng viên một cách hiệu quả và đảm bảo chỉ những ứng viên phù hợp nhất với yêu cầu tuyển dụng mới được tiến cử vào các giai đoạn tiếp theo.

Quy trình đánh giá bắt đầu với việc sàn lọc hồ sơ, đánh giá hồ sơ sơ bộ (Rào cản 1), trong đó Green Speed đánh giá các KSAO qua hồ sơ để lọc sơ bộ, loại bỏ những hồ sơ không phù hợp và giữ lại những ứng viên tiềm năng. Thông thường tại rào cản này nhà tuyển dụng sẽ tập vào những đặc điểm cơ bản như tuổi, chiều cao và kinh nghiệm.

Phỏng vấn qua điện thoại (Rào cản 2) tập trung vào khả năng giao tiếp, sự hiểu biết về vị trí công việc và thái độ của ứng viên, nhằm giảm bớt số lượng ứng viên trước khi thực hiện phỏng vấn trực tiếp.

Phỏng vấn trực tiếp (Rào cản 3) là bước quan trọng để đánh giá sâu hơn các KSAO như kỹ năng chuyên môn, khả năng giải quyết vấn đề, tư duy logic và sự phù hợp với văn hóa tổ chức, tạo cơ hội cho ứng viên chứng tỏ năng lực thực sự.

Giai đoạn 4 (Đào tạo) đây là giai đoạn ứng viên được Daikin cung cấp những kiến thức cơ bản về thông tin sản phẩm, tư vấn cơ bản để đảm bảo đủ khả năng tư vấn sản phẩm đến khách hàng. Giai đoạn này sẽ do Daikin thực hiện.

Giai đoạn thử việc (Rào cản cuối cùng) đánh giá hiệu suất làm việc của ứng viên trong môi trường thực tế, cũng như khả năng thích nghi và cam kết với công việc, từ đó quyết định xem ứng viên có được giữ lại với vị trí chính thức hay không.

Mô hình đánh giá này không chỉ đảm bảo ứng viên được chọn là người phù hợp nhất với yêu cầu công việc mà còn giúp tiết kiệm thời gian và nguồn lực bằng cách lọc ra những ứng viên không phù hợp từ sớm. Đồng thời, quy trình này đánh giá ứng viên ở nhiều khía cạnh khác nhau, từ kỹ năng chuyên môn đến khả năng làm việc trong thực tế, đảm bảo rằng ứng viên không chỉ phù hợp trên lý thuyết mà còn có khả năng thực hiện tốt trong công việc.

Tuy nhiên, quy trình nhiều bước có thể kéo dài thời gian tuyển dụng và dẫn đến việc ứng viên có thể nản lòng hoặc nhận lời mời làm việc từ bên khác trong khi chờ phản hồi. Để cải thiện, có thể áp dụng các công cụ đánh giá trực tuyến hoặc hệ thống quản lý tuyển dụng (ATS) nhằm tự động hóa một số phần của quy trình, giúp tiết kiệm thời gian, giảm thiểu sự tốn kém về nguồn lực và nâng cao hiệu quả tuyển dụng.

2.3.2. Công cụ đánh giá

2.3.2.1. Đánh giá hồ sơ

Bảng 9: Nội dung đánh giá hồ sơ ứng viên

KSAO cần đánh giá	Yếu tố đánh giá
Tiêu chuẩn thể chất	Giấy khám sức khỏe dán ảnh và thông tin về chiều cao
Kinh nghiệm	Làm việc tại các cửa hàng/ chuỗi bán lẻ điện máy
Hồ sơ	Hồ sơ chuẩn bị đầy đủ nội dung để xem xét đánh giá

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Để đánh giá tiêu chuẩn thể chất của ứng viên, cần yêu cầu giấy khám sức khỏe có dán ảnh và cung cấp đầy đủ thông tin về chiều cao. Điều này giúp xác minh sức khỏe và ngoại hình của ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc, đảm bảo họ có khả năng đáp ứng các tiêu chí về thể chất khi làm việc trong môi trường bán hàng.

Về kinh nghiệm, ứng viên cần có kinh nghiệm làm việc tại các cửa hàng hoặc chuỗi bán lẻ điện máy. Yếu tố này giúp nhà tuyển dụng đánh giá khả năng của ứng viên trong việc nắm bắt quy trình bán hàng, quản lý sản phẩm, và xử lý tình huống thực tế trong môi trường kinh doanh điện máy. Cuối cùng, hồ sơ của ứng viên phải được chuẩn bị đầy đủ để nhà tuyển dụng có thể xem xét và đánh giá một cách chính xác các yếu tố cần thiết.

