

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

HẢI PHÒNG – 2022

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG**

**GIẢI PHÁP THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN
DỤNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TẠI CÔNG TY CỔ
PHẦN TÌM KIẾM VÀ PHÁT TRIỂN
NGUỒN NHÂN LỰC GJOBS**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP**

**Sinh viên : Nguyễn Thị Hồng
Giảng viên hướng dẫn: Thạc sĩ Phạm Thị Nga**

Hải Phòng - 2022

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Hồng

Mã SV: 1812402009

Lớp: QT2201N

Ngành: Quản trị doanh nghiệp

Tên đề tài: Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp
tại Công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp:

- Nghiên cứu, tìm hiểu các vấn đề lý luận về nguồn nhân lực và đưa ra các giải pháp thu hút nguồn nhân lực của doanh nghiệp.

- Tìm hiểu về thực trạng hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs.

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết

- Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty qua các năm.

- Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Công ty.

- Đặc điểm lao động, biến động nguồn nhân lực, hiệu quả hoạt động thu hút nguồn nhân lực.

- Các phiếu khảo sát, bộ câu hỏi khảo sát thực tế

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp:

- Tên Công ty: Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

- Địa chỉ: Số 16/562 Nguyễn Văn Linh, Phường Vĩnh Niệm. Quận Lê Chân, Thành Phố Hải Phòng, Việt Nam.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên: Phạm Thị Nga

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: Đại học Quản lý Và Công nghệ Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 01 tháng 08 năm 2022

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 22 tháng 10 năm 2022

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Nguyễn Thị Hồng

Phạm Thị Nga

Hải Phòng, ngày tháng năm 2022

XÁC NHẬN CỦA KHOA

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: Phạm Thị Nga

Đơn vị công tác: Khoa Quản trị kinh doanh

Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thị Thị Hồng Chuyên ngành: Quản trị doanh nghiệp

Đề tài tốt nghiệp: Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

Nội dung hướng dẫn:

Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

- Thực hiện đúng tiến độ được giao.
- Có tinh thần cầu thị.

Đánh giá chất lượng của đề án/ khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...)

Tác giả đã nêu được cơ sở lý luận về nguồn nhân lực, các hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty. Từ đó, đề ra một số giải pháp nhằm thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs.

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2022

Giảng viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	xi
LỜI CAM ĐOAN	xii
LỜI CẢM ƠN	xiii
LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài	1
3. Phạm vi nghiên cứu của đề tài	2
4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài	2
5. Kết cấu của đề tài khóa luận	2
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN DỤNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP	3
1.1.2. Thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng	8
1.2. Hoạt động “ headhunt”	10
1.2.1 “ Headhunting”	10
1.2.2 Quy trình “Headhunt”	11
1.3. Hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng	18
1.3.1 Xây dựng các chính sách thu hút	18
1.3.2 Tổ chức thực hiện các chính sách thu hút	20
1.3.3 Đánh giá hoạt động thu hút	20
1.3.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút nguồn nhân lực	20
1.4. Môi quan hệ giữa cung ứng nguồn nhân lực và thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng	23
1.5. Đánh giá hoạt động thu hút	23
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN DỤNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN TÌM KIẾM VÀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC GJOBS	25
2.1. Tổng quan về Công ty cổ phần Tìm kiếm và Phát triển nguồn nhân lực GJOBS	25
2.1.1. Giới thiệu khái quát về GJOBS	25

2.1.2	Quá trình hình thành và phát triển của Công ty	25
2.1.3	Lĩnh vực kinh doanh của Công ty.....	26
2.1.4	Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp.....	26
2.1.5	Sơ đồ tổ chức và chức năng nhiệm vụ của các phòng ban trong công ty..	27
2.1.6	Kết quả sản xuất kinh doanh của công ty	29
2.1.7	Phương hướng hoạt động của công ty	32
2.1.9	Đặc điểm nguồn nhân lực tuyển dụng tại công ty_2019-2021.....	36
2.2	Thực trạng hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs	37
2.2.1	Tình hình biến động nguồn nhân lực tại công ty Cổ phần.....	37
2.2.2	Thực trạng xây dựng và triển khai các chính sách thu hút của GJOBS	40
2.2.3	Đánh giá hiệu quả hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại GJOBS	46
2.3.	Các nhân tố chính ảnh hưởng đến hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại Công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs	49
2.3.1.	Nhân tố về khách hàng.....	48
2.3.2.	Nhân tố về ứng viên.....	50
2.3.3.	Năng lực của nhà tuyển dụng.....	50
2.4.	Đánh giá hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs	52
2.4.1.	Ưu điểm	52
2.4.2.	Hạn chế.....	52
2.4.3.	Nguyên nhân dẫn tới những hạn chế.....	53
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN DỤNG CỦA GJOBS		56
3.1	.Phương hướng phát triển của công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs	56
3.1.1.	Phương hướng phát triển chung của công ty.	56
3.1.2.	Mục tiêu của công ty.	57

3.1.3.Định hướng phát triển nguồn nhân lực trong công ty.	57
3.2 Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng	57
3.2.1 Lập kế hoạch và xác định nhu cầu, chính sách tuyển dụng rõ ràng.....	56
3.2.2 Hoàn thiện hơn nữa các chính sách thu hút và bộ máy của công ty.....	57
3.2.3 Thiết lập một trang Website riêng của công ty, các trang Facebook riêng của công ty dành cho việc đăng tin và tìm kiếm ứng viên.....	57
3.2.4 Mở rộng phạm vi tìm kiếm ứng viên và cải thiện “database”	58
3.2.5 Thu hút ứng viên gửi tới bằng nhiều cách	58
3.2.6 Văn hoá doanh nghiệp	61
KẾT LUẬN	64
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	65

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1 Kết quả sản xuất kinh doanh của GJOBS 2019-2021.....	29
Bảng 2.2: Tình hình biến động nhân sự tại công ty giai đoạn 2019-2021.....	35
Bảng 2.3: Trình độ chuyên môn nhân viên công ty giai đoạn 2019-2021.....	36
Bảng 2.4 Tình hình nguồn nhân lực tuyển dụng qua các năm.....	37
Bảng 2.5 Phân loại nguồn nhân lực tuyển dụng.....	38
Bảng 2.6 Số lượng hồ sơ ứng tuyển vào công ty giai đoạn 2019-2021.....	38
Bảng 2.7: Mức phí dịch vụ tuyển dụng tại GJOBS.....	43
Bảng 2.8 : Tỷ lệ % các cách mà các ứng viên biết đến thông tin tuyển dụng của GJOBS.....	44
Bảng 2.9: Tỷ lệ % lý do ứng viên lựa chọn GJOBS thay vì các nhà cung ứng khác.....	46

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ bộ máy tổ chức.....	27
Biểu đồ 2.2: Tỷ lệ trình độ nguồn nhân lực tuyển dụng.....	39

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nguyên nghĩa
Cty	Công ty
GJOBS	Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs
HS	Hồ sơ
BP	Biện pháp
HC	Hành chính
KT-TC	Kế toán – Tài chính
NNL	Nguồn nhân lực
BCKQKD	Báo cáo kết quả kinh doanh
CP	Cổ phần
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TC	Tài chính
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong khóa luận là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác. Em xin cam đoan rằng các thông tin trích dẫn trong khóa luận đều đã được chỉ rõ nguồn gốc.

Hải Phòng, ngày tháng 10 năm 2022

Sinh viên

Nguyễn Thị Hồng

LỜI CẢM ƠN

Được sự phân công của Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng và sự đồng ý của giáo viên hướng dẫn Ths. Phạm Thị Nga, em đã thực hiện khóa luận với đề tài "***Biện pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs***"

Để hoàn thành khoá luận này, em xin chân thành cảm ơn các thầy, cô giáo đã tận tình giảng dạy, hướng dẫn trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu ở Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng.

Xin chân thành cảm ơn cô giáo: Ths. Phạm Thị Nga đã giúp đỡ và hướng dẫn em tận tình trong quá trình thực hiện khoá luận này.

Mặc dù em đã cố gắng để hoàn thành tốt khoá luận nhưng do kiến thức và kinh nghiệm còn hạn chế, khoá luận không tránh khỏi những thiếu sót nhất định, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy, cô giáo; các bạn bè, đồng nghiệp để khoá luận được hoàn chỉnh hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, tháng 10 năm 2022

Sinh viên

Nguyễn Thị Hồng

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những năm gần đây, khi mà khoa học công nghệ đang ngày càng phát triển, cạnh tranh trên thị trường ngày càng trở nên gay gắt thì một yếu tố quyết định sự thành bại của doanh nghiệp chính là “nguồn nhân lực”. Nắm bắt được tầm quan trọng đó, ngày nay các doanh nghiệp càng quan tâm hơn đến vấn đề nhân lực. Làm sao để có một đội ngũ nhân viên vừa giỏi chuyên môn, vừa có đủ phẩm chất, đạo đức trong công việc, đó luôn là một bài toán đặt ra cho các doanh nghiệp. Một giải pháp cho bài toán khó này chính là làm tốt thu hút nguồn nhân lực.

Thu hút nguồn nhân lực không đơn thuần là việc tuyển một nhân viên vào công ty mà đó là cả một quá trình phức tạp, bao gồm nhiều yếu tố phải xem xét kỹ lưỡng như: môi trường làm việc, lương thưởng và các chế độ đãi ngộ, phân tích công việc... Trên thực tế hoạt động thu hút nguồn nhân lực của Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs vẫn còn nhiều bất cập và với mong muốn tìm ra được một số giải pháp cho thu hút nguồn nhân lực hiện nay nên xuất phát từ vai trò, tầm quan trọng và thực tiễn thu hút và tuyển dụng NNL của GJOBS, em quyết định chọn đề tài: “Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs” làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận về Thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

- Thực trạng Thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại Công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

- Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

- Đề xuất các giải pháp nhằm đạt hiệu quả cao trong việc thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng.

3. Phạm vi nghiên cứu của đề tài

- Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng
- Phạm vi không gian: Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

- Phạm vi thời gian: Từ năm 2019 - 2021

- Phạm vi nội dung: Nghiên cứu các vấn đề lý luận, thực tế về hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng và đưa ra các giải pháp để đạt hiệu quả cao hơn của Công ty trong thời gian tới.

4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài

- Phương pháp thống kê và tổng hợp;
- Phương pháp phân tích và so sánh;

5. Kết cấu của đề tài khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận bao gồm 3 chương:

- **Chương 1:** Cơ sở lý luận về thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp.

- **Chương 2:** Thực trạng hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng của Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs.

- **Chương 3:** Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng của Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN

THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN DỤNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP

1.1. Các khái niệm về nguồn nhân lực và thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng

1.1.1. Nguồn nhân lực

*** Khái niệm**

Nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến sự thành công, phát triển của mỗi tổ chức, mỗi quốc gia. Do vậy tất cả tổ chức, các nước trên thế giới đều rất quan tâm, chú trọng đến nguồn nhân lực. Vậy nguồn nhân lực là gì, được xem xét, nghiên cứu theo những góc độ nào? Thuật ngữ nguồn nhân lực xuất hiện vào thập niên 80 của thế kỷ XX khi có sự thay đổi căn bản về phương thức quản lý, sử dụng con người trong kinh tế lao động. Đó là sự đánh dấu chuyển đổi phương thức quản lý con người như lực lượng thừa hành, phụ thuộc, cần khai thác triệt để sức lao động sang phương thức mềm dẻo, tạo mọi điều kiện để con người phát triển khả năng tiềm ẩn trong quá trình lao động phát triển. Khái niệm nguồn nhân lực cũng được xem xét, nghiên cứu theo nhiều góc độ khác nhau:

Theo Liên Hợp Quốc (WB. World Development Indicators, London: Oxford,2000) cho rằng “Nguồn nhân lực là trình độ lành nghề, là kiến thức và năng lực của toàn bộ cuộc sống con người hiện có thực tế hoặc tiềm năng để phát triển kinh tế - xã hội trong một cộng đồng.” Theo quan niệm này, nguồn nhân lực được nhấn mạnh đến chất lượng và vai trò trong phát triển kinh tế xã hội. Con người được coi là một phương tiện hữu hiệu cho việc đảm bảo tốc độ tăng trưởng kinh tế bền vững, thậm chí con người được coi là nguồn vốn đặc biệt cho sự phát triển – vốn nhân lực.

Theo David Begg (David Begg, Stanley Fischer & Rudiger Dornbusch (1995), Kinh tế học, tập 1, Nxb Giáo dục, Hà Nội). “Nguồn nhân lực là toàn bộ quá trình chuyên môn mà con người tích lũy được, nó được đánh giá cao vì tiềm năng đem lại thu nhập trong tương lai. Cũng giống như nguồn lực vật

chất, nguồn nhân lực là kết quả đầu tư trong quá khứ với mục đích đem lại thu nhập trong tương lai”. Theo góc nhìn này, để mang lại những giá trị cho tương lai, cần phải đầu tư để phát triển nguồn nhân lực.

Theo TS. Nguyễn Hữu Dũng (Sử dụng hiệu quả nguồn lực con người ở Việt Nam (2003), Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội) “Nguồn nhân lực được xem xét dưới hai góc độ năng lực xã hội và tính năng động xã hội“. Có nghĩa nguồn nhân lực là nguồn cung cấp sức lao động cho xã hội, có khả năng tạo ra giá trị vật chất và tinh thần cho xã hội. Nó không chỉ được nhìn nhận ở dạng tiềm năng, quan trọng hơn để tiềm năng này chuyển đổi thành những giá trị đích thực thì cần có các chính sách, thể chế để giải phóng triệt để tiềm năng con người.

Theo Giáo trình Quản trị nhân lực tập 1 trường Đại học Lao động Xã hội, TS Lê Thanh Hà chủ biên, “Nguồn nhân lực của tổ chức là nguồn lực của toàn bộ cán bộ, công nhân viên lao động trong tổ chức đó đặt trong mối quan hệ phối kết hợp các nguồn lực riêng của con người, sự bổ trợ những khác biệt trong nguồn lực của mỗi cá nhân thành nguồn lực của tổ chức.“

Như vậy nguồn nhân lực của tổ chức là sự tổng hoà của các mối quan hệ cá nhân cùng hỗ trợ để đạt được mục tiêu chung của tổ chức và mục tiêu riêng của cá nhân.

Từ các khái niệm trên cho thấy nguồn lực con người không chỉ đơn thuần là lực lượng lao động đã có và sẽ có, mà còn bao gồm sức mạnh của thể chất, trí tuệ, tinh thần của các cá nhân trong một cộng đồng, một quốc gia được đem ra hoặc có khả năng đem ra sử dụng vào quá trình phát triển xã hội.

Như vậy, nghiên cứu này sẽ tập trung xem xét nguồn nhân lực dưới góc độ là tổng thể các tiềm năng lao động của cán bộ, công nhân viên lao động trong tổ chức. Các tiềm năng lao động này là yếu tố cần được phát hiện, phát huy mang lại những thành công nhất định cho tổ chức.

Nguồn nhân lực được biểu hiện trên hai mặt:

Về số lượng đó là tổng số những người trong độ tuổi lao động làm việc

theo quy định của nhà nước và thời gian lao động có thể huy động được từ họ.

Về chất lượng, đó là sức khoẻ và trình độ chuyên môn, kiến thức và trình độ lành nghề của người lao động. Nguồn lao động là tổng số những người trong độ tuổi lao động quy định đang tham gia lao động hoặc đang tích cực tìm kiếm việc làm.

*** Đặc điểm của nguồn nhân lực**

Cùng là nguồn lực tham gia vào quá trình sản xuất của doanh nghiệp nhưng nguồn nhân lực lại có những đặc điểm khác biệt so với các nguồn lực khác. Đó là:

Sức lao động nằm trong cơ thể của con người

Muốn cho nhân viên làm việc đạt năng suất tối đa nhất thì việc đầu tiên chính là phải đảm bảo tiền lương và môi trường làm việc cho họ:

- Tiền lương: trả lương theo định kỳ để cho người lao động được thỏa mãn các nhu cầu của mình, các kỳ lương phải vừa đủ để họ có khả năng chi trả cho sinh hoạt, thường là theo tháng. Tiền lương là phạm trù xã hội và phải tăng theo thời gian để càng ngày càng đáp ứng nhu cầu con người.
- Môi trường làm việc: phải năng động, sáng tạo mới có thể khuyến khích nhân viên làm việc hiệu quả nhất.

Trình độ của người lao động có thể thay đổi theo nhiều hướng khác

- Càng làm việc, trình độ lao động càng tăng lên.
- Càng làm việc, trình độ lao động càng giảm xuống.
- Càng làm việc, trình độ lao động hầu như không thay đổi.

Nhận thức của nhà quản trị về nguồn lực của con người ngày càng thay đổi

- Với những nhà quản trị coi nguồn nhân lực là nguồn tài nguyên vô giá, họ sẽ đối xử theo cách tôn trọng nhân viên, luôn nghĩ ra các biện pháp khích lệ nhân viên.
- Với những nhà quản trị coi nguồn nhân lực không khác gì những nguồn lực khác, doanh nghiệp đó vẫn có thể tồn tại nhưng không đem lại hiệu quả kinh doanh cao.
- Ngoài ra còn có các nhà quản trị coi thường **nguồn nhân lực**, họ sẽ không đối xử theo nguyên tắc tôn trọng con người mà chỉ tính đến tiền lương.

Nguồn nhân lực tồn tại trong thị trường cạnh tranh

Trong thị trường lao động, cạnh tranh là điều bắt buộc, cạnh tranh để sử dụng lao động và cạnh tranh để kiếm việc làm. Ngoài ra, ngày nay, nguồn nhân lực có tính toàn cầu. Người lao động có quyền dịch chuyển, đi đến nước này nước kia để tham gia lao động, và các nhà tuyển dụng cũng có quyền thuê lao động từ các nước khác.

**** Vai trò của nguồn nhân lực***

Nguồn nhân lực là nguồn lực chính tạo nên sự phát triển của doanh nghiệp

Nguồn nhân lực được các nhà chiến lược kinh doanh xem là nguồn lực quan trọng nhất trong tất cả các nguồn lực của doanh nghiệp. Đơn giản là vì các nhân viên có thể nâng cao trình độ nghiệp vụ từ đó làm tăng quy mô cạnh tranh của doanh nghiệp theo thời gian, còn các nguồn lực khác không thể làm được như vậy.

Đem lại khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp

Ngày nay, xã hội đang dần chuyển sang nền kinh tế tri thức thì các nguồn vốn, các yếu tố nguyên vật liệu và máy móc không còn quá quan trọng như xưa nữa. Và nguồn vốn trí tuệ, được xem là tài sản vô hình, sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc hoạch định các chiến lược, từ đó làm tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Làm tăng sự hài lòng của khách hàng đối với tổ chức

Sự gắn kết của một khách hàng đối với một tổ chức còn phụ thuộc vào mối quan hệ của khách hàng đó đối với nhân viên. Nên việc nhân viên được huấn luyện tốt sẽ khuyến khích khách hàng mua sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, từ đó họ sẽ trở thành những khách hàng trung thành cho doanh nghiệp. Đây cũng là một đặc điểm chỉ có nguồn nhân lực mới thực hiện được.

Nguồn nhân lực là vô tận

Khác với các nguồn lực khác, nguồn nhân lực là vô tận, nếu các nhà quản trị nhân sự biết khai thác nguồn lực này đúng mức sẽ đem lại hiệu quả cao cho việc tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Những vấn đề lo lắng máy móc, robot có thể thay thế con người hoàn toàn không đúng. Vì dù cho chúng có thông minh đến đâu thì cũng không thể thay thế hoàn toàn trí óc của con người được.

Vai trò của nguồn nhân lực trong phát triển kinh tế là không thể bàn cãi. Chính vì vậy, kể từ khi mở cửa nền kinh tế, nhà nước đã luôn đẩy mạnh và phát huy các chính sách nâng cao chất lượng đào tạo. Bởi giáo dục – đào tạo là con đường cơ bản để phát huy nguồn lực con người.

1.1.2. Thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng

*** *Khái niệm***

Thu hút nguồn nhân lực là quá trình tìm kiếm và thu hút những người được coi là có đủ năng lực để đăng ký và dự tuyển vào làm việc trong một cơ quan, tổ chức.

Hoạt động thu hút nguồn nhân lực bao gồm: Hoạt động hoạch định nguồn nhân lực, hoạt động phân tích công việc, hoạt động tuyển dụng.

*** *Các phương pháp thu hút nguồn nhân lực***

Tạo kênh tuyển dụng chuyên nghiệp để thu hút ứng viên

Kênh tuyển dụng được xem là “cầu nối” giữa ứng viên và nhà tuyển dụng, do đó để thu hút các ứng viên nói chung và ứng viên giỏi nói riêng bạn cần phải xây dựng một kênh tuyển dụng chuyên nghiệp.

Thứ nhất, Cần lựa chọn trang tìm việc uy tín để đăng tin tuyển dụng, bởi hầu hết các ứng viên giỏi và có nhiều kinh nghiệm đều tìm kiếm công việc trên các website này.

Thứ 2, Nội dung tin tuyển dụng cần chuyên nghiệp, rõ ràng, nêu rõ được vị trí tuyển dụng, số lượng, yêu cầu công việc, mức lương, chế độ phúc lợi cũng như thông tin liên hệ để ứng viên dễ dàng nắm bắt và có những ấn tượng tốt về doanh nghiệp.

Thứ 3, Nên cập nhật đầy đủ các thông tin, hình ảnh, website công ty trên các trang tuyển dụng việc làm để tăng cường độ tin cậy, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cũng như giúp các ứng viên dễ dàng tìm kiếm thông tin và chuẩn bị tốt hơn cho buổi phỏng vấn.

Thứ 4, Cần đầu tư xây dựng website đơn vị theo hướng chuyên nghiệp bằng việc thường xuyên update các tin tức tuyển dụng, sự kiện công ty, bởi hầu hết các ứng viên sau khi xem thông tin việc làm và cảm thấy “hứng thú” đều truy cập vào website chính thức của doanh nghiệp để tìm hiểu thêm.

Thực hiện quy trình tuyển dụng chuyên nghiệp

Sau khi đã tạo được “thiện cảm” với ứng viên trong vòng online nhà

tuyển dụng cần tiếp tục xây dựng hình ảnh công ty bằng việc áp dụng quy trình tuyển dụng khoa học, ấn tượng. Hãy gọi điện mời ứng viên tham dự phỏng vấn và gửi email xác nhận tham dự phỏng vấn một cách chuyên nghiệp, bắt đầu buổi phỏng vấn đúng giờ, chuyên viên nhân sự ăn mặc chỉnh tề và giữ thái độ lịch thiệp, cởi mở khi trao đổi cùng với ứng viên.... Những việc làm tuy đơn giản nhưng sẽ giúp hình ảnh của nhà tuyển dụng và doanh nghiệp trở nên “đẹp” hơn trong mắt các ứng viên giỏi, nâng cao tỷ lệ họ nhận lời mời góp sức cho công ty bạn.

Đưa ra các chính sách đãi ngộ, phúc lợi tốt

Song song với việc tạo dựng những ấn tượng đẹp bằng quy trình tuyển dụng chuyên nghiệp nhà tuyển dụng cũng cần đưa ra các chính sách đãi ngộ, phúc lợi tốt để thu hút các ứng viên giỏi “góp sức”. Nên đưa ra các mức lương cạnh tranh, phù hợp với xu hướng ngành nghề trên thị trường cũng như nguyện vọng và năng lực của ứng viên.

Ngoài mức lương các chính sách phúc lợi cũng là điều mà các ứng viên rất quan tâm. Vì thế, bạn hãy khéo léo tận dụng những lợi thế, điểm mạnh về chính sách của công ty mình để thu hút ứng viên giỏi. Ví dụ: Tuy mức lương không cao nhất nhưng bù lại công ty bạn lại có những khoản trợ cấp trách nhiệm, thưởng cao, có chính sách tăng lương định kỳ, chăm sóc sức khỏe, bảo hiểm... tốt. Hãy giải thích rõ ràng để ứng viên thấy được những lợi thế để giữa nhiều “offer” họ quyết định “gia nhập” công ty bạn.

Đặt việc xây dựng đội ngũ trở thành ưu tiên hàng đầu

Theo “Báo cáo tương tác của nhân viên năm 2017” của Tinypulse, chỉ 24% nhân viên cảm thấy được kết nối với đồng nghiệp của họ, giảm 11% so với năm trước. Trước đây, nghiên cứu của Tinypulse cho thấy đồng nghiệp là điều mà nhân viên thích nhất trong công việc.

Nếu nhân viên của bạn không hòa đồng với đồng nghiệp, rất có thể họ sẽ không quá nhiệt tình làm việc cho công ty của bạn – điều đó có nghĩa là những tài năng hàng đầu sẽ tìm việc ở nơi khác.

Vượt trội hơn đối thủ của bạn

Ứng viên tài năng muốn gia nhập công ty lớn. Như Tạp chí Harvard Business Review đã chỉ ra, có một lý do đơn giản khiến rất nhiều người gửi hàng nghìn đơn ứng tuyển đến Google hàng năm. Có ý kiến cho rằng, Google là một trong những nơi tốt nhất để làm việc vì nó chiếm ưu thế so với các đối thủ cạnh tranh. Công ty của bạn càng hoạt động tốt thì càng dễ dàng thu hút được những người tài năng nhất.

1.2. Hoạt động “ headhunt”

1.2.1 “ Headhunting”

Là cụm từ chỉ quá trình tìm kiếm nhân tài theo theo yêu cầu của các đơn đặt hàng từ các doanh nghiệp khách hàng. Các công ty hoạt động trong lĩnh vực cung ứng nhân lực bằng nghiệp vụ, chuyên môn... của mình, tiến hành tìm kiếm, hoặc có thể là “săn” những nhân tài từ các doanh nghiệp đối thủ của khách hàng, đàm phán, trao đổi để thuyết phục người đó đồng ý về công ty khách hàng làm việc. Các khách hàng có thể đưa ra yêu cầu của vị trí cần tuyển, để công ty dịch vụ cung ứng nhân lực tìm người đáp ứng đúng, đủ các tiêu chí đã đưa ra. Và đây là cách phổ biến, hầu hết các doanh nghiệp đều áp dụng. Nhưng có những doanh nghiệp đưa ra những yêu cầu đặc biệt hơn, giả dụ là phải tìm đúng người mà được doanh nghiệp chỉ định, hoặc là các ứng viên đang làm tại các công ty cùng lĩnh vực với công ty khách hàng đó.

Khi nói đến tuyển dụng, người ta thường nghĩ ngay đến các hình thức đăng tuyển dụng, mời tuyển dụng, sàng lọc, sau đó phỏng vấn và quyết định lựa chọn. Nhưng đó mới chỉ là phần nổi của tuyển dụng, hình thức tuyển dụng đó hầu như chỉ dành cho những vị trí nhân viên hoặc quản lý trung gian bình thường như giám sát bán hàng, trưởng phòng, giám đốc của một chi nhánh, hoặc các vị trí trong lĩnh vực phổ biến, nguồn ứng viên nhiều.

Các công ty khi muốn tuyển người vào một vị trí quan trọng hơn từ bên ngoài thì cần phải chiêu mộ được những người tài hoặc có kinh nghiệm thực

sự. Và nguồn nhân lực phục vụ hiệu quả nhất mà họ có thể nghĩ đến là lấy những người có kinh nghiệm từ một công ty khác, thậm chí là của đối thủ cạnh tranh. Những công ty vẫn cạnh tranh với nhau thường không thể trực tiếp mời gọi, vì vậy dịch vụ “headhunting” đã ra đời vì mục đích trên. Đó có thể là cá nhân hoặc công ty chuyên liên hệ trực tiếp và dùng nghệ thuật thuyết phục để mời gọi các ứng viên phù hợp với yêu cầu của khách hàng. Kết quả cuối cùng là công ty có thể trực tiếp phỏng vấn những người cần thiết và lựa chọn vào vị trí đang cần nhưng không bị mang tiếng là cạnh tranh không lành mạnh.

Nhiều công ty lớn như Coca Cola, Pepsi, Unilever hay P&G, tập đoàn TMS... vẫn ký hợp đồng với một hoặc nhiều công ty làm dịch vụ săn đầu người. Ngoài việc tìm được người theo nhu cầu, các công ty còn sử dụng các dịch vụ khác như tư vấn nhân lực, tư vấn tuyển dụng, điều tra nhân lực, đánh giá và thẩm định nhân lực... Nhờ đó, các công ty sẽ tiết kiệm được thời gian để đánh giá hay thẩm định những người phù hợp.

Như vậy, “head hunting” hay được gọi là “săn đầu người” là dịch vụ cung ứng nhân lực cao cấp, chuyên tư vấn và cung cấp nhân lực cho các doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng nhân lực. Có thể hiểu một cách đơn giản là trong quá trình tuyển dụng nhân lực của các doanh nghiệp, “headhunt” là bên thứ ba, đứng giữa doanh nghiệp và ứng viên. Lực lượng này sẽ là cầu nối để hai bên còn lại tiếp cận được với nhau một cách nhanh chóng, “đúng người, đúng việc nhất”, tiết kiệm được thời gian quý giá của doanh nghiệp.

1.2.2 Quy trình “Headhunt”

**** Quy trình tuyển dụng lao động phổ thông***

Một quy trình tuyển dụng lao động phổ thông của các công ty tuyển dụng thường như sau:

Client (Khách hàng có nhu cầu tuyển dụng nhân lực)

(1)

Công ty tuyển dụng

(2)

Candidate (Ứng viên có nhu cầu việc làm - hay nhảy việc)

(3)

Client (Khách hàng)

(1): Khách hàng hoặc các công ty tuyển dụng chủ động liên hệ, tìm kiếm lẫn nhau để tuyển dụng các vị trí, hoặc là do các nhân viên tuyển dụng tìm kiếm khi thấy được nhu cầu nhân lực của họ trên thị trường, sau đó liên hệ mời họ sử dụng dịch vụ cung ứng việc làm của các công ty tuyển dụng. Khách hàng đưa ra bản mô tả công việc, bản yêu cầu công việc đối với từng vị trí tuyển dụng và đính kèm hợp đồng gửi sang các công ty tuyển dụng. Sau khi các công ty tuyển dụng tiếp nhận được yêu cầu đó, sẽ nói rõ cho khách hàng về chi phí sử dụng dịch vụ, cùng thỏa thuận và đi tới ký kết các điều khoản hợp đồng.