2.3.2.2. Phỏng vấn do Green Speed thực hiện (Phỏng vấn 1)

Bảng 10: Nội dung phỏng vấn 1 – vị trí nhân viên bán hàng

Câu hỏi có cấu trúc	KSAO cần đánh giá
Làm thế nào để bạn thu hút khách hàng hơn các đối thủ khác, tại cửa hàng?	**Kỹ năng**: Kỹ năng phân tích, giải quyết vấn đề, cạnh tranh trong bán hàng. **Kiến thức**: Hiểu biết về thị trường, đối thủ cạnh tranh, nhu cầu khách hàng.
Khi khách hàng đến cửa hàng và mua sản phẩm của hãng khác, bạn làm thế nào để chuyển đổi nhu cầu mua hàng của khách hàng ?	**Kỹ năng**: Kỹ năng giao tiếp, bán hàng, thuyết phục. **Khả năng**: Ứng dụng kinh nghiệm bán hàng vào thực tế.
Đối với máy lạnh 1 ngựa và 2 ngựa thì phù hợp với căn phòng như thế nào?	**Kiến thức**: Kiến thức kỹ thuật về sản phẩm, cách sử dụng và lắp đặt máy lạnh phù hợp với không gian.
Khi có sự phản hồi không tốt của khách hàng về dịch vụ hoặc chất lượng sản phẩm, bạn sẽ xử lý như thế nào?	**Kỹ năng**: Kỹ năng xử lý tình huống, chăm sóc khách hàng. **Khả năng**: Giữ bình tĩnh và giải quyết vấn đề một cách chuyên nghiệp.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Việc sử dụng các câu hỏi có cấu trúc trong quy trình tuyển dụng là một phương pháp hiệu quả để đánh giá các yếu tố KSAO (Kiến thức, Kỹ năng, Khả năng và Yếu tố khác) của ứng viên. Bằng cách yêu cầu ứng viên trả lời những tình huống cụ thể, nhà tuyển dụng có thể đánh giá sâu sắc về khả năng phân tích, giải quyết vấn đề và sự hiểu biết về thị trường cũng như nhu cầu khách hàng. Những câu hỏi như "Làm thế nào để bạn thu hút khách hàng hơn các đối thủ?"

hay "Khi khách hàng chọn sản phẩm của hãng khác, bạn sẽ xử lý thế nào?" giúp làm rõ khả năng thuyết phục và kỹ năng bán hàng của ứng viên trong việc thu hút và chuyển đổi khách hàng, điều này đặc biệt quan trọng trong môi trường bán lẻ cạnh tranh.

Ngoài ra, việc đánh giá kiến thức kỹ thuật qua câu hỏi về máy lạnh cũng đảm bảo ứng viên có khả năng cung cấp thông tin chính xác và tư vấn sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Đối với tình huống phản hồi tiêu cực, nhà tuyển dụng có thể đánh giá khả năng xử lý tình huống, khả năng giữ bình tĩnh và cung cấp dịch vụ khách hàng chất lượng của ứng viên. Những yếu tố này đảm bảo rằng ứng viên không chỉ có đủ chuyên môn mà còn có khả năng tạo dựng lòng tin và giữ chân khách hàng trong dài hạn.

2.4. Tóm tắt

Chương 2 sẽ tiến hành phân tích chi tiết các số liệu liên quan đến hoạt động tuyển dụng của Công ty Cổ phần Green Speed, nhằm đánh giá toàn diện những điểm mạnh và điểm yếu trong quy trình tuyển dụng hiện tại. Bằng cách xem xét các số liệu và dữ liệu thực tế, chương này sẽ chỉ ra những khía cạnh cần cải thiện để giúp quy trình tuyển dụng trở nên hiệu quả và tối ưu hơn.

Bên cạnh việc đánh giá quy trình, chương này cũng tập trung vào việc trình bày các rào cản mà ứng viên phải vượt qua trong quá trình tuyển dụng tại Green Speed. Công ty đã áp dụng mô hình nhiều rào cản, một phương pháp tuyển dụng đòi hỏi ứng viên phải đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe qua từng giai đoạn. Mô hình này không chỉ giúp nâng cao chất lượng ứng viên mà còn cho phép doanh nghiệp nhanh chóng loại bỏ những ứng viên không phù hợp, từ đó tối ưu hóa thời gian và chi phí tuyển dụng.

Một trong những điểm mạnh nổi bật của Green Speed cần được duy trì là sự phân chia nhiệm vụ và trách nhiệm rõ ràng cho từng bộ phận trong quy trình tuyển dụng. Sự rõ ràng này giúp tối ưu hóa hiệu quả công việc, đảm bảo rằng mỗi bước trong quy trình đều được thực hiện một cách chính xác và kịp thời. Mặc dù nguồn ứng viên mà Green Speed hiện đang khai thác chưa đạt được sự đa dạng phong phú, nhưng công ty vẫn đảm bảo được số lượng ứng viên đủ đáp ứng cho các vị trí tuyển dụng.

Việc áp dụng các câu hỏi có mục tiêu cụ thể không chỉ giúp doanh nghiệp chọn lọc ứng viên phù hợp với yêu cầu của khách hàng mà còn nâng cao chất lượng tuyển dụng. Quy trình này đảm bảo rằng chỉ những ứng viên có năng lực thực sự mới có thể tiến xa hơn trong quy trình tuyển dụng, từ đó tăng cường chất lượng nguồn nhân lực được tuyển chọn.