(2): Chuyên viên tuyển dụng là người thực hiện vai trò của mình trong quá trình này, tìm kiếm ra ứng viên phù hợp để cung cấp cho khách hàng. Ứng viên có thể có sẵn trong “database” hoặc do ứng viên chủ động gửi đến, hoặc là nguồn mà các chuyên viên tuyển dụng tìm kiếm, bằng những khả năng nghề nghiệp có thể tiếp cận được những người đáp ứng được yêu cầu công việc và đang có nhu cầu thay đổi công việc. Sau đó sàng lọc hồ sơ, lựa chọn ra những người phù hợp nhất. chuyên viên tuyển dụng sẽ là người đánh giá xem họ có phù hợp với vị trí yêu cầu của khách hàng hay không thông qua đánh giá hồ sơ, gọi phỏng vấn sơ bộ, phỏng vấn trực tiếp, test kỹ năng

chuyên môn, thẩm định năng lực, kiểm tra thông tin ứng viên đó với các mối quan hệ của họ hoặc nơi họ từng làm việc..., rồi mới có quyết định gửi sang cho khách hàng kèm bản đánh giá chi tiết.

(3): Sau khi đã có ứng viên phù hợp, chuyên viên tuyển dụng sẽ gửi sang cho Khách hàng, kèm theo các đánh giá. Tuy nhiên sẽ không bao gồm thông tin liên hệ của ứng viên, hoặc có thể không để đầy đủ họ tên ứng viên, tên công ty đó từng làm việc. Từ đó, chuyên viên tuyển dụng đóng vai trò là trung gian giữa khách hàng và ứng viên để truyền đạt thông tin, lịch hẹn phỏng vấn và các phát sinh trong quá trình ứng viên và doanh nghiệp khách hàng tiếp xúc. Bên cạnh đó chuyên viên tuyển dụng GJOBS cũng là đại diện về trong việc thỏa thuận về quyền lợi giữa hai bên (Nếu như qua vòng phỏng vấn phía ứng viên và khách hàng chưa có được thỏa thuận được về các quyền lợi của ứng viên).

Quy trình này sẽ kết thúc khi khách hàng lựa chọn được ứng viên phù hợp với nhu cầu tuyển dụng của mình, và các công ty tuyển dụng đã hoàn thành thời gian bảo hành ứng viên của mình. Sau khi lựa chọn được ứng viên phù hợp, chuyên viên tuyển dụng vẫn phải thực hiện nghĩa vụ của mình đối với khách hàng là bảo hành ứng viên và giúp đỡ, tư vấn các ứng viên trong quá trình làm việc. Nếu khách hàng không lựa chọn được người phù hợp thì chuyên viên tuyển dụng sẽ thực hiện quy trình lại từ 1 – 3 lần nữa.

Đây được xem là quy trình chung đối với mỗi dịch vụ tuyển dụng nhân lực để có thể tìm kiếm được khách hàng cũng như tư vấn thành công cho các ứng viên. Tuy nhiên, sự thành công trong mỗi hợp đồng không chỉ phụ thuộc vào quy trình mà điều quan trọng là nó phụ thuộc vào nghệ thuật làm việc, thu phục lòng người của các chuyên viên tuyển dụng. Thời gian để hoàn thành một vị trí tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau như: mức độ khó – dễ của ứng viên, nguồn ứng viên, tính cách của ứng viên ứng với môi trường bên doanh nghiệp khách hàng, xu hướng nghề nghiệp, các quyền và lợi ích của ứng viên trong quá trình làm việc bên khách hàng...

*** Quy trình tuyển dụng nhân viên cấp cao**

Hiện nay, các công ty hoạt động trong lĩnh vực cung ứng nhân lực, thường xây dựng cho mình các quy trình cung ứng rất chuyên nghiệp, phù hợp với thể mạnh, khối lượng khác hàng, tính chất lĩnh vực ngành, nghề mà họ thường cung ứng... Có những công ty dựa vào đặc điểm thị trường và xu hướng nghề nghiệp để đưa ra các định hướng quy trình, sao cho quá trình cung ứng nhân lực diễn ra trong thời gian nhanh nhất, tiết kiệm công sức và tiền của cho cả khách hàng và công ty mình.

Quy trình này gồm 3 giai đoạn: Tìm kiếm khách hàng, tìm kiếm ứng viên và chốt hợp đồng.

Giai đoạn 1: Tìm kiếm khách hàng (Business Development)

Trong giai đoạn này, lại gồm 6 bước riêng biệt:

1) Xác định các khách hàng mục tiêu, tiềm năng và có thể trở thành khách hàng truyền thống của công ty mình trong thời gian hợp tác lâu dài sau này, và các vị trí mà khách hàng thường tuyển dụng thì công ty có khối lượng hồ sơ ứng viên khá dồi dào, đảm bảo quá trình tuyển dụng nhanh chóng và chốt được những ứng viên tốt nhất cho khách hàng trong thời gian nhanh nhất, đảm bảo ứng viên đó gắn bó và cống hiến lâu dài tại công ty khách hàng.

2) Nghiên cứu chi tiết về các khách hàng tiềm năng đó (online hoặc qua nguồn thông tin thị trường...). Xác lập các trường thông tin như: vốn điều lệ, quy mô, uy tín, thể mạnh trên thị trường, môi trường làm việc ra sao, phong cách lãnh đạo như thế nào, định hướng kinh doanh của công ty đó, cơ chế khen thưởng của công ty có tạo động lực làm việc tốt cho nhân viên hay không?...

3) Tìm phương pháp tiếp cận các khách hàng tiềm năng bằng nhiều cách: có thể gọi trực tiếp hoặc email hoặc nhờ người giới thiệu, hoặc tiếp cận với phòng nhân sự, hay ban Giám đốc của công ty để đặt vấn đề về dịch vụ tuyển dụng của công ty mình tới khách hàng.

4) Xấp xếp để trao đổi với khách hàng, tiến tới cuộc gặp mặt trực tiếp: Giai đoạn này thông thường qua điện thoại để giới thiệu qua về dịch, sẽ mất khoảng 10-20 phút, sau đó sẽ gửi một số thông tin cơ bản về dịch vụ qua email để khách hàng thẩm định các điều khoản của hợp đồng, đi tới làm rõ, thống nhất một số điều khoản hợp tác được hay không trước khi gặp mặt trực tiếp.

5) Gặp gỡ và thỏa thuận hợp đồng: trung bình khoảng 30 - 60 phút giới thiệu chi tiết về dịch vụ, công ty và cũng như trả lời các thắc mắc của khách hàng. Thường ở phần này, “headhunter” sẽ thiết kế thành cách sơ đồ, hoặc hình ảnh ngắn gọn nhưng chi tiết về dịch vụ và những lợi ích, thế mạnh của công ty, để khách hàng nắm rõ và quyết định chọn sử dụng dịch vụ của công ty này hay không.

6) Đàm phán về phí dịch vụ và các điều khoản hợp đồng. Thuyết phục khách hàng để ký hợp đồng với bạn ở mức phí dịch vụ hợp lý.

Giai đoạn 2: Tìm kiếm ứng viên (Searching and Placement)

Giai đoạn này gồm 19 bước:

1) Nhận Job Order (mô tả công việc) cho các vị trí khách hàng cần tuyển dụng, tất nhiên là sau khi 2 bên đã ký hợp đồng

2) Nghiên cứu mô tả công việc và trao đổi về các yêu cầu của khách hàng với từng vị trí cụ thể, phải hiểu rõ tính chất của công việc cùng các yêu cầu chưa có trong bản mô tả, đảm bảo quá trình tuyển dụng không bị đứt đoạn hay tìm người không đúng với yêu cầu của khách hàng.

3) Lên phương án làm nguồn để tiếp cận các ứng viên phù hợp với yêu cầu đề ra, thu hút số lượng hồ sơ dồi dào, đảm bảo chất lượng hồ sơ tốt trong thời gian ngắn nhất.

4) Quảng cáo các vị trí đó (nếu cần thiết và được khách hàng cho phép) trên một số kênh online, mạng xã hội, qua người quen hoặc trong network của các hunter.

5) Search ứng viên offline qua nguồn networking, giới thiệu hoặc

“headhunt” trực tiếp từ các công ty đối thủ hoặc theo yêu cầu của khách hàng.

6) Nhận hồ sơ và sắp xếp theo cách thư mục rõ ràng, sau đó làm bản đánh giá chất lượng chung bước đầu về hồ sơ ứng viên. Đồng thời là cơ sở để “headhunter” có thể đẩy mạnh ký tiếp các hợp đồng khác với các công ty khách hàng trong cùng lĩnh vực, tận dụng tối đa nguồn dữ liệu ứng viên đang có.

7) Lọc hồ sơ ứng viên theo các tiêu chí mà bản mô tả công việc và khách hàng yêu cầu.

8) Gặp gỡ, phỏng vấn ứng viên, đánh giá sự phù hợp của ứng viên với vị trí đó.

9) Làm báo cáo cho ứng viên phù hợp theo mẫu chung và yêu cầu của khách hàng hoặc mẫu chung của công ty (phụ lục).

Giới thiệu ứng viên qua khách hàng kèm bản đánh giá ứng viên

10) Với các tiêu chí như: ngoại hình, tính cách, điểm mạnh, yếu, mức độ phù hợp, nguyện vọng, mức lương, thời gian có thể nhận công việc mới nếu trúng tuyển....

11) “Headhunter” sẽ làm việc với khách hàng về các nhận xét ban đầu, có thể sẽ tìm tiếp người phù hợp hơn hoặc có hướng điều chỉnh ứng viên phù hợp của đợt sau, hoặc có phương pháp phỏng vấn ứng viên tốt hơn, hỗ trợ các ứng viên phỏng vấn trong đợt đó được tốt nhất.

12) Sắp xếp cho các ứng cử viên được lựa chọn để sang phỏng vấn với khách hàng - vòng 1. “Headhunter” chịu trách nhiệm hỗ trợ về mặt báo thông tin, hỗ trợ về mặt nội dung phỏng vấn (nếu khách hàng yêu cầu) hoặc về mặt phương tiện đón ứng viên đi phỏng vấn (với ứng viên cao cấp, hoặc khu vực nơi ứng viên ở cách xa công ty).

13) Theo dõi và trao đổi với khách hàng và ứng viên về kết quả phỏng vấn vòng 1, báo lại ứng viên, hoặc có phản hồi chính xác, linh hoạt với các ứng viên.

14) Sắp xếp một cuộc phỏng vấn thứ 2,3,4... (nếu có).Tiếp tục làm việc

với khách hàng và ứng viên cho đến khi khách hàng lựa chọn được ứng viên phù hợp nhất, tiến hành ký hợp đồng với ứng viên được giới thiệu đó của mình.

15) Làm bản kiểm tra và tham chiếu về ứng viên đó với tất cả các nội dung liên quan như công việc họ từng làm, phản ánh của các đồng nghiệp về ứng viên này, các sự kiện nổi bật của ứng viên đó....

16) Hỗ trợ khách hàng và ứng viên đàm phán để đưa ra hợp đồng cụ thể với sự thỏa mãn cả về mức lương và cơ chế làm việc tốt nhất cho ứng viên, phía khách hàng cũng thực sự hài lòng với sự thỏa thuận này.

17) Hỗ trợ ứng viên để hoàn thành thủ tục nghỉ việc tại công ty hiện tại của họ để bắt đầu đúng thời gian đi làm việc như đã cam kết với phía khách hàng. Trong giai đoạn này, có thể sẽ hỗ trợ ứng viên đó tìm được người thay thế cho họ tại nơi họ từng làm việc, hoặc hỗ trợ các giải pháp tốt nhất giúp ứng viên có thể tiến hành làm việc tại công ty khách hàng một cách thuận lợi nhất.

18) Ứng viên đi làm ngày đầu (được coi là 1 hợp đồng thành công)

Giai đoạn 3: Thanh toán và dịch vụ khách hàng (Billing and customer service)

1) Hóa đơn phí dịch vụ sẽ được gửi cho khách hàng để thanh toán. Trước khi gửi hóa đơn là gửi bản đề nghị thanh toán, khi khách hàng thấy tất cả các nội dung đã chuẩn xác, xác nhận lại cho “công ty headhunt” để tiến hành xuất hóa đơn.

2) “Headhunter” phải liên lạc thường xuyên với cả khách hàng và ứng viên để nắm được tình hình của cả hai phía, từ đó kịp thời xử lý các tình huống phát sinh như: ứng viên không thích làm việc ở đó mà tự ý nghỉ việc không thông báo cho công ty khách hàng, hoặc công ty khách hàng tự ý chấm dứt hợp đồng một cách vô lý với ứng viên mà không thông báo cho “công ty headhunt” trước, hoặc phát sinh các hiểu nhầm...

3) Trong trường hợp ứng viên nghỉ việc trong vòng 1-2 tháng (tùy vào

hợp đồng), “Cty headhunt” có trách nhiệm tìm kiếm lại 1 ứng viên khác cho vị trí đó.

4) Lấy các feedback về chất lượng ứng viên cũng như dịch vụ từ phía khách hàng để cải thiện tốt hơn trong tương lai.

5) Nếu khách hàng phát sinh nhu cầu tuyển dụng, hoặc “công ty headhunt” cần tiếp tục liên lạc để có được các hợp đồng tiếp theo với khách hàng đó, hoặc từ mối quan hệ với các khách hàng cũ.

Thông thường một chuyên viên tuyển dụng nội bộ sẽ làm công việc chính từ bước 7 đến bước 25, nhưng một chuyên viên tuyển dụng, tìm kiếm sẽ làm toàn bộ tất cả các bước từ 1 đến 30 thì mới thực sự thành công được một hợp đồng. Có thể thấy, nhiều người sẽ không thể thực hiện tất cả bước tốt ngay được cũng bởi vì họ có thể không có đủ các kỹ năng, kinh nghiệm, kỹ thuật và chiến lược để có được công việc làm. Đó là lý do tại sao nhiều chuyên gia tư vấn tuyển dụng hay công ty săn đầu người gặp khó khăn để hoàn thành các vị trí họ đang chạy. Không phải là họ không chăm chỉ mà thật ra họ chưa có làm tốt từng bước trong 30 bước ở trên.

1.3. Hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng

1.3.1 Xây dựng các chính sách thu hút

Chính sách quảng bá

Truyền thông về chính sách thu hút nhân tài là một hoạt động không thể thiếu trong tổ chức thực hiện thu hút nhân tài. Đây chính là quảng bá, truyền tải tới người lao động để họ biết được DN có những chế độ lương thưởng tốt, cơ hội để được đào tạo phát triển, thăng tiến... Vì vậy, để truyền tải được những thông điệp doanh nghiệp muốn gửi tới ứng viên tiềm năng một cách hiệu quả thì cần phải lựa chọn các chính sách truyền thông phù hợp.

Về vấn đề truyền thông trong quản trị nhân lực nhằm thu hút nhân tài, James Ryding, Phó chủ tịch phụ trách tuyển dụng nhân tài của NBC Universal, chia sẻ: “Chúng tôi có một chiến lược truyền thông bằng nội dung

rõ ràng để làm mạnh nhãn hiệu của NBC Universal trong con mắt của nhân viên tương lai và các ứng viên bằng cách tạo điều kiện để họ có thể dễ dàng tìm các thông tin về công ty khi họ muốn. Những người muốn tìm kiếm một môi trường làm việc thử thách, phát triển và được đền bù xứng đáng như công ty của chúng tôi cũng thật sự là những ứng viên mà chúng tôi đang cần và muốn giúp họ phát triển cùng chúng tôi. Với tinh thần ấy, chúng tôi thường chia sẻ những câu chuyện về chúng tôi trên mạng, tạo điều kiện để nhân viên nói lên tiếng nói và các quan điểm của họ qua các hình thức nhật ký điện tử (blog), video và hình ảnh".

Chính sách tuyển dụng

Việc xây dựng chính sách tuyển dụng đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình quản trị nguồn nhân lực. Một chính sách tuyển dụng nhất quán, xuyên suốt và hiệu quả sẽ giúp DN thu hút nhân tài và củng cố đội ngũ. Khi xây dựng chính sách tuyển dụng, DN cần phải xác định mức ngân sách dành cho tuyển dụng, các nguyên tắc cơ bản trong tuyển dụng, cũng như lập kế hoạch tuyển dụng rõ ràng với việc xây dựng một quy trình tuyển dụng bài bản. Với quy trình tuyển dụng trình tự và chặt chẽ sẽ giúp các doanh nghiệp chủ động, linh hoạt và chuyên nghiệp hơn trong công tác tuyển dụng nhân sự. Tùy theo môi trường và nhu cầu cụ thể mà các doanh nghiệp có thể tự điều chỉnh mô hình quy trình tuyển dụng của mình.

Chính sách đào tạo và phát triển

Theo như Maslow thì nhu cầu tự hoàn thiện là nhu cầu cao nhất trong tháp nhu cầu của con người. Ngày nay thì người lao động luôn mong muốn có cơ hội được đào tạo phát triển bản thân, đặc biệt là với nhân tài nhu cầu hoàn thiện, gia tăng kiến thức chuyên môn, các kỹ năng cá nhân luôn cao.

Theo Storey và Sisson, đào tạo là một biểu tượng của sự gắn bó giữa người sử dụng lao động và nhân viên. Hoạt động đào tạo không chỉ phản ánh chiến lược của tổ chức dựa trên cơ sở tăng thêm giá trị thay vì hạ thấp chi phí mà còn là động lực để cá nhân gắn bó với doanh nghiệp, sẵn sàng đón nhận

những thử thách nghề nghiệp mới. Các công ty hàng đầu đã thừa nhận chia khoá để thu hút và duy trì nguồn nhân lực linh hoạt, có trình độ là cung cấp cho đội ngũ nhân viên các cơ hội phát triển nghề nghiệp và kỹ năng.

Từ đó để thu hút và giữ chân nhân tài, DN nên đảm bảo cung cấp cho cấp quản lý và nhân viên những khóa huấn luyện, đào tạo liên tục và phù hợp với từng cấp độ; không ngừng nâng cao kỹ năng, năng lực và chuyên môn để luôn đáp ứng được những yêu cầu khắt khe nhất. Khi xây dựng chính sách đào tạo phát triển, phải căn cứ trên đặc điểm của doanh nghiệp, nguồn lực tài chính và con người. Chính sách đào tạo phải được xây dựng dựa trên phân tích, nhu cầu thực tiễn, có các quy định rõ ràng về đối tượng được đào tạo, điều kiện được xét đào tạo, nội dung đào tạo, cũng như các chương trình, phương pháp đào tạo và đánh giá, sử dụng nguồn lực sau đào tạo.

1.3.2 Tổ chức thực hiện các chính sách thu hút

Xây dựng được các chính sách thu hút nhân tài đã là một bước thành công trong thu hút nhân tài. Tuy nhiên để thu hút nhân tài thực sự hiệu quả thì việc tổ chức thực hiện các chính sách này cũng hết sức quan trọng.

1.3.3 Đánh giá hoạt động thu hút

Bất cứ quá trình nào cũng phải trải qua bước đánh giá, quá trình thu hút nhân viên cần xem lại toàn bộ qui trình thu hút của mình đạt được, chưa được chỗ nào để điều chỉnh. Trong bước này còn việc rà soát lại số lượng, chất lượng nhân viên đã tuyển dụng có đáp ứng được yêu cầu công việc không? Từ đó đề xuất những phương thức thực hiện tiếp theo để sử dụng nguồn nhân lực một cách hiệu quả. Bước đánh giá quá trình thu hút còn giúp cho chính khách sạn định vị lại chính hình ảnh, thương hiệu của mình trong vị thế cạnh tranh với các đối thủ khác.

1.3.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút nguồn nhân lực

Các yếu tố môi trường vĩ mô

Môi trường kinh tế bao gồm các yếu tố như tốc độ tăng trưởng kinh tế,

lạm phát, dân số...có ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu nhân lực cả về chất lượng và số lượng, tác động đến thu nhập, đời sống của người lao động. Điều này sẽ tạo cơ hội hoặc áp lực cho công tác phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp.

* **Pháp luật về lao động và thị trường lao động** tác động đến cơ chế và chính sách trả lương của doanh nghiệp, dẫn đến sự thay đổi về mức độ thu hút nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Vì vậy, phát triển nguồn nhân lực tại doanh nghiệp phải được thực hiện phù hợp với pháp luật về lao động và thị trường lao động.

* **Khoa học công nghệ** phát triển làm xuất hiện những ngành nghề mới, đòi hỏi người lao động phải được trang bị những kiến thức và kỹ năng mới. Do đó, phát triển nguồn nhân lực trong doanh nghiệp càng trở nên bách bực hơn.

* **Các yếu tố văn hóa xã hội** của quốc gia có tác động tới tâm lý, hành vi, phong cách, lối sống và sự thay đổi trong cách nhìn nhận về các giá trị của người lao động. Và như vậy, nó ảnh hưởng đến cách tư duy và các chính sách phát triển nguồn nhân lực nhằm phát huy cao độ những yếu tố tích cực, đồng thời khắc phục những yếu tố tiêu cực trong tác phong lao động của nhân lực tại doanh nghiệp.

Các yếu tố môi trường vi mô

* **Cạnh tranh thu hút nguồn nhân lực** của doanh nghiệp trong cùng ngành tác động mạnh đến số lượng và chất lượng nguồn nhân lực của mỗi doanh nghiệp. Nó tạo ra sự di chuyển nguồn nhân lực từ doanh nghiệp này đến doanh nghiệp khác, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao.

* **Khả năng cung ứng của cơ sở đào tạo** là một trong những nguồn cung cấp lao động rất quan trọng cho các doanh nghiệp. Khả năng này cao hay thấp trực tiếp ảnh hưởng đến mức độ dư thừa hay khan hiếm nguồn nhân lực trong các thời kỳ khác nhau.

Các yếu tố môi trường bên trong doanh nghiệp

* **Chính sách tuyển dụng**

Chính sách tuyển dụng thể hiện quan điểm về mục đích, yêu cầu, đối tượng và cách thức tuyển chọn lao động của doanh nghiệp nhằm đảm bảo cho doanh nghiệp có đủ số lượng và chất lượng nguồn nhân lực với cơ cấu phù hợp để thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ của mình trong giai đoạn hiện tại hay tương lai.

Một doanh nghiệp có chính sách tuyển dụng phù hợp và hấp dẫn, xuất phát từ việc hoạch định nguồn nhân lực chính xác và khoa học sẽ thu hút được nhiều người đảm bảo chất lượng hơn, tức là nhân lực có chất lượng ban đầu cao hơn. Điều này đã tạo điều kiện thuận lợi để phát triển nguồn nhân lực tại doanh nghiệp.

* **Chính sách nhân sự**

Chính sách đào tạo: là vấn đề cốt lõi có tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến phát triển nguồn nhân lực tại doanh nghiệp dưới góc độ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực một cách toàn diện. Đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho doanh nghiệp là nhu cầu, đòi hỏi thường xuyên.

Chính sách lương, thưởng, phúc lợi, đãi ngộ: các chế độ đãi ngộ về vật chất lẫn tinh thần đối với người lao động là một trong những yếu tố cốt lõi để duy trì và phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Cụ thể là thiết lập và áp dụng các chính sách hợp lý về lương bổng, khen thưởng, kỷ luật, hoàn thiện môi trường, điều kiện làm việc, thực hiện các chế độ về y tế, bảo hiểm và an toàn lao động. Để giữ được nhân viên giỏi, về lâu dài xét trên mặt bằng chung, doanh nghiệp thường phải có mức lương cao hơn mức lương trung bình của thị trường cùng lĩnh vực.

Quy hoạch, đề bạt, bổ nhiệm: chế độ bố trí, sử dụng nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng tác động đến phát triển nguồn nhân lực trong doanh nghiệp. Phân công đúng người, đúng việc, đánh giá đúng tính chất và mức độ tham gia, đóng góp của từng người lao động để khích lệ họ

kip thời sẽ mang lại mức độ sinh lợi cao của hoạt động chung và tạo ra sự động viên to lớn đối với người lao động.

Môi trường làm việc: là yếu tố quan trọng để doanh nghiệp có điều kiện thuận lợi trong việc thu hút nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực có chất lượng cao. Để tạo lập môi trường làm việc thực sự thân thiện, gắn bó và được duy trì bền vững, việc xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp là vấn đề hết sức cần thiết.

1.4. Mối quan hệ giữa cung ứng nguồn nhân lực và thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng

Giữa cung ứng nguồn nhân lực và thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng có một mối quan hệ mật thiết với nhau, bao hàm trong nhau. Trong hoạt động cung ứng nhân lực nó chứa đựng cả hoạt động thu hút nguồn nhân lực. Tuy nhiên, cung ứng nhân lực nó bao quát hơn và thực hiện nhiều nhiệm vụ hơn so với thu hút nguồn nhân lực bởi hoạt động thu hút nguồn nhân lực đơn thuần là đưa ra các chiến lược, chính sách để thu hút, chiêu mộ ứng viên vào những vị trí tuyển dụng cụ thể. Hoạt động cung ứng bao gồm cả hoạt động tư vấn, thương lượng, thỏa thuận, đàm phán với đối tác cũng như người lao động để cho các bên đều đạt được mục đích của mình “ 3 bên cùng có lợi”, chứ không còn là “2 bên cùng có lợi” như hoạt động thu hút.

Công tác thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cũng có vai trò rất quan trọng trong cả quá trình cung ứng. Quá trình thu hút nguồn nhân lực không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả của việc tuyển chọn mà còn ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực được tuyển chọn, ảnh hưởng đến quá trình đào tạo, quá trình phát triển của nguồn nhân lực nói riêng và của cả công ty nói chung.

1.5. Đánh giá hoạt động thu hút

Sau khi kết thúc các hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng, tổ chức cần đánh giá theo các nội dung sau :

- Số ứng viên được thu hút có đảm bảo yêu cầu hay không, nếu số ứng

viên được thu hút quá ít thì nguyên nhân tại đâu, giải pháp khắc phục

- Tỷ lệ tuyển chọn và tỷ lệ sàng lọc đặt ra như vậy đã hợp lý hay chưa ?
- Mức độ phù hợp giữa các ứng viên với công việc
- Mức độ hiểu biết về công việc và tổ chức của ứng viên sau tuyển mộ
- Kinh phí cho quá trình này có cao quá hay không ?
- Việc quảng cáo đã thực sự thu hút ứng viên chưa ?
- Các ứng viên đã được đối xử công bằng chưa ? Có điểm nào chưa công bằng ? Cách khắc phục ?
- Thông tin thu được có đảm bảo đủ độ tin cậy cho xét tuyển hay chưa?

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN DỤNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN TÌM KIẾM VÀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC GJOBS

2.1. Tổng quan về Công ty cổ phần Tìm kiếm và Phát triển nguồn nhân lực GJOBS

2.1.1. Giới thiệu khái quát về GJOBS

Tên Công ty: Công ty CP tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS

Tên quốc tế: GJOBS Talent Search And Development Joint Stock Company

Tên viết tắt: GJOBS

Hình thức: Công ty Cổ phần

Mã số thuế: 0201910513

Điện thoại: 02253272385

Email: dichvutuyendung@gjobs.vn

Người đại diện: Giám Đốc Nguyễn Văn Long

Ngày thành lập: 31/10/2018

Địa chỉ: Số 16/562 Nguyễn Văn Linh, Phường Vĩnh Niệm. Quận Lê Chân, Thành Phố Hải Phòng, Việt Nam

2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của Công ty

Công ty Cổ Phần Đầu Tư Gjobs được thành lập 2018. Với 4 năm kinh nghiệm trong việc tuyển dụng và phát triển nguồn nhân sự đây là một thế mạnh vô cùng to lớn, góp phần ngày càng khẳng định và nâng cao vai trò và vị trí của Gjobs trên thị trường việc làm.

Để đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng lớn mạnh tính đến cuối năm 2021 Gjobs đã mở rộng hoạt động phát triển với 19 khách hàng là các công ty và doanh nghiệp lớn, 2 Văn phòng đại diện cùng hệ thống.

Với đội ngũ nhân viên nhiệt tình, sáng tạo và chuyên nghiệp. Được đào tạo, rèn luyện trong môi trường chuyên nghiệp đi lên cùng với những kinh nghiệm thu thập được trong quá trình làm việc. Mục tiêu của Công ty là đảm bảo công ăn việc làm cho lao động trên cả nước.

2.1.3 Lĩnh vực kinh doanh của Công ty

- Tư vấn nhân sự, Dịch vụ tìm kiếm, tuyển chọn nhân sự cho các doanh nghiệp.
- Cung ứng công nhân thời vụ cho các doanh nghiệp.
- Cung ứng và quản lý nguồn lao động trong nước

2.1.4 Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp

*** Chức năng cơ bản của cty Gjobs**

- Chức năng ưu tiên hàng đầu của Công ty là cung ứng lao động làm việc tại các khu công nghiệp lớn, nhỏ trong nước
 - Hàng năm GJOBS có khả năng tuyển chọn và cung ứng một số lượng lớn lao động thời vụ, chính thức, nhân viên cấp trung, cấp cao đi làm việc với nhiều vị trí, bộ phận, ngành nghề khác nhau. Trước khi tới các công ty trong khu công nghiệp làm việc người lao động được phổ biến, hướng dẫn về luật lao động, về hợp đồng làm việc cũng như quy trình, quy định tại cty tiếp nhận để đảm bảo cho người lao động nắm rõ được quyền hạn, trách nhiệm của bản thân và đáp ứng được yêu cầu của cty tiếp nhận.
 - Ngoài việc cung ứng lao động, GJOBS còn tham gia quản lý lao động thời vụ ngắn hạn, dài hạn tại các cty tiếp nhận.