Nhìn chung, chương này không chỉ phân tích hiện trạng mà còn đề xuất các phương án cải thiện để quy trình tuyển dụng của Green Speed ngày càng hoàn thiện và chuyên nghiệp hơn, góp phần nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của khách hàng trong tương lai.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN GREEN SPEED CHO CÔNG TY CỔ PHẦN DAIKIN

3.1. Kết luận kết quả phân tích

3.1.1. Yếu tố chính ảnh hưởng đến tuyển dụng cho đối tác

Tổng hợp các phân tích từ Chương 1, có nhiều yếu tố tác động đến quá trình tuyển dụng nhân sự cho đối tác. Đặc biệt có những yếu tố mang lại tác động chính là yếu tố ứng viên, yếu tố thị trường lao động và yếu tố công nghệ, ba yếu tố này có sự tác động mạnh mẽ tới quy trình tuyển dụng.

Yếu tố ứng viên, đối với ứng viên dần có sự lựa chọn công việc cao, tình trạng thiếu người thừa việc đang tăng cao, vì thế để thu hút ứng viên nói chung và ứng viên có kinh nghiệm chuyên ngành nói riêng, các thông điệp tuyển dụng cần phải có sự thu hút chủ của ứng viên như lương, thưởng, thời gian, … Vì thế nội dung trong những bài đăng cần có sự rõ rằng và đơn giản để thu hút ứng viên. Về phía nhà tuyển dụng, nếu ứng viên có đủ năng lực và kinh nghiệm, quá trình tuyển dụng sẽ diễn ra suôn sẻ, giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và chi phí. Ngược lại, nếu ứng viên không đủ tiêu chuẩn hoặc thị trường lao động khan hiếm, quá trình tuyển dụng có thể kéo dài và khó khăn, đòi hỏi các chiến lược tìm kiếm và sàng lọc hiệu quả hơn.

Yếu tố thị trường lao động, với sự phát triển của ngành tuyển dụng đặc biệt có nhiều công ty cùng ngành với Công ty Cổ phần Green Speed ngày càng phát triển. Có sự ảnh hưởng đến cả nguồn cung và chất lượng ứng viên. Khi thị trường lao động khan hiếm, việc tuyển dụng trở nên khó khăn hơn, vì các công ty phải cạnh tranh để thu hút ứng viên chất lượng. Điều này có thể dẫn đến chi phí tuyển dụng cao hơn và thời gian tuyển dụng kéo dài. Ngược lại, khi thị trường lao động dư thừa, doanh nghiệp có nhiều lựa chọn hơn nhưng cần tập trung vào việc chọn lọc kỹ lưỡng để tìm được nhân sự phù hợp. Các yếu tố như mức độ

cạnh tranh, kỹ năng yêu cầu, và xu hướng thị trường lao động đều có thể ảnh hưởng đến chiến lược tuyển dụng, đòi hỏi sự linh hoạt và điều chỉnh phù hợp của các doanh nghiệp.

Yếu tố truyền thông và thương có tác động mạnh mẽ đến quá trình tuyển dụng, vì chúng giúp tạo dựng hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp trong mắt ứng viên tiềm năng. Một chiến lược truyền thông tốt và thương hiệu tuyển dụng mạnh mẽ sẽ thu hút nhiều ứng viên chất lượng, tạo cảm giác tin cậy và hấp dẫn, từ đó giúp doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận và giữ chân nhân tài. Ngoài ra, thông qua truyền thông, doanh nghiệp có thể truyền tải rõ ràng giá trị, văn hóa và môi trường làm việc, tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường tuyển dụng.

3.1.2. Tổng quan hiệu quả quy trình tuyển dụng

3.1.2.1 Đánh giá tổng quan về hiệu quả của quy trình tuyển dụng

Trong quy trình tuyển dụng nhân sự cho đối tác của Công ty Cổ phần Green Speed, được khái quát qua lưu đồ tại bảng 1 trong Chương 2. Các bước trong quy trình được phân chia một cách rõ ràng và cụ thể, có sự đánh giá mỗi phần riêng biệt.

Về hiệu quả của quy trình tuyển dụng, phần nào đã được trình bày trong Chương 2 – Bảng 3, quy trình tuyển dụng hiện tại mang lại những hiểu quả về số lượng tuyển đúng hạn so với số lượng được yêu cầu tuy có sự dao động nhỏ từ 5-7 người thiếu hụt nhưng tuyển bù đắp vẫn được đảm bảo trong tầm kiểm soát. Tỷ lệ hoàn thành đơn thành luôn đạt được 100% trong 3 năm (2021-2023) và số lượng yêu cầu từ khách hàng ngày càng tăng, sự phát triển này cho thấy Daikin đã đánh giá cao khả năng uy tín của Green Speed.