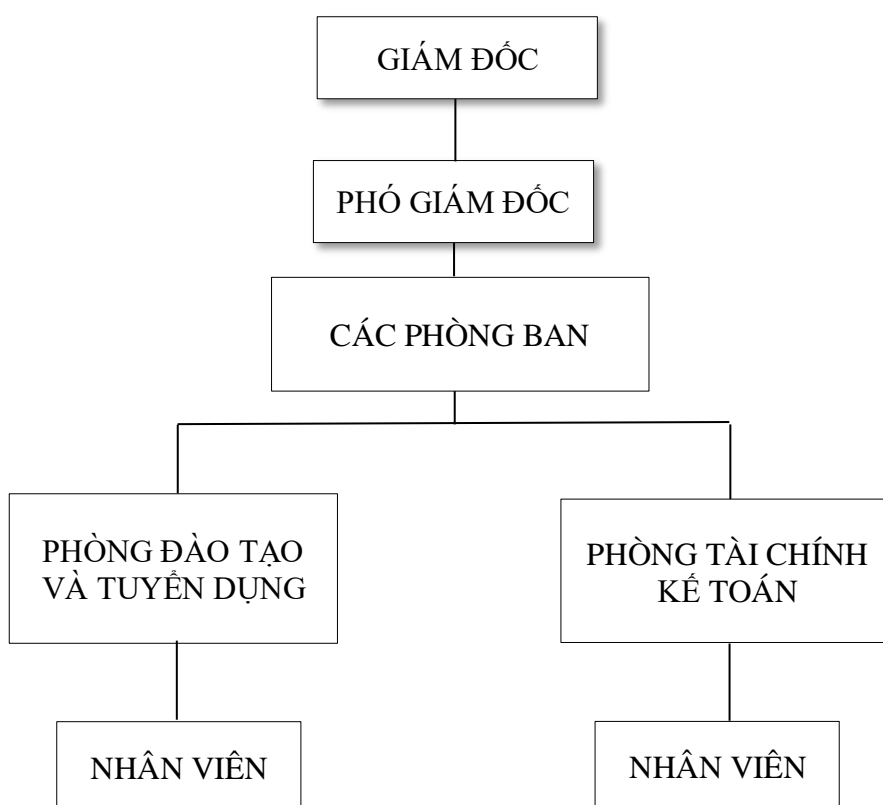
*** Công ty GJOBS có những nhiệm vụ chủ yếu sau đây:**

- Tự tạo nguồn vốn cho hoạt động kinh doanh của Cty, đảm bảo tự trang bị và đổi mới trang thiết bị phục vụ kinh doanh.
- Đảm bảo hạch toán kế toán đầy đủ, cân đối thu chi, làm tròn nghĩa vụ với cấp trên
- Tuân thủ đầy đủ các chính sách, chế độ quản lý kinh tế, luật lao động.
- Quản lý và sử dụng hợp lý, có hiệu quả nguồn nhân lực đã tìm kiếm được.

- Thực hiện tốt các chính sách, chế độ quản lý tài chính để đảm bảo công bằng xã hội, đào tạo, bồi dưỡng để không ngừng nâng cao trình độ văn hóa, nghiệp vụ cho cán bộ, công nhân viên trong Cty.

2.1.5 Sơ đồ tổ chức và chức năng nhiệm vụ của các phòng ban trong công ty

*** Sơ đồ tổ chức**



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ bộ máy tổ chức

Trong các doanh nghiệp, dù lớn hay nhỏ thì bộ máy quản lý giữ vai trò rất quan trọng đặc biệt là trong cơ chế thị trường hiện nay. Nếu bộ máy quản lý của doanh nghiệp được bố trí một cách khoa học thì nó thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đạt hiệu quả kinh tế cao và ngược lại nếu bộ máy không được bố trí khoa học thì sẽ làm cho doanh nghiệp đó không phát triển và không đạt được hiệu quả cao trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Bộ máy quản lý của Công ty được tổ chức theo mô hình Trực tuyến – chức năng. Ở mô hình này, người lãnh đạo cao nhất của Công ty được sự giúp đỡ của những người đứng đầu chức năng để chuẩn bị các quyết định, hướng dẫn, và kiểm tra việc thực hiện quyết định. Người lãnh đạo (Giám đốc) chịu trách nhiệm về mọi mặt công việc và toàn quyền quyết định trong phạm vi doanh nghiệp.

Giữa lãnh đạo và các bộ phận phòng ban trong Công ty có mối liên hệ chức năng, hỗ trợ lẫn nhau. Bộ máy tổ chức của Công ty bao gồm:

Giám đốc: Là người đứng đầu công ty điều hành mọi hoạt động của công ty theo pháp luật , là người đại diện hợp pháp của công ty trước pháp luật về mối quan hệ giao dịch điều hành hoạt động của công ty, chịu trách nhiệm về kết quả sản xuất kinh doanh và chỉ thị cho cấp dưới.

Phó giám đốc: Giúp việc cho giám đốc, điều hành các lĩnh vực hoạt động của Công ty theo sự phân cấp của giám đốc và chịu trách nhiệm trước giám đốc và pháp luật về nhiệm vụ được giám đốc phân công thực hiện.

Phòng Tài chính Kế toán: Là bộ phận tham mưu cho giám đốc trong việc xây dựng cơ chế hoạch toán của công ty ,có nhiệm vụ: Hạch toán quá trình sản xuất kinh doanh của công ty, tiến hành phân tích các hoạt động sản xuất kinh doanh , thực hiện việc chi trả lương , trả thưởng , Bảo hiểm xã hội cho cán bộ nhân viên trong công ty.Lập các kế hoạch tài chính ngắn hạn ,các kế hoạch đầu tư dài hạn phù hợp với định hướng phát triển của công ty.

Phòng Đào tạo và tuyển dụng : Tại Công ty cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS, công tác quản trị nhân lực được thực hiện bởi phòng đào tạo và tuyển dụng. Phòng đào tạo và tuyển dụng chịu trách nhiệm tuyển dụng nhân lực tổ chức nâng bậc, theo dõi, quản lý nâng cao cho người lao động giải quyết các chính sách như đau ốm, thai sản.Chức năng, nhiệm vụ của phòng đào tạo và tuyển dụng tại Công ty cổ phần phân tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS.

Chị Nguyễn Thị Thảo -Trưởng phòng tuyển dụng: có nhiệm vụ nắm bắt tình hình của Công ty cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS để báo cáo, tham mưu với Giám đốc công ty nhằm đưa ra những kế hoạch nhân lực phù hợp cho tổ chức. Ngoài ra còn hỗ trợ Giám đốc trong việc quản lý thông tin nhân lực, tình hình thực hiện công việc của cán bộ nhân viên trong công ty(mức độ chấp hành nội quy lao động của công ty, thành tích suất sắc trong công việc, vi phạm kỷ luật hay khen thưởng...) để báo cáo với lãnh đạo công ty nhằm đưa ra biện pháp kịp thời .Chịu trách nhiệm trước Giám đốc về các vấn đề thuộc chức năng nhân sự như tuyển dụng và đào tạo phát triển quản lý tiền lương ,quan hệ lao động và thù lao phúc lợi cho người lao động.

2.1.6 Kết quả sản xuất kinh doanh của công ty

Bảng 2.1 Kết quả sản xuất kinh doanh của GJOBS (2019-2021)*Đơn vị: VNĐ*

CHỈ TIÊU	Năm 2021	Năm 2020	Năm 2019
1	4	5	6
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	25.750.000.000	17.900.000.000	14.000.000.000
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	0	0	0
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10= 01 – 02)	25.750.000.000	17.900.000.000	14.000.000.000
4. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20 = 10 – 11)	23.971.850.981	17.278.059.100	13.726.760.000
6. Doanh thu hoạt động tài chính	368.624	119.637	101.000
7. Chi phí tài chính	75.041.627	0	0
- Trong đó chi phí lãi vay	75.041.627	0	0
8. Chi phí quản lý kinh doanh	4.174.974.364	3.645.430.041	2.980.830.000
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30 = 20 + 21 – 22 -24)	19.722.203.614	13.632.748.696	10.746.031.000
10. Thu nhập khác	0	0	0
11. Chi phí khác	0	0	0
12. Lợi nhuận khác (40=31-32)	0	0	0
13. Tổng lợi nhuận trước thuế (50 = 30 + 40)	19.722.203.614	13.632.748.696	10.746.031.000
14. Chi phí thuế TNDN	3.944.440.722	2.726.549.739	2.149.206.200
15. Lợi nhuận sau thuế TNDN (60= 50 – 51)	15.777.762.891	10.906.198.956	8.596.824.800

Nguồn phòng kế toán tài chính

Qua báo cáo trên ta thấy :

Doanh thu thuần của doanh nghiệp tăng đều qua 3 năm. Năm 2020 doanh thu thuần của doanh nghiệp là 17.900.000.000 VNĐ, tăng 3.900.000.000 (tương ứng 27.86%) so với năm 2019. Năm 2021, doanh thu thuần của doanh nghiệp là 25.750.000.000 VNĐ, tăng 7.650.000.000 VNĐ (tương ứng 43.85%) so với năm 2020. Việc doanh thu tăng đều qua các năm cho thấy công ty đã không ngừng đàm phán, tìm kiếm, mở rộng các mối quan hệ kinh tế nhằm làm tăng doanh thu, đồng thời cũng thể hiện chất lượng dịch vụ của công ty ngày càng được nâng cao, tạo dựng được uy tín trên thị trường.

Tổng chi phí kinh doanh của công ty chiếm tỷ trọng khá lớn so với tổng doanh thu tuy nhiên tổng chi phí giảm dần qua các năm. Năm 2019 chiếm 21% tổng doanh thu, năm 2020 chiếm 20% , năm 2021 chiếm 17%. Tổng chi phí của công ty giảm dần qua các năm cho thấy công ty đang dần tối ưu hóa được quy trình làm việc, giảm bớt được các chi tiêu không đáng có cho cty.

Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2020 là 17.278.059.100 tăng 3.551.299.100 VNĐ (tương ứng 25,78%) so với năm 2019. Năm 2021, lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ là 23.971.850.981 tăng 6.693.791.881VNĐ (tương ứng 38,74%) so với năm 2020. Lợi nhuận gộp tăng đều qua các năm do doanh thu thuần tăng, giá vốn hàng bán tăng không đáng kể.

Lợi nhuận sau thuế cũng lần lượt tăng dần qua các năm 2019, 2020, 2021 lần lượt: 15.777.762.891; 10.906.198.956; 8.596.824.800 vậy hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty đã đem lại lợi nhuận và Công ty đã hoạt động có lãi.

2.1.7 Phương hướng hoạt động của công ty

“Thoả mãn yêu cầu của khách hàng, đồng thời tạo ra được những sản phẩm tư vấn và tuyển dụng nhân lực có chất lượng ,trình độ chuyên môn cao đáp ứng yêu cầu của các đối tác”.

Khách hàng là trái tim của sự phát triển.Trên mỗi bước tiến của toàn công ty, nhu cầu và sự thoả mãn của khách hàng luôn định hướng cho sản phẩm, dịch vụ và trí tuệ chung của công ty.

Hợp tác trên nền tảng hai bên cùng có lợi. Thế kỷ 21 là thế kỷ của những cái bắt tay, hợp tác. Những mối quan hệ bền vững cần phải được xây dựng trên nền tảng hai bên cùng có lợi ,cùng phát triển. Công ty luôn tin tưởng vào sự thịnh vượng chung giữa đôi bên khi cả hai bên gặt hái được thành quả từ sự hợp tác chung.

Lợi nhuận không phải là tất cả. Chất lượng đặt lên hàng đầu, dịch vụ hoàn hảo chuyên nghiệp. Công ty tập trung mạnh vào việc tạo ra ý nghĩa, giá trị trong mỗi việc mình làm và tin tưởng điều đó sẽ đem lại sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp. Chân giá trị đó đã thực sự tạo nên sự khác biệt trong phương thức cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng của công ty.

*** Chiến lược phát triển của công ty:**

Năm 2018-2019

Hoàn thiện bộ máy tổ chức và hệ thống quản lý, phân đầu thiết lập đầy đủ điều kiện để xây dựng công ty phát triển mạnh về thị trường cung ứng nhân sự , kết hợp với việc mở các lớp đào tạo nhằm ổn định cơ sở vật chất , phúc lợi của công ty.

Công ty sẽ đi sâu vào thị trường cung ứng nhân lực cho các doanh nghiệp Miền Bắc và đầu tư thêm cơ sở vật chất và các trang thiết bị phục vụ cho công tác đào tạo.

Đến năm 2020

Xây dựng thương hiệu công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs thành công ty mạnh và mở rộng hoạt động thêm các lĩnh vực kinh doanh khác nhằm thúc đẩy và phát triển công ty.

Xây dựng nâng cao năng lực bộ máy quản lý về mọi mặt. Chuyển dịch cơ cấu doanh thu, thúc đẩy phát triển.

Đến năm 2021

Tạo uy tín với các đơn vị bạn tạo tiền đề phát triển trở thành công ty mạnh. Tăng thu nhập của các cán bộ công nhân viên tăng bình quân 10- 15% mỗi năm. Đảm bảo phúc lợi cho cán bộ nhân viên gồm: Điều kiện làm việc , nhà ở, bảo hiểm, văn hóa- xã hội...phấn đấu công ty nằm trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực cung ứng nhân sự.

Lấy hiệu quả kinh doanh làm thước đo cho sự tăng trưởng bền vững, không ngừng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh nhằm đảm bảo lợi nhuận tăng dần hàng năm , cải thiện đời sống và mức thu nhập ổn định cho người lao động, đồng thời thực hiện các sứ mệnh với cộng đồng xã hội.

Hoàn thiện tổ chức bộ máy và hệ thống quản lý , thiết lập đầy đủ các điều kiện để xây dựng công ty trở thành công ty có quy mô lớn. Thu hút ,đào tạo và phát triển nguồn nhân lực bằng tổng hợp các yếu tố:quyền lợi, thu nhập, phúc lợi, vị thế người lao động, văn hóa doanh nghiệp.

Liên doanh,liên kết , hợp tác với các đối tác chiến lược , tận dụng tối đa nguồn lực về tài chính và từ các dự án đầu tư các đối tác thân thiết.

Huy động tối đa nguồn lực của đơn vị, tập trung trí tuệ của ban giám đốc, cán bộ nhân viên trong toàn công ty.

Năm 2022

Tiếp tục mở rộng phạm vi tuyển dụng khắp cả nước. Tìm kiếm , nâng cao chất lượng khách hàng mới.

2.1.8 Khó khăn và thuận lợi của GJOBS

Để tìm được số lượng lớn lao động, nhân sự phù hợp với công việc,

giỏi, tiềm năng, Gjobs đã trải qua quá trình tìm kiếm, chọn lọc, đào tạo với rất nhiều những khó khăn.

****Khó khăn***

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ - “con dao 2 lưỡi”: Hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thì việc tạo ra một hồ sơ xin việc là điều không còn khó khăn. Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh phức tạp, kéo dài thì các doanh nghiệp sẽ phải áp dụng phương pháp phỏng vấn online. Đây cũng chính là cơ hội để các ứng viên sử dụng hồ sơ, CV xin việc ảo ứng tuyển việc làm. Theo đó, các ứng viên thường nói dối về bằng cấp, chứng chỉ, khoa trương về các thành tích, kinh nghiệm hay kỹ năng trong hồ sơ xin việc. Điều này không chỉ gây ra khó khăn trong công tác tuyển dụng mà còn khiến họ mất rất nhiều thời gian để sàng lọc, tìm kiếm ứng viên thực sự phù hợp với doanh nghiệp.