Tỷ lệ tuyển đúng hạn đã được cải thiện từ năm 2021 đến 2023 đã tăng từ 90.0% lên 94.9%, thể hiện quy trình tuyển dụng ngày càng hiệu quả trong việc đáp ứng thời gian. Về tỷ lệ ứng viên không đạt đã giảm đáng kể từ 10.0% (2021) giảm xuống 5.1% (2023), có sự cải thiện trong quy trình tuyển việc này cho thấy quy trình dần phù hợp với yêu cầu của khách hàng.

3.1.2.2. Điểm mạnh và điểm yếu trong quy trình tuyển dụng.

Quy trình tuyển dụng hiện tại tuy đã có sự thay đổi tích cực về số lượng nhân sự tuyển được, thời gian tuyển dụng và số lượng tuyển bù đắp không nhiều. Mặc khác trong quy trình vẫn còn những điểm yếu làm cho quy trình không thể hoàn thiệt tốt nhất, bao gòm những điểm yếu sau:

- **Điểm yếu**

Chưa xây dựng cách đánh giá khách quan: Trong quy trình tuyển dụng, tại vòng phỏng vấn 1 – phỏng vấn có cấu trúc, Green Speed đã xây dựng các câu hỏi nhằm đánh giá những KSAO của ứng viên, cũng như các KSAO cần thiết cho từng vị trí cụ thể. Quy trình phỏng vấn này được thiết kế để tập trung vào việc khai thác những ứng viên phù hợp với yêu cầu của từng vị trí. Tuy nhiên, hiện tại công ty chưa phát triển được một hệ thống cho điểm cụ thể và vẫn dựa chủ yếu vào đánh giá cảm tính. Điều này dẫn đến sự thiếu công bằng và nhất quán trong quá trình đánh giá ứng viên.

Nguồn tuyển dụng chưa đa dạng: Green Speed đã và đang sử dụng các nguồn như mạng xã hội gồm (Facebook, Zalo, Instagam), nguồn đối tác gồm có Cộng tác viên và nguồn quảng cáo. Tuy nhiên, sự phụ thuộc chủ yếu vào các nguồn này cho thấy sự thiếu đa dạng trong chiến lược tuyển dụng của công ty. Để thu hút ứng viên chất lượng hơn, Green Speed cần mở rộng và làm phong phú thêm các nguồn tuyển dụng. Công ty có thể xem xét việc áp dụng các kênh tuyển dụng khác như các nền tảng chuyên ngành, hội chợ việc làm, hoặc các trang web việc làm chuyên biệt để tiếp cận với một đối tượng rộng lớn hơn.

Nên tối ưu hóa thời gian tuyển dụng: Thời gian tuyển dụng được tính từ thời điểm xác nhận các yêu cầu tuyển dụng và bắt đầu đăng thông điệp tuyển dụng. Sau khi nhận được hồ sơ ứng viên, nhà tuyển dụng cần thực hiện bước sàng lọc hồ sơ bằng cách đọc và đánh giá từng hồ sơ một cách thủ công. Quy trình này không chỉ tốn nhiều thời gian mà còn có thể dẫn đến việc ứng viên không đạt yêu cầu được đưa vào danh sách xét tuyển, đặc biệt là đối với các vị trí cần tuyển gấp. Điều này có thể ảnh hưởng đến chất lượng ứng viên và làm giảm uy tín của công ty với khách hàng. Để cải thiện hiệu quả và rút ngắn thời gian tuyển dụng, việc

áp dụng công nghệ vào bước sàng lọc hồ sơ là rất cần thiết. Ví dụ điển hình là hệ thống ATS, là công cụ và phần mềm tuyển dụng hiện đại có khả năng tự động hóa việc phân tích và sàng lọc hồ sơ dựa trên các tiêu chí đã được thiết lập. Những công nghệ này có thể giúp nhanh chóng xác định các ứng viên phù hợp nhất dựa trên từ khóa, kinh nghiệm, và kỹ năng cần thiết cho từng vị trí.

- **Điểm mạnh**

Xây dựng quy trình rõ ràng: Trong quy trình tuyển dụng, việc phân chia rõ ràng nhiệm vụ và trách nhiệm của từng bước mang lại nhiều lợi ích quan trọng cho nhà tuyển dụng. Khi các bước được xác định cụ thể, mỗi cá nhân, bộ phận tham gia đều hiểu rõ vai trò của mình, giúp tăng cường sự phối hợp, giảm thiểu tình trạng chồng chéo hoặc bỏ sót công việc, từ đó nâng cao hiệu quả toàn bộ quy trình. Sự phân chia này còn đảm bảo tiến độ và chất lượng, khi mỗi giai đoạn được giám sát và thực hiện đúng thời hạn, tạo sự minh bạch và tăng tính trách nhiệm của từng cá nhân. Điều này không chỉ giúp phát hiện và xử lý kịp thời các sai sót, mà còn giảm thiểu rủi ro trong quá trình tuyển dụng. Hơn nữa, phân chia nhiệm vụ cụ thể giúp tối ưu hóa nguồn lực, khi mỗi người có thể tập trung vào nhiệm vụ chuyên môn của mình, tiết kiệm thời gian và tận dụng tối đa năng lực của từng thành viên trong nhóm.