Một trong những khó khăn lớn với các công ty môi giới việc làm, công ty tuyển dụng đó là ứng viên ứng tuyển nhiều nhưng không đáp ứng được yêu cầu công việc đưa ra. Ví dụ như ứng viên có bằng cấp, chứng chỉ nhưng lại trái ngành, không có kỹ năng, kiến thức hay kinh nghiệm liên quan đến vị trí tuyển dụng. Bên cạnh đó, một số bạn sinh viên mới ra trường còn thiếu các kỹ năng mềm, kỹ năng sống,... trong môi trường làm việc. Điều này cũng khiến họ mất khá nhiều thời gian chọn lọc, thậm chí là phỏng vấn.

Ứng viên giỏi đồng nghĩa với mức lương cao: Chắc chắn một điều là những gì tốt nhất thì sẽ tương ứng với mức giá “đắt đỏ”. Ứng viên giỏi, tài năng thì luôn đồng nghĩa với yêu cầu về mức lương cao. Bởi họ biết mình là ai, họ có gì và làm được gì cho doanh nghiệp. Điều đó vô tình làm hoán đổi vị trí, doanh nghiệp bị trở thành ứng viên và được đưa lên bàn cân để ứng viên xem xét, lựa chọn. Đây chính là một khó khăn khá lớn, đánh vào vấn đề tài chính của các doanh nghiệp.

Khó khăn trong việc tiếp cận số lượng lớn ứng viên: Với một số vị trí cần tuyển số lượng ứng viên lớn như kinh doanh, content, IT,... thì các doanh

nghiệp thường phải mất khá nhiều thời gian để tìm kiếm, tiếp cận. Và nếu thời gian kéo dài quá lâu thì có thể sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến thời hạn, quá trình thực hiện các dự án, hoạt động của doanh nghiệp.

Nhân viên không gắn bó lâu dài: Một vấn đề cũng khá phổ biến và gây khó khăn cho quá trình tuyển dụng nhân sự tại các công ty tuyển dụng nói chung và GJOBS nói riêng là nhân viên không gắn bó lâu dài. Có những người chỉ sau 1 tuần, 1 tháng hay thậm chí là 1 – 2 ngày nhận việc đã rời đi. Điều này khiến cho các nhà tuyển dụng trở nên lao đao, ngay lập tức phải tìm người thay thế. Đồng thời, các chi phí, thời gian tuyển dụng cũng lại tăng lên gấp 2– 3 lần.

**** Thuận lợi mà GJOBS đang có***

Hệ thống đánh giá ứng viên chi tiết, rõ ràng, phù hợp với quy mô, tính chất từng công việc. Đối với mỗi khách hàng GJOBS lại xây dựng một bản tiêu chuẩn khác nhau nhằm đảm bảo cung ứng được nguồn nhân lực chất lượng, phù hợp với công việc.

Trong quá trình đào tạo, quản lý nguồn cung ứng, công ty đã tiến hành xây dựng định mức công việc một cách hợp lý, có sự kiểm tra, giám sát để điều chỉnh để phù hợp hơn với thực tế nhằm đảm bảo việc trả công cho lao động một cách tương xứng với sức lao động mà họ cống hiến cho Công ty. Đây đồng thời cũng là một chiến lược để giữ chân người có năng lực thực sự, trình độ chuyên môn cao ở lại với Công ty, tránh được những suy nghĩ tiêu cực đối với bản thân người lao động.

Đời sống vật chất, tinh thần và môi trường làm việc nhân sự công ty ngày càng được cải thiện giúp cho nhân viên nâng cao tinh thần trách nhiệm đối với công việc, tinh thần hăng say lao động được nâng lên, mọi người yên tâm làm việc khiến cho hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh không ngừng tăng lên.

Những ưu điểm trên là do sự cố gắng nỗ lực phấn đấu không ngừng của tập thể cán bộ, công nhân viên trong Cty qua đó góp phần thúc đẩy hoạt động

sản xuất kinh doanh hiệu quả hơn, trong quá trình đó thì công tác quản lý và sử dụng nguồn nhân lực đã góp phần không nhỏ vào những thành quả đó.

2.1.9 Đặc điểm nguồn nhân lực tuyển dụng tại công ty

Xuất phát từ nhu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh của công ty thì hàng năm công ty liên tục tuyển dụng lao động nhằm đảm bảo kết quả phát triển trong những năm về sau. Tình hình tuyển dụng trong 4 năm gần đây được phản ánh trong bảng sau:

Bảng 2.2: Tình hình biến động nhân sự tại công ty giai đoạn 2019-2021

Chỉ tiêu	Số lao động báo cáo đầu năm (người)	Thuyên chuyển và đề bạt nội bộ (người)	Số lao động tuyển hàng năm (người)	Số lao động thôi việc (người)	Số lao động báo cáo cuối năm (người)	Tỷ lệ lao động tuyển hàng năm (%)	Tỷ lệ lao động thôi việc (%)
2019	31	1	6	2	35	23,5	5,7
2020	35	2	7	2	40	31,8	5,0
2021	40	1	5	1	44	16,0	2

Nguồn: Phòng đào tạo và tuyển dụng

Trong số đó lao động cuối năm bằng = (Số lao động đầu năm + Số lao động tuyển hàng năm) - Số lao động thôi việc.

Qua bảng số liệu trên ta thấy được tình hình biến đổi nhân sự trong công ty có sự biến đổi rõ rệt. Số lượng lao động trong công ty ngày càng tăng lên trong khi đó số lượng lao động thôi việc có xu hướng giảm đi và cụ thể năm 2019 số lao động thôi việc 2 người đến năm 2021 còn 1 người. Điều này cho thấy dấu hiệu đáng mừng cho công ty, khi mà số lao động tuyển ngoài tăng trong khi số lượng lao động thôi việc giảm chứng tỏ công ty ngày càng làm có hiệu quả. Hiện nay doanh nghiệp cần tuyển nguồn nhân lực có kỹ năng, kinh nghiệm trong việc bố trí, sắp xếp công việc và đề ra phương hướng làm việc cho nhóm nhân viên có thể làm việc tập thể đồng thời có năng lực, xử lý,

nhạy bén để cập nhật thông tin, chế độ chính sách mới áp dụng phù hợp, linh hoạt nhằm đem lại hiệu quả cao nhất cho công ty.

*** Trình độ nhân sự**

Bảng 2.3: Trình độ chuyên môn nhân viên công ty giai đoạn 2019-2021

Trình độ	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
Đại học	28	80	32	80	40	91
Cao đẳng	5	14.3	8	20	4	9
Phổ thông	2	5.7	0	0	0	0
	35	100	40	100	44	100

Nguồn: Phòng hành chính

Số lao động trong công ty tăng tương đối ổn định từ năm 2019 số lao động tăng từ 35 người đến năm 2021 tăng lên 44 người mức tăng là 9 người. Tỷ lệ lao động có trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất năm 2021 với 40 người chiếm 91% toàn công ty, năm 2020 là 32 người chiếm 80% toàn công ty, năm 2019 là 28 người chiếm 80%. Lao động có trình độ cao đẳng năm 2019 là 14,3%, năm 2020 là 20% và năm 2021 9% toàn công ty. Trình độ lao động phổ thông năm 2020, 2021 là 0% do nhu cầu mở rộng thị trường hàng năm có thêm khách hàng nên số lượng nhân sự có xu hướng tăng. Điều này chứng tỏ ban lãnh đạo đã rất quan tâm đến việc tuyển những người có trình độ, trọng nhân tài để làm việc tại cty. Đây là một hướng đi lâu dài, chiến lược của Doanh nghiệp để dần nâng cao chất lượng lao động, góp phần tăng năng suất lao động, đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới.

2.2 Thực trạng hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

GJOBS là 1 công ty trung gian kết nối giữa các doanh nghiệp với những người có nhu cầu tìm kiếm việc làm, vì vậy nguồn nhân lực tuyển dụng

của GJOBS không cố định, phụ thuộc trực tiếp vào mong muốn, yêu cầu của khách hàng (các doanh nghiệp).

Nguồn lao động tuyển dụng mà GJOBS tìm kiếm thường là lao động phổ thông và nhân sự cấp cao.

2.2.1 Tình hình biến động nguồn nhân lực tại công ty Cổ phần

Bảng 2.4 Tình hình nguồn nhân lực tuyển dụng qua các năm
(Đv: hồ sơ)

Năm	Số lượng hồ sơ nhận được	Số lượng hồ sơ Trúng tuyển	Số lượng hồ sơ đi làm ngày đầu	Số lượng hs được nhận chính thức
2019	750	418	398	360
2020	1726	1035	1020	1001
2021	2986	2400	2346	2309

Nguồn: Phòng Đào tạo và tuyển dụng

Với số lượng hồ sơ nhận được là những hồ sơ đã qua sàng lọc bước đầu, là những hồ sơ đạt tiêu chuẩn phỏng vấn, ta thấy số lượng hồ sơ trúng tuyển lần lượt đạt 55%, 59%, 80% so với số lượng hồ sơ nhận được qua các năm. Điều đó cho thấy khâu sàng lọc hồ sơ bước đầu của GJOBS đã thực hiện tương đối tốt. Số lượng hồ sơ trúng tuyển đều đạt trên 50% và tăng đều qua các năm. Đặc biệt năm 2021, số lượng hồ sơ trúng tuyển đạt 80%, tăng vọt so với các năm trước.

Số lượng hồ sơ trúng tuyển và bắt đầu đi làm đạt lần lượt 95,2%, 98,5%, 97,7% so với số lượng hồ sơ trúng tuyển. Qua số liệu trên ta thấy trong thời gian từ lúc đỗ phỏng vấn cho tới lúc đi làm đã có một số ít ứng viên từ bỏ công việc. Nguyên nhân có thể do thời gian chờ đợi lịch đi làm quá lâu, ứng viên đã tìm được công việc phù hợp hơn, hay là do chăm sóc ứng viên sau khi đỗ phỏng vấn của GJOBS chưa tốt. Tuy số lượng hồ sơ không đi làm ngày đầu khá ít nhưng đã phần nào ảnh hưởng đến chỉ tiêu, kế hoạch công ty đã đề ra

Sau 1 khoảng thời gian thử việc từ 1-3 tháng, ứng viên đạt yêu cầu sẽ được ký hợp đồng và trở thành nhân viên chính thức. Tỷ lệ này đạt lần lượt 90%, 98%, 98% so với số lượng hồ sơ đi làm ngày đầu. Số liệu này cho thấy chất lượng tuyển dụng, tuyển chọn nguồn nhân lực rất tốt của GJOBS. Chỉ có 1 phần rất nhỏ các ứng viên bị loại có thể là do vấn đề về sức khỏe của ứng viên, vấn đề về việc cá nhân, cũng có thể do ý thức, trình độ ứng viên chưa đạt yêu cầu.

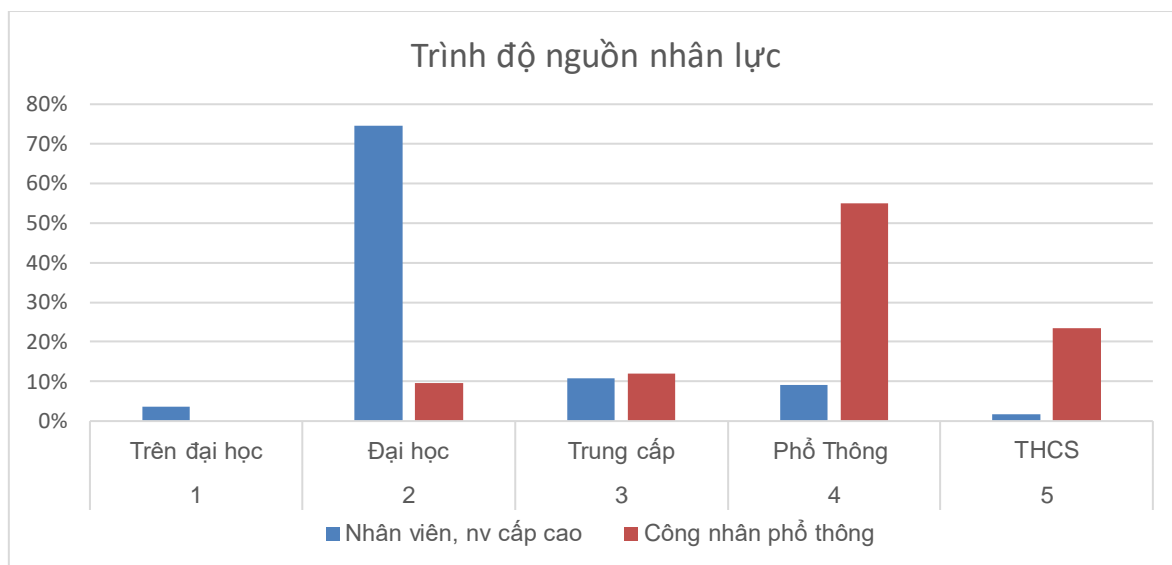
Bảng 2.5 Phân loại nguồn nhân lực tuyển dụng (Đv: hồ sơ)

Năm	Nhân viên, nv cấp cao	Công nhân phổ thông
2019	55	400
2020	158	862
2021	410	1980

Nguồn: Phòng Đào tạo và tuyển dụng

GJOBS tuyển dụng 2 phân loại nhân lực chính là nhân viên, nhân sự cấp cao và công nhân lao động phổ thông. Năm 2019 nhân viên, nhân sự cấp cao chiếm 21,5%, lao động phổ thông chiếm 79,5% số lượng nguồn nhân lực tuyển dụng. Năm 2020 nhân viên, nhân sự cấp cao chiếm 15,4%, lao động phổ thông chiếm 84,6% số lượng nguồn nhân lực tuyển dụng. Năm 2021 nhân viên, nhân sự cấp cao chiếm 17,1%, lao động phổ thông chiếm 82,9% số lượng nguồn nhân lực tuyển dụng. Số lượng nhân viên, nhân sự cấp cao chiếm tỷ lệ ít do đặc điểm tuyển dụng nguồn nhân sự cấp cao khó hơn, yêu cầu trình độ học vấn, kiến thức xã hội, kinh nghiệm công việc,.... Cao hơn lao động chân tay, lao động chân tay. Lao động phổ thông chủ yếu chú trọng đến sức khỏe, sức lực và thái độ, vì vậy mà không yêu cầu cao về mặt bằng cấp.

Biểu đồ 2.2: Tỷ lệ trình độ nguồn nhân lực tuyển dụng (Đv: %)



Nguồn: Phòng Đào tạo và tuyển dụng

Qua biểu đồ trên ta thấy, ứng viên có trình độ trên đại học chỉ có ở nhân viên, nhân sự cấp cao và chiếm 1 phần nhỏ khoảng 5% tổng số các ứng viên được tuyển dụng. Trong đó trình độ đại học thì nguồn nhân viên, nhân sự cấp cao chiếm tỉ lệ cao nhất là 75%, lao động phổ thông chiếm 10%. Về trình độ Phổ thông và THCS thì nguồn lao động phổ thông chiếm phần lớn, lần lượt là 55% và 24% trên tổng số ứng lao động phổ thông được tuyển dụng. Điều này cho thấy tùy vào từng phân loại nguồn tuyển dụng, tùy vào từng vị trí tuyển dụng mà yêu cầu về trình độ nguồn nhân lực tuyển dụng được cũng khác nhau.