Áp dụng mô hình nhiều rào cản vào quy trình, giúp đáp ứng đủ số lượng nhận sự yêu cầu của khách hàng đúng thời gian và chất lượng. Đặc biệt doanh nghiệp sử dụng mô hình nhiều rao cản để đánh giá ứng viên, mô hình này giúp nâng cao chất lượng ứng viên, loại bỏ những ứng viên không đủ tiêu chuẩn ngay từ những rào cản đầu tiên. Mô hình rào cản giúp giảm bớt khối lượng công việc cho nhà tuyển dụng trong các vòng phỏng vấn tiếp theo. Điều này giúp tiết kiệm thời gian và nguồn lực, đồng thời tập trung hơn vào việc đánh giá các ứng viên.

Tóm lại Green Speed cần cải thiện một số điểm quan trọng trong quy trình tuyển dụng để nâng cao chất lượng và hiệu quả. Trước hết, công ty cần phát triển một hệ thống đánh giá khách quan và rõ ràng hơn trong vòng phỏng vấn, thay vì dựa vào cảm tính. Điều này sẽ giúp đảm bảo tính công bằng và nhất quán trong

việc đánh giá ứng viên. Thứ hai, việc mở rộng và đa dạng hóa các nguồn tuyển dụng là cần thiết để tiếp cận nhiều ứng viên chất lượng hơn. Công ty nên xem xét sử dụng thêm các kênh tuyển dụng khác như các nền tảng chuyên ngành hoặc hội chợ việc làm.

Cuối cùng, Green Speed nên tối ưu hóa thời gian tuyển dụng bằng cách áp dụng công nghệ vào bước sàng lọc hồ sơ, như sử dụng hệ thống ATS để tự động hóa quá trình này. Điều này không chỉ giúp rút ngắn thời gian tuyển dụng mà còn nâng cao chất lượng ứng viên, đảm bảo công ty luôn đáp ứng được yêu cầu về nhân sự của khách hàng một cách kịp thời và chất lượng.

3.2. Đề xuất giải pháp

3.2.1. Giải pháp 1: Hoàn thiện quy trình tuyển chọn

Trong quy trình tuyển chọn được trình bày ở Chương 2, doanh nghiệp đã xây dựng nội dung phỏng vấn cho vị trí Nhân viên bán hàng, câu hỏi được thiết kế nhằm đảm bảo việc đánh giá chính xác các KSAO mà doanh nghiệp đang tìm kiếm cho từng cơ sở kinh doanh. Điều này cho thấy sự chú trọng của doanh nghiệp trong việc lựa chọn các ứng viên phù hợp nhất với yêu cầu công việc. Tuy nhiên, một hạn chế đáng kể trong quy trình này là thiếu một hệ thống cho điểm cụ thể.

Hiện tại, việc đánh giá ứng viên chủ yếu dựa trên cảm tính của nhà tuyển dụng, điều này có thể dẫn đến những bất công và thiếu nhất quán trong quá trình lựa chọn. Để khắc phục điểm yếu này, doanh nghiệp cần xây dựng một hệ thống cho điểm rõ ràng và khoa học, giúp quy trình tuyển chọn trở nên chính xác, công bằng và minh bạch hơn. Việc cải thiện này không chỉ nâng cao chất lượng tuyển dụng mà còn tăng cường uy tín của doanh nghiệp trong mắt các ứng viên và đối tác. Xét theo cách hoạt động và cách tuyển dụng của Green Speed, tác giả đề xuất hình thức đánh giá sau:

Bảng 11: Bảng đánh giá ứng viên – vị trí nhân bán hàng

BẢNG ĐÁNH GIÁ ỨNG VIÊN		Tên ứng viên:		
		Vị trí tuyển:		
		Ngày:		
KSAO cần đánh giá	**Câu hỏi**	**Đánh giá**	**Tổng kết**	**Ghi chú**
Kỹ năng mềm	Làm thế nào để bạn thu hút khách hàng hơn các đối thủ khác, tại cửa hàng?			
Kỹ năng bán hàng	Khi khách hàng để cửa hàng và mua sản phẩm của hãng khác, bạn làm thế nào để chuyển đổi nhu cầu mua hàng của khách hàng ?			
Kiến thức công việc	Đối với máy lạnh 1 ngựa và 2 ngựa thì phù hợp với căn phòng như thế nào?			
Kinh nghiệm làm việc	Khi có sự phản hồi không tốt của khách hàng về dịch vụ hoặc chất lượng sản phẩm, bạn sẽ xử lý như thế nào?			
Kiến thức ngành	Đối thủ cạnh tranh của Daikin là những hãng nào?			
Khách hàng	Đối với Daikin, hãng đang nhắm đến phân khúc khách hàng nào?			
Đánh giá chi tiết				
Kết luận				

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Mức độ 1: Kém *Mức độ 3: Khá* *Mức độ 5: Rất tốt*

Mức độ 2: Cơ bản *Mức độ 4: Tốt*

Quy trình tuyển chọn của Green Speed đã được nâng cấp đáng kể bằng cách tích hợp đánh giá dựa trên KSAO theo yêu cầu của khách hàng. Việc bổ sung này tăng cường tính minh bạch và nâng cao chất lượng ứng viên. Hệ thống đánh giá kết hợp với mô hình nhiều rào cản tối ưu hóa hiệu quả tuyển dụng, rút ngắn thời gian cho vòng phỏng vấn đầu tiên.