2.2.2 Thực trạng xây dựng và triển khai các chính sách thu hút của GJOBS

Để xây dựng được các chính sách, các yếu tố thu hút nguồn lao động thì doanh nghiệp cần phải nắm được những điều người lao động quan tâm, mong muốn. Có nhiều chính sách khác nhau nhưng trong nghiên cứu này, học viên sẽ tập trung đến các chính sách cơ bản nhất bao gồm: Chính sách quảng bá thương hiệu nhà tuyển dụng, Chính sách tuyển mộ, chính sách tuyển dụng, chính sách phúc lợi, chính sách đào tạo và phát triển.

Lập kế hoạch

Xác định số người cần tuyển : Trong hoạt động thu hút ứng viên, một tổ chức cần xác định xem cần tuyển mộ bao nhiêu người cho từng vị trí cần tuyển. Do có một số người nộp đơn không đủ điều kiện hoặc một số người khác không chấp nhận các điều kiện về công việc nên tổ chức cần tuyển mộ được số người nộp đơn nhiều hơn số người họ cần tuyển dụng.

Tỷ lệ sàng lọc : Các tỷ lệ sàng lọc giúp cho các tổ chức quyết định được bao nhiêu người cần tuyển mộ cho từng vị trí cần tuyển. Các tỷ lệ sàng lọc thể hiện mối quan hệ về số lượng và các ứng viên còn lại ở từng bước trong quá trình tuyển chọn và số người sẽ được chấp nhận vào vòng tiếp theo. Trong kế hoạch tuyển mộ, chúng ta phải xác định được các tỷ lệ sàng lọc chính xác và hợp lý.

Xác định nguồn tuyển mộ

Nguồn tuyển mộ gồm nguồn sẵn có, nguồn từ bên ngoài doanh nghiệp và nguồn từ các trường liên kết.

Nguồn sẵn data sẵn có

Đối tượng bao gồm: các ứng có trong data dữ liệu của công ty. Nguồn ứng viên này bao gồm những ứng viên còn dư thừa từ các đợt tuyển dụng trước đó, các ứng viên biết đến GJOBS và gửi hồ sơ đến GJOBS.

Ưu điểm: Nhà tuyển dụng khi nhận được đơn hàng sẽ tiến hành sàng lọc ứng viên trong data sẵn có, tiết kiệm được thời gian, chi phí. Những ứng viên trong danh sách chờ thường là những ứng viên đã chuẩn bị đầy đủ về mặt pháp lý và sức khỏe, trong trạng thái sẵn sàng làm việc.

Nhược điểm: Do phải chờ đợi thông tin tuyển dụng trong 1 khoảng thời gian nên nhiều ứng viên đã tìm được việc làm mới hay ứng viên cảm thấy không phù hợp với công việc đã ứng tuyển nữa.

Nguồn bên ngoài

Đối tượng bao gồm: Các ứng viên đến nộp hồ sơ trực tiếp tại công ty, các ứng viên nộp hồ sơ qua các trang web tuyển dụng, các ứng viên tiếp cận

từ các trang mạng xã hội, qua các ngày hội tuyển dụng.

Ưu điểm:

- Nguồn ứng viên phong phú đa dạng cả về số lượng và chất lượng
- Môi trường làm việc mới và công việc mới giúp cho người lao động thích thú, hăng say làm việc, cố gắng thể hiện năng lực của bản thân trong công việc
- Người sử dụng lao động có điều kiện huấn luyện từ đầu nguyên tắc làm việc và các quy định về những công việc có ý định giao cho nhân sự mới

Nhược điểm:

- Các ứng viên còn thiếu kinh nghiệm, trình độ chuyên môn
- Nguồn cung không đều, còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố

Nguồn từ các trường THPT, Trung cấp nghề, Cao đẳng, Đại học

Ưu điểm:

- Không phải tốn quá nhiều chi phí cho việc đào tạo, thừa hưởng một phần kinh nghiệm trong quá trình học tập
- Lựa chọn được những ứng viên ưu tú vẫn còn giữ được kỷ luật như trên trường lớp, năng động, sáng tạo
- Nguồn tuyển dụng ổn định

Nhược điểm:

- Khó khăn trong việc luân chuyển công tác sau quá trình thực tập

Thực trạng về phương pháp thu hút

Với mỗi nguồn tuyển mộ khác nhau GJOBS sẽ xác định phương pháp thu hút khác nhau:

Với nguồn nội bộ: Các chuyên viên tuyển dụng sẽ truy cập hệ thống data ứng viên có sẵn của công ty, sàng lọc những ứng viên thuộc trách nhiệm của mình sau đó tiến hành liên lạc, thông báo thông tin tuyển dụng mới nhất đến các ứng viên và đợi họ phản hồi.

Với nguồn bên ngoài:

- Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng

Tính tới thời điểm hiện tại, 5 đối thủ cạnh tranh lớn nhất của GJOBS trong thị trường cung ứng gồm: Công ty TNHH Toàn Cầu, Công ty TNHH Khôi Nguyên, Công ty TNHH Nhân Kiệt, Công ty TNHH Vtedco, Công ty TNHH Geawoo. Mặc dù các đối thủ ra đời trước GJOBS, quy mô lớn hơn, phủ sóng rộng khắp hơn nhưng GJOBS vẫn đảm bảo được thương hiệu “Nhà tuyển dụng” của mình.

Đảm bảo thương hiệu “Nhà tuyển dụng” phù hợp với định hướng của tổ chức, phản ánh đúng những gì đang hiện hữu tại doanh nghiệp, và đáp ứng mong đợi của các nhân tài mục tiêu.

Không bỏ qua thành viên hiện tại của các tổ chức truyền thông, tăng sự gắn kết của nhân viên thông qua quá trình thực hiện hóa các chiến lược tuyển dụng tối ưu cũng như hỗ trợ giới thiệu ứng viên sau đó.

- Xây dựng trang web tuyển dụng

Trang web tuyển dụng của doanh nghiệp vẫn là một trong những kênh tiếp thị tuyển dụng trực tiếp. Những người tìm việc dành 1-4 giờ để nghiên cứu về một công ty và 65% trong số họ nhận thấy trang web nghề nghiệp là nguồn hữu ích nhất (*theo Talent Board*). Vì vậy GJOBS luôn đảm bảo trang web cung cấp mọi thông tin mà ứng viên đang và sẽ tìm kiếm với giao diện linh hoạt chuyển đổi cho mọi thiết bị.

Ngoài ra, GJOBS thường xuyên đánh giá lại trang web của mình để xác định những quan tâm thực sự của nhân tài đối với doanh nghiệp. Chẳng hạn như, chỉ có 1% người tìm việc truy cập vào trang Tuyendungvieclam.vn – GJOBS sẽ cân nhắc loại bỏ trang này hoặc xem xét lại bộ câu hỏi đã đặt ra. Quảng bá thông tin công ty cũng như thông tin tuyển dụng lên các trang mạng xã hội phổ biến. Quảng bá trên mạng xã hội không chỉ đơn giản là đăng job lên Facebook hay LinkedIn. Thay vào đó, social recruiting là “sử dụng các công cụ – kênh xã hội để thu hút và nuôi dưỡng mối quan hệ với cả người tìm

việc chủ động và thụ động”. Ví dụ như: Những người tìm việc chủ động có thể quan tâm đến các cơ hội việc làm rộng mở, thông tin về tổ chức, các mẹo chỉnh sửa CV, thư xin việc cũng như đánh giá của công ty. Ngược lại, những người tìm việc thụ động có thể quan tâm đến những nội dung hữu ích và giúp họ tiếp cận gần hơn đến công ty đang tuyển dụng.

- Ngoài ra còn các phương pháp như tham gia vào các hội chợ việc làm, liên kết với các trường THPT, Cao Đẳng, Đại Học hay các trường đào tạo nghề.

Bảng 2.6 Số lượng hồ sơ ứng tuyển vào công ty giai đoạn 2019-2021

Đvt: hồ sơ

Năm	Nhu cầu tuyển dụng	Số lượng hồ sơ ứng tuyển			
		Kế hoạch		Thực tế	
		Trực tiếp	Qua các nguồn	Trực tiếp	Qua các nguồn
2019	455	130	520	53	697
2020	1020	204	816	198	1528
2021	2390	236	1654	165	2821

Nguồn: Phòng tài chính kế toán

Nhìn vào bảng trên ta thấy, GJOBS đã và đang áp dụng có hiệu quả các phương pháp thu hút ứng viên. Nhu cầu tuyển dụng tăng đều qua các năm. Năm 2019 cần tuyển 450 ứng viên, năm 2020 tăng gấp 2,2 lần năm 2019 là 1020 ứng viên cần tuyển, năm 2021 tăng gấp 2,3 lần so với năm 2020 là 2390 ứng viên cần được tuyển.

Cụ thể: Trong năm 2019, Công ty có 5 đơn đặt hàng với tổng số lượng ứng viên cần 450 hồ sơ, nhưng thực tế đã có tổng 750 hồ sơ được nộp. Năm 2020 cần tuyển 1020 hồ sơ nhưng có tới 1726 hồ sơ được nộp. Năm 2021 cần 2390 hồ sơ nhưng có tổng 2986 hồ sơ được nộp.

Bảng 2.7: Mức phí dịch vụ tuyển dụng tại GJOBS

STT	Vị trí tuyển dụng	Số lượng	Đơn Giá/ứng viên (VND)
1	Nhân viên	01	0,5 tháng lương chính thức của ứng viên sau thử việc
2	Quản lý	01	1 tháng lương chính thức của ứng viên sau thử việc

Nguồn: Phòng tài chính GJOBS

Đối với vị trí nhân viên: Mức lương cơ bản tháng theo quy định của nhà nước tối thiểu là 4.680.000đ, Vậy với mỗi hồ sơ đạt tại vị trí nhân viên sẽ mang lại ít nhất cho GJOBS là 2.340.000 đ

Đối với vị trí cấp quản lý: Lương trung bình của cấp bậc quản lý tại các công ty khách hàng của GJOBS là từ 10-20tr. Vậy trung bình với mỗi hồ sơ đạt tại vị trí quản lý sẽ mang lại ít nhất cho GJOBS từ 10-20tr.

Hồ sơ gọi là “đạt” khi ứng viên trở thành nhân viên chính thức của cty khách hàng. Mức độ hồ sơ đạt, không đạt thường không đồng đều, phụ thuộc trực tiếp vào từng khách hàng, từng đơn đặt hàng. Theo dữ liệu từ phòng kế toán, trung bình tỉ lệ hồ sơ đạt so với tổng hồ sơ nhận được là khoảng 18 - 25%.

Bảng 2.8 : Tỷ lệ % các cách mà các ứng viên biết đến thông tin tuyển dụng của GJOBS (Đvt: %)

Stt	Nội dung	Tỷ lệ
1	Chủ động tìm kiếm việc làm và thấy văn phòng làm việc của GJOBS	4,1%
2	Tìm kiếm việc làm trên các trang web tuyển dụng nổi tiếng và thấy GJOBS	34,7%
3	Tìm kiếm việc làm qua các trang mạng xã hội và thấy thông tin tuyển dụng của GJOBS	40,1%
4	Là học sinh, sinh viên các trường liên kết với GJOBS	9,3%
5	Qua bạn bè, người quen giới thiệu	8,5%
6	Biết đến GJOBS tại ngày hội tuyển dụng	3,1%
7	Những cách khác	0,2%

Nguồn: Khảo sát thực tế

Qua bảng khảo sát trên ta thấy phần lớn các ứng viên biết đến GJOBS là qua các trang web tuyển dụng, qua các trang mạng xã hội lần lượt chiếm 34,7% và 40,1% chiếm 2/3 tỷ lệ các cách mà ứng viên tiếp cận với GJOBS. Lý do ứng viên biết đến văn phòng làm việc của GJOBS và qua bạn bè giới thiệu còn thấp vì GJOBS mới thành lập trong thời gian ngắn, cơ sở vật chất , mặt bằng , văn phòng làm việc còn hạn chế, chưa thu hút được sự chú ý của ứng viên. Trong các năm vừa qua GJOBS đã liên kết với 3 trường Đại học, 1 trường Trung Cấp nghề, 1 Trung tâm giáo dục thường xuyên, đó là lý do vì sao có 9,3% các ứng viên biết đến GJOBS qua cách này. Do còn hạn chế về mặt nhân sự nên trong những năm qua GJOBS chỉ mới tham gia được một vài các ngày hội việc làm trong thành phố vì vậy mà chỉ có 3,1% các ứng viên tiếp cận được qua cách này.

2.2.3 Đánh giá hiệu quả hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại GJOBS

Bất cứ quá trình nào cũng phải trải qua bước đánh giá, quá trình thu hút nhân viên cần xem lại toàn bộ qui trình thu hút của mình đạt được, chưa được

chỗ nào để điều chỉnh. Trong bước này còn việc rà soát lại số lượng, chất lượng nhân viên đã tuyển dụng có đáp ứng được yêu cầu công việc không? Từ đó đề xuất những phương thức thực hiện tiếp theo để sử dụng nguồn nhân lực một cách hiệu quả. Bước đánh giá quá trình thu hút còn giúp cho chính khách sạn định vị lại chính hình ảnh, thương hiệu của mình trong vị thế cạnh tranh với các đối thủ khác.

Quá trình thu hút ứng viên cũng được xem là một trong những phương thức PR (Public Relations), xây dựng hình ảnh, quảng bá Công ty với thị trường, khẳng định thương hiệu nhà tuyển dụng của mình với các công ty cung ứng khác.

Bảng 2.9: Tỷ lệ % lý do ứng viên lựa chọn GJOBS thay vì các nhà cung ứng khác

Đvt: %

Stt	Lý do	Tỷ lệ
1	Do thấy thông tin tuyển dụng của GJOBS đăng rõ ràng, dễ thấy, dễ hiểu, cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết	19,2%
2	Do tìm hiểu và biết được GJOBS là 1 nhà tuyển dụng uy tín	20,2%
3	Do trước đây đã từng làm việc với GJOBS và giờ vẫn tin tưởng và tìm đến GJOBS	10,1%
4	Tiếp cận thấy quy tình làm việc của GJOBS chuyên nghiệp, đảm bảo quyền lợi các ứng viên	28,1%
5	Qua bạn bè, người quen giới thiệu	12,5%
6	Do nhân sự nhiệt tình, hỗ trợ, chăm sóc ứng viên nhiệt tình, chu đáo	9,6%
7	Lý do khác	0,3%

Nguồn: khảo sát thực tế

Qua bảng khảo sát trên ta thấy được những thành công, những mặt tích

cực mà GJOBS nhân được sau quá trình thực hiện các hoạt động thu hút nguồn nhân lực. GJOBS đã chú trọng đến những giá trị riêng biệt của mình để thu hút người lao động. Bước đầu đã xây dựng được lòng tin , xây dựng được những hình ảnh đẹp trên thị trường cung ứng.

GJOBS đã mở rộng các nguồn tuyển dụng, tạo nên tính đa dạng và dễ dàng tìm được ứng viên phù hợp. Ngày càng nâng cao chất lượng tuyển dụng, đào tạo của công ty.

Từ cách làm việc chuyên nghiệp, quy trình bài bản, nhân sự có trình độ cao, nhiệt huyết với công việc đã không những ngày càng có nhiều ứng viên mới hơn mà còn giữ chân được các ứng viên cũ, là nơi để các ứng viên cũ tìm đến khi cần.

Những điều này đã ngày càng tạo vị thế cho GJOBS trên thị trường. Ngoài những cái đạt được thì vẫn còn tồn tại một số mặt chưa được hoàn chỉnh như:

Quy trình, lộ trình đào tạo ứng viên , hỗ trợ ứng viên chưa rõ ràng. Kế hoạch tuyển dụng chưa được lên phương án kỹ lưỡng, chỉ đến khi có đơn đặt hàng mới bắt tay vào làm.

Chưa xây dựng được các chỉ số so sánh giữa các công ty trong thị trường 1 cách rõ ràng => làm giảm đi mức độ thu hút ứng viên.

Tóm lại, trong mọi khía cạnh xem xét luôn còn tồn đọng những mặt chưa được bên những mặt được, không bao giờ là hoàn mỹ. Cái giá trị nhận được là tiếp tục phát huy những mặt được, khắc phục và hạn chế những mặt chưa được để có thể tạo ra một sức hút mạnh, động lực mạnh cho nhân viên làm việc. Hiệu quả công việc là trên hết.

Công tác thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng là một quá trình liên tục, một chuỗi giá trị liên tục cần tạo ra cho ứng viên. Công tác này chịu sự ảnh hưởng và tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Trong thực tế nghiên cứu của chương này chỉ đi vào một phần của vấn đề, tuy nhiên cũng đủ làm cơ sở xây dựng các giải pháp cụ thể nhằm hoàn

thiện công tác thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng

Qua thực tế phân tích, đề tài đã đi vào những vấn đề cụ thể của công tác quản trị nhân lực, trong đó đi sâu vào công tác thu hút nguồn nhân lực của GJOBS. Đề tài đã nắm bắt một phần nào đó các đặc điểm nhân sự, sức hút cũng như động lực làm việc của nhân viên trong thực tế qua phân tích số liệu và khảo sát, phỏng vấn một số người trong cuộc. Kết hợp với quan điểm trong lý luận, đề tài một phần nào đó đã chỉ ra những mặt được và chưa được của công tác thu hút nguồn nhân lực. Đây sẽ là cơ sở đề xuất một vài giải pháp nhằm thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng của công ty trong thời gian tới.

2.3. Các nhân tố chính ảnh hưởng đến hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại Công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

Các yếu tố ảnh hưởng bởi các nhân tố, trong giới “headhunter” thường gọi là “rủi ro trong nghề “headhunt” gặp phải”, các rủi ro đó có thể kể đến như sau:

2.3.1. Nhân tố về khách hàng

Khách hàng ở đây được hiểu là các công ty, tổ chức, doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng. Và các khách hàng này tìm đến “công ty headhunt” để tuyển về cho họ những nhân tài thực sự, những ứng viên có thể đáp ứng được yêu cầu trong công việc.

Yếu tố 1: Chi phí tuyển dụng cao

Trong bối cảnh của nền kinh tế khó khăn như hiện nay, rất nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn về việc tri trả những chi phí, về nguồn vốn, đầu ra của sản phẩm, nguyên vật liệu... Do đó, nhiều doanh nghiệp ít nghĩ đến việc phải bỏ ra một chi phí khá cao để thuê các công ty “headhunt” thực hiện tuyển dụng cho mình.

Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp nào cũng lo lắng về khoản phí

dịch vụ mà họ phải bỏ ra quá cao, mà không chú ý tới nguồn lực ứng viên. Ngược lại, có rất nhiều tổ chức quan tâm đến nguồn nhân lực của mình, đặc biệt các vị trí cao cấp, hoặc mang tính đặc thù. Họ mong muốn tìm kiếm và tuyển dụng được những người tài giỏi thực sự, có khả năng làm việc và mang lại hiệu quả cao trong công việc. Thực tế cho thấy khách hàng của công ty thường là các công ty mà có nhu cầu tuyển dụng các vị trí cao như: Giám đốc Marketing, Giám đốc phát triển thị trường vùng, Trưởng phòng kinh doanh, Trưởng phòng phát triển thị trường, Trợ lý giám đốc, Biên phiên dịch (tiếng anh, nhật, hàn...), Trưởng phòng Hành chính – Nhân lực, Trưởng phòng Xuất nhập khẩu...và là các công ty mới thành lập, các Công ty lớn. Công ty hiện đã trở thành đối tác khá tin cậy của các doanh nghiệp, tập đoàn khác như: TMS, Brother, Sumiden, Crittal, Nydec... Nếu không mở rộng được đối tượng khách hàng, tìm kiếm được khách hàng có nhu cầu tuyển dụng thì hoạt động tuyển dụng của công ty hầu như không xảy ra. Công ty sẽ không tạo ra được doanh thu giúp duy trì sự vận hành, phát triển bộ máy của mình.

Yếu tố 2: Gặp phải các khách hàng “xấu”

Có nghĩa là các khách hàng đã không tuân thủ các điều khoản của hợp đồng đã kí, sau khi tuyển dụng thành công ứng viên của GJOBS, họ thường không công nhận kết quả tuyển dụng thành công, mà báo ứng viên không được chọn. Tới khoảng 2 – 3 tháng sau, thậm chí hơn nửa năm sau họ sử dụng lại ứng viên đó của GJOBS làm các vị trí khác. Nếu bị GJOBS phát hiện, họ sẽ cho đó là do ứng viên tự liên hệ lại ứng tuyển các vị trí khác, chứ bản thân họ không phải sử dụng ứng viên đó cho vị trí đã hợp tác với GJOBS trước đây.

Có những khách hàng còn “xấu tính” hơn là họ liên tục đưa ra nhiều vị trí để GJOBS tuyển dụng, liên tục phỏng vấn nhưng không chốt ứng viên nào. Đó là cách họ thu thập nguồn hồ sơ ứng viên để phục vụ cho mục đích tuyển dụng lâu dài sau này. Cách này gây tổn thất rất nhiều cho HIP Việt Nam vừa

mất thời gian, tốn công sức mà không thu được lợi nhuận nào từ hoạt động cung ứng nhân lực.

Yếu tố 3: Khách hàng không chia sẻ toàn bộ thông tin vị trí và môi trường công ty

Về thông tin này, nếu không phải trong nghề, mọi người sẽ cho rằng đó là đương nhiên, vì không có doanh nghiệp nào chia sẻ toàn bộ bí mật của công ty mình cho đơn vị cung ứng nhân lực biết. Đó có thể là chiến lược kinh doanh, là các hoạt động của doanh nghiệp họ. Nhưng để xảy ra các lỗi này, sẽ gây ảnh hưởng trầm trọng tới quá trình tuyển dụng, vì “headhunter” không biết rõ môi trường, phong cách quản lý, định hướng của doanh nghiệp đó... thì khi làm việc với ứng viên, không xác định rõ đâu sẽ là ứng viên phù hợp với môi trường làm việc bên này, đâu là ứng viên sẽ đáp ứng tốt điều kiện làm việc, nhu cầu, định hướng với doanh nghiệp đó. Sẽ làm mất nhiều thời gian cho chọn lọc ứng viên, quá trình phỏng vấn có thể bị kéo dài, hoặc ứng viên vào làm rồi lại nghỉ hoặc bị cho nghỉ vì thấy không phù hợp...

Xét kỹ, sẽ thấy lý do này thuộc về cả phần lỗi của phòng quan hệ khách hàng không làm rõ với khách hàng, hoặc chưa đủ năng lực để thu thập thông tin về doanh nghiệp, vị trí... Để làm tốt ở khâu này, đòi hỏi người có đủ năng lực, kinh nghiệm và cả hiểu biết về vị trí nữa.

2.3.2. Nhân tố về ứng viên

Một công ty về “headhunt” thì nguồn ứng viên có vai trò quan trọng. Nguồn ứng viên lớn, ở tất cả các ngành nghề, mức độ trình độ chuyên môn, kỹ năng kinh nghiệm khác nhau... Là cơ sở để tạo dựng được một cơ sở dữ liệu về ứng viên phong phú, là điều kiện để hoạt động tuyển dụng của công ty được thuận lợi và nhanh chóng, thời gian và chi phí giảm, đáp ứng được nhanh chóng yêu cầu tuyển dụng của công ty khách hàng. Nếu không có nguồn ứng viên lớn thì quá trình tuyển dụng kéo dài thời gian, gây ra lãng phí rất lớn cho tổ chức, ảnh hưởng đến uy tín cũng như hiệu quả hoạt động của tổ chức.

2.3.3. Năng lực của nhà tuyển dụng

“Headhunter” là người quan trọng trong việc tìm kiếm được ứng viên, tài giỏi, phù hợp với yêu cầu tuyển dụng của khách hàng. Trong giới nhân lực luôn nói “headhunting” là quá trình được ví như một nghệ thuật và chủ thể của quá trình này phải có trình độ cả về kiến thức chuyên môn, xã hội và kỹ năng cao như giao tiếp, kỹ thuật nắm bắt tâm lý, khả năng điều khiển đối tác.

Nếu năng lực của “headhunter” không có, sẽ không thể đánh giá chuẩn xác về năng lực của ứng viên, cũng như không thể tuyển các vị trí khó, không đủ nguồn dữ liệu ứng viên đáp ứng kịp thời nhu cầu tuyển dụng của khách hàng. Hoặc có ứng viên nhưng chưa chắc đã tuyển dụng thành công cho phía khách hàng.

Bởi vậy, “headhunter” phải là người có đủ năng lực, tố chất và kỹ năng để có thể thực hiện được các yêu cầu về công việc, đủ khả năng tuyển dụng được ứng viên có năng lực trình độ, đảm bảo cho yêu cầu của khách hàng được thỏa mãn.

2.3.4. Uy tín của công ty trên thị trường

Công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs được thành lập cuối năm 2018. Cho đến nay đã có gần 4 năm phát triển và hoạt động trên lĩnh vực “headhunt”. Nếu để so sánh với các công ty khác cùng lĩnh vực hoạt động như: Nic Group, Net Viet, L&A, Career Planning... thì uy tín của Công ty vẫn chưa lớn. Điều đó, sẽ là một khó khăn trong việc thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ của Công ty.

2.4. Đánh giá hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng tại công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs

2.4.1. Ưu điểm

Về cơ bản, Công ty CP tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs đã đảm bảo được các bước trong hoạt động thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng. Đó là xây dựng các chiến lược, chính sách thu hút ứng viên sau đó lên kế

hoạch thực hiện các chiến lược đã đặt ra. Mặc dù những hoạt động này được xếp, thực hiện theo quy trình cụ thể nhưng GJOBS không chỉ đơn thuần là tiến hành theo các bước đó mà còn có sự linh động thay đổi để đáp ứng được yêu cầu của đối tác cũng như của ứng viên.

Cụ thể, Công ty đã sử dụng được đa dạng và hiệu quả các bước tiếp cận khách hàng như: gửi thư mời dịch vụ, liên hệ trực tiếp để nắm bắt nhu cầu của khách hàng hoặc tìm hiểu thông tin khách hàng thông qua các kênh tuyển dụng khác.

Bộ phận tuyển dụng luôn tìm kiếm ứng viên với tốc độ nhanh nhất dựa trên những trang tìm kiếm ứng viên miễn phí cũng như từ các nguồn tìm kiếm khác để đảm bảo các nhân tài đều được GJOBS liên hệ và hợp tác. Không những vậy, những thành viên trong ban tuyển dụng luôn quan tâm tới ứng viên và nhiệt tình trả lời tất cả các thắc mắc mà ứng viên gặp phải trong quá trình ứng tuyển vào các vị trí của công ty.

Luôn củng cố và xây dựng nguồn ứng viên, ngày càng mở rộng nguồn dữ liệu ứng viên “ database” để luôn luôn sẵn sàng cung cấp nguồn ứng viên dồi dào, chất lượng.

Sự cam kết trong chất lượng dịch vụ với đối tác và với ứng viên. GJOBS được đánh giá là một đơn vị làm việc uy tín, đảm bảo chất lượng và tiến hành giao dịch, ký kết hợp đồng mang tính chuyên nghiệp cao. GJOBS luôn đảm bảo chất lượng và số lượng ứng viên theo đúng hợp đồng đã được thỏa thuận với công ty đối tác. Sự sẵn sàng chịu trách nhiệm với tất cả khâu tuyển dụng cũng như với những ứng viên đã chuyển qua cho đối tác duyệt là một trong những điểm mạnh của GJOBS mỗi khi đối tác nhắc đến. Với ứng viên cũng vậy, họ luôn được cam kết với những thông tin cung cấp cho vị trí tuyển dụng và những thông tin về công ty đối tác là hoàn toàn chính xác và đáng tin cậy.

Như vậy, có thể thấy rằng chất lượng dịch vụ của công ty đã được nâng cao. Các phương pháp thu hút ứng viên ngày càng đa dạng, chuyên nghiệp. Luôn tôn trọng, đảm bảo quyền lợi tối đa cho ứng viên.

2.4.2. Hạn chế

Bên cạnh những thành quả mà GJOBS đã đạt được thì vẫn còn những hạn chế cần được khắc phục để nâng cao hơn nữa hiệu quả của hoạt động thu hút ứng viên.

GJOBS chưa xây dựng được một bộ câu hỏi bằng văn bản một cách cụ thể mà cách hỏi phần lớn là theo cảm tính của người phỏng vấn, vì vậy người phỏng vấn rất dễ bị những ấn tượng đầu tiên với ứng viên chi phối quá trình phỏng vấn. Như vậy, sẽ ảnh hưởng đến quá trình đánh giá ứng viên.

Trong bước tìm kiếm ứng viên thông qua các nguồn, nguồn ứng viên trong hồ sơ ứng viên trong hệ thống lưu trữ của công ty chưa nhiều. Vì là công ty mới thành lập nên trong hệ thống lưu trữ của công ty, lượng ứng viên tiềm năng vẫn còn hạn chế, điều này sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến quá trình tìm kiếm ứng viên tiềm năng mỗi khi công ty tiến hành tuyển dụng. Vì ngân hàng hồ sơ trong công ty còn hạn chế, chưa phong phú, đa dạng nên nguồn ứng viên dành cho những lĩnh vực: Chuyên viên cấp cao, các vị trí giám đốc, phó giám đốc, trưởng phòng, ứng viên trong các lĩnh vực ứng viên là người nước ngoài; hay người Việt nhưng giỏi ngoại ngữ và sẵn sàng đi công tác ở các nước Nhật, Hàn... hầu như không có nên khi có khách hàng đặt hàng các vị trí trên, việc tìm kiếm và cung cấp nguồn ứng viên phù hợp cho đối tác còn gây chậm trễ.

Các trang mà công ty đăng ký để tìm kiếm ứng viên tiềm năng còn hạn chế. Ngoài các trang miễn phí như đã được đề cập ở trên và một trang mất phí dịch vụ đó là vietnamwork.com thì GJOBS vẫn chưa mở rộng phạm vi tìm kiếm để hoạt động tìm kiếm đạt hiệu quả. Vì vậy, nếu chỉ có các trang tìm kiếm như hiện tại thì GJOBS rất khó nâng cao được tốc độ tìm kiếm ứng viên và sẽ rất khó để tìm kiếm những ứng viên sáng giá. Bởi lẽ, đa phần những ứng viên có tiềm năng rất ít khi vào những trang miễn phí tuyển dụng vì các trang đó thường là những trang dành cho những ứng viên có năng lực khá.

Khách hàng của công ty chưa nhiều nên nhiều trường hợp dẫn đến tình

trạng có nguồn ứng viên nhưng lại thiếu vị trí thích hợp