Xây dựng cách đánh giá cụ thể giúp đảm bảo tính khách quan và công bằng trong quy trình tuyển dụng. Khi sử dụng hệ thống điểm số với các mức độ đánh giá rõ ràng như Kém, Cơ bản, Khá, Tốt, và Rất tốt, nhà tuyển dụng có thể dễ dàng so sánh và đánh giá năng lực của các ứng viên dựa trên các tiêu chí đã định trước. Việc tính trung bình cộng từ 6 câu hỏi không chỉ đơn giản hóa quá trình đánh giá mà còn đảm bảo rằng mỗi ứng viên đều được xem xét kỹ lưỡng trên nhiều khía cạnh. Điều này giúp loại bỏ những đánh giá cảm tính và tăng cường sự minh bạch, cho phép doanh nghiệp chọn lựa những ứng viên xuất sắc nhất với độ tin cậy cao hơn.

3.2.2. Giải pháp 2: Đa dạng hóa và cải thiện nguồn tuyển dụng

3.2.2.1. Đa dạng hóa nguồn tuyển dụng

Đối với các kênh tuyển dụng hiện tại mà Green Speed đang khai thác, bao gồm Website, Tiktok, Fanpage, Zalo và Cộng tác viên, mặc dù các kênh này có thể đáp ứng được số lượng ứng viên theo yêu cầu của khách hàng, nhưng vẫn cần phải cải thiện và mở rộng thêm. Việc phụ thuộc vào các kênh hiện tại có thể dẫn đến rủi ro, bởi nguồn ứng viên từ những kênh này không thể luôn đảm bảo sự dồi dào và có thể cạn kiệt theo thời gian. Nếu điều đó xảy ra, quá trình tìm kiếm và khai thác một kênh mới sẽ mất nhiều thời gian và ảnh hưởng đến tiến độ tuyển dụng. Vì vậy, doanh nghiệp cần chủ động mở rộng kênh tuyển dụng và làm phong phú thêm nguồn ứng viên, nhằm duy trì sự ổn định và nâng cao chất lượng tuyển dụng trong dài hạn.

Các trang web việc làm chuyên ngành: Việc sử dụng các trang web chuyên ngành như JobStreet và VietnamWorks, với danh mục việc làm đặc biệt dành riêng cho các ngành cụ thể như nhân viên bán hàng và nhân viên tiếp thị trong lĩnh vực điện máy điện lạnh, là một chiến lược hiệu quả. Những trang web này cho phép doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với các ứng viên có kinh nghiệm và chuyên môn phù hợp, giúp rút ngắn thời gian tuyển dụng và nâng cao chất lượng ứng viên được tuyển chọn.

Nhóm ngành trên mạng xã hội: Tận dụng các nhóm chuyên ngành trên Facebook hoặc Zalo có thể là một chiến lược hiệu quả để tiếp cận những ứng viên có

kinh nghiệm trong ngành. Thay vì chỉ tham gia vào các nhóm đã có sẵn, doanh nghiệp nên chủ động xây dựng một nhóm chuyên ngành riêng biệt, nơi thu hút và tập hợp những ứng viên tiềm năng. Trong nhóm này, nhà tuyển dụng cần chú trọng vào việc chăm sóc và tương tác tích cực với các thành viên, tạo ra một cộng đồng chuyên nghiệp và gắn kết. Bằng cách này, nhóm không chỉ phát triển mạnh mẽ mà còn trở thành một nguồn tài nguyên quý giá để thu hút nhân tài từ các công ty đối thủ, nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng nguồn ứng viên chất lượng cho doanh nghiệp.

Các công ty trong ngành tương tự: Đặt thông báo tuyển dụng trên các trang web hoặc gửi thông báo tới các công ty đối thủ hoặc đồng nghiệp trong ngành. Đây có thể là một bước đi chiến lược để thu hút ứng viên chất lượng. Doanh nghiệp có thể đặt thông báo tuyển dụng trên các trang web chuyên ngành hoặc thậm chí gửi thông báo trực tiếp tới các công ty đối thủ và đồng nghiệp trong cùng lĩnh vực. Việc này không chỉ giúp mở rộng phạm vi tiếp cận đến những ứng viên có kinh nghiệm và hiểu biết sâu sắc về ngành mà còn tăng cơ hội thu hút nhân tài từ các công ty đối thủ. Bằng cách này, doanh nghiệp không chỉ xây dựng được một nguồn ứng viên phong phú và đa dạng hơn mà còn nâng cao khả năng tuyển dụng nhanh chóng và hiệu quả.

3.2.2.2. Tối ưu hóa hiệu suất các kênh tuyển dụng

Mở rộng kênh tuyển dụng hiệu quả đòi hỏi đánh giá và tối ưu hóa các kênh hiện tại. Thay vì chỉ tập trung vào mở rộng, cần ưu tiên nâng cao hiệu quả của các kênh đang hoạt động tốt và cải thiện những kênh tiềm năng. Việc này giúp rút ngắn thời gian tuyển dụng, tối ưu hóa quy trình và gia tăng hiệu quả tuyển dụng.

Điều chỉnh nội dung quảng cáo: Thiết kế nội dung tuyển dụng hấp dẫn và nhắm đúng đối tượng mục tiêu của từng kênh là yếu tố then chốt để thu hút ứng viên chất lượng. Ví dụ, trên TikTok, doanh nghiệp nên tạo ra những video ngắn gọn, sáng tạo và đầy ấn tượng, nhấn mạnh vào văn hóa doanh nghiệp và các cơ hội phát triển nghề nghiệp. Điều này sẽ không chỉ gây chú ý mà còn tạo sự quen thuộc về thương hiệu tuyển dụng và tạo động lực cho ứng viên tiềm năng muốn tìm hiểu thêm

Đơn giản hóa quy trình ứng tuyển: là một yếu tố quan trọng để thu hút và giữ chân ứng viên. Đối với các kênh như TikTok và Zalo, doanh nghiệp nên thiết kế quy trình ứng tuyển sao cho thật đơn giản và dễ dàng. Ví dụ, cung cấp tùy chọn nộp đơn qua tin nhắn nhanh hoặc sử dụng các biểu mẫu trực tuyến thân thiện với thiết bị di động, giúp ứng viên có thể ứng tuyển chỉ trong vài bước đơn giản.

Với những đề xuất trên, mục tiêu chính là giúp doanh nghiệp mở rộng và đa dạng hóa kênh tuyển dụng, từ đó tạo ra một nguồn ứng viên phong phú và chất lượng hơn. Việc giảm phụ thuộc vào kênh Cộng tác viên cũng là một chiến lược quan trọng để tối ưu hóa chi phí tuyển dụng. Bằng cách tận dụng các kênh khác như TikTok, Zalo, và các trang web chuyên ngành, doanh nghiệp có thể tiết kiệm chi phí trong khi vẫn đảm bảo tuyển dụng hiệu quả và đáp ứng nhu cầu nhân lực một cách bền vững.

3.2.3. Giải pháp 3: Tối ưu hóa quy trình tuyển dụng

3.2.3.1. Cải thiện quy trình quản lý hồ sơ

Sử dụng ATS hiệu quả: Để tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, việc tích hợp một hệ thống quản lý ứng viên (ATS) có khả năng phát hiện và xử lý hồ sơ trùng lặp tự động là rất quan trọng. ATS có thể so sánh các yếu tố như tên, email, và số điện thoại để xác định và hợp nhất các hồ sơ trùng lặp, giúp tiết kiệm thời gian và nâng cao hiệu quả. Ngoài ra, khi sử dụng hệ thống ATS có những gói dữ liệu phù hợp về dung lượng và chi phí, vì thế với những doanh nghiệp mới sử có thể sử dụng gói phù hợp với khối lượng dữ liệu hiện tại, khi làm quen với quy trình có thể sử dụng gói lớn hơn.

Đào tạo về sử dụng ATS: Để đảm bảo rằng tất cả nhân viên tuyển dụng sử dụng ATS một cách hiệu quả, việc đào tạo về cách sử dụng hệ thống là rất cần thiết. Đào tạo này bao gồm việc nhận diện và xử lý hồ sơ trùng lặp, giúp nâng cao kỹ năng và hiệu quả làm việc của đội ngũ tuyển dụng.

3.2.3.2. Kiểm soát chi phí tuyển dụng

Để kiểm soát chi phí tuyển dụng mà không làm giảm chất lượng ứng viên, doanh nghiệp cần triển khai các biện pháp hiệu quả nhằm nâng cao tỷ lệ tuyển dụng đúng hạn và cải thiện hiệu quả cũng như uy tín của quy trình tuyển dụng. Điều này có thể đạt được thông qua việc tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, sử dụng công nghệ hiện đại như hệ thống quản lý ứng viên (ATS) để tự động hóa việc sàng lọc hồ sơ.

Ngoài ra, việc điều chỉnh các yêu cầu tuyển dụng để phù hợp hơn với điều kiện thị trường lao động hiện tại cũng là một yếu tố quan trọng. Cụ thể, doanh nghiệp nên xem xét lại các tiêu chí tuyển dụng để thu hút những ứng viên có kỹ năng và kinh nghiệm phù hợp mà không cần phải mở rộng ngân sách quá mức. Điều này không những giúp cải thiện chất lượng ứng viên mà còn củng cố uy tín và sự tin cậy của doanh nghiệp trong mắt các ứng viên tiềm năng và khách hàng, từ đó tạo dựng một thương hiệu tuyển dụng mạnh mẽ và bền vững.

3.3 Tóm tắt

Chương 3 trình bày những đề xuất giúp cho quy trình tuyển dụng có sự hoàn thiện đáng kể, khả năng phù hợp với nhiều vị trí và nhiều khách hàng khác nhau. Tại chương này tập trung đánh giá về điểm mạnh và điểm yếu trong quy trình tuyển dụng.

Những đề xuất chủ yếu tập trung vào việc xây dựng một hệ thống cho điểm rõ ràng trong quy trình tuyển chọn, giúp nhà tuyển dụng đánh giá ứng viên một cách công bằng và chính xác hơn. Việc áp dụng hệ thống cho điểm này không chỉ nâng cao tính minh bạch trong quá trình tuyển dụng mà còn góp phần củng cố uy tín của doanh nghiệp trong mắt các ứng viên và khách hàng. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần mở rộng kênh tuyển dụng, không chỉ để tăng cường sự đa dạng trong nguồn ứng viên mà còn để cải thiện khả năng tiếp cận với những ứng viên chất lượng hơn.

Đồng thời, việc giới thiệu và áp dụng hệ thống ATS (hệ thống quản lý ứng viên) trong quá trình lưu trữ và sàng lọc hồ sơ sẽ mang lại hiệu quả đáng kể. Hệ thống ATS giúp tự động hóa việc phân tích hồ sơ, giảm thiểu lỗi do con người và tiết kiệm thời gian, từ đó tối ưu hóa quy trình tuyển dụng. Những đề xuất này cùng nhau giúp quy trình tuyển dụng trở nên hoàn chỉnh và minh bạch hơn, đồng thời nâng cao uy tín của doanh nghiệp đối với ứng viên và khách hàng, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong việc thu hút và tuyển chọn nhân tài.

PHẦN KẾT LUẬN

Trong bối cảnh thị trường nhân sự ngày càng cạnh tranh và đa dạng, việc tuyển dụng hiệu quả trở thành một yếu tố then chốt quyết định sự thành công của doanh nghiệp. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích, tác giải nhận thấy rằng việc xác định rõ nhu cầu, xây dựng quy trình tuyển dụng chuyên nghiệp và áp dụng các công nghệ hiện đại là những yếu tố quan trọng giúp thu hút và giữ chân nhân tài.

Ngoài ra, việc tạo dựng thương hiệu nhà tuyển dụng mạnh mẽ cũng góp phần không nhỏ vào việc nâng cao sự hấp dẫn của doanh nghiệp đối với ứng viên. Đặc biệt, trong thời đại số hóa, ứng viên thường tìm kiếm thông tin về văn hóa công ty và phản hồi từ nhân viên hiện tại. Do đó, việc gia tăng sự hiện diện trực tuyến và tích cực tương tác với cộng đồng sẽ giúp Green Speed nổi bật hơn trên thị trường lao động.

Bên cạnh đó, sự linh hoạt và khả năng thích ứng với những thay đổi của thị trường lao động sẽ giúp doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, từ đó phát huy tối đa tiềm năng của nguồn nhân lực. Việc thường xuyên đánh giá và cải tiến quy trình tuyển dụng không chỉ giúp tăng cường hiệu quả mà còn tạo ra trải nghiệm tích cực cho ứng viên, từ đó xây dựng mối quan hệ lâu dài với họ.

Thông qua những chương trong bài nghiên cứu, tác giả nhận thấy Green Speed đang áp dụng đúng quy trình vào công tác tuyển dụng, tuy nhiên vẫn còn một số thiếu sót cần khắc phục. Bài nghiên cứu này không chỉ nhằm chỉ ra những điểm mạnh mà còn giúp Green Speed hoàn thiện quy trình tuyển chọn bằng cách xây dựng thêm bảng đánh giá ứng viên và tối ưu hóa các kênh tuyển dụng.

Việc phát triển bảng đánh giá ứng viên sẽ giúp chuẩn hóa quy trình tuyển dụng, từ đó giảm thiểu sự chủ quan và nâng cao tính công bằng trong việc lựa chọn nhân sự. Đồng thời, tối ưu hóa các kênh tuyển dụng hiện có sẽ giúp Green Speed tiếp cận được nhiều ứng viên chất lượng hơn, đặc biệt là trong bối cảnh thị trường lao động đang chuyển dịch nhanh chóng.

Hy vọng rằng những đề xuất trong khóa luận này sẽ là nền tảng giúp Green Speed và khách hàng đạt được mục tiêu tuyển dụng hiệu quả, đóng góp vào sự phát triển bền vững của tổ chức. Chúng tôi tin rằng với những cải tiến này, Green Speed sẽ không chỉ thu hút được nhân tài mà còn xây dựng được một đội ngũ nhân viên gắn bó, sáng tạo và cống hiến cho sự phát triển chung của công ty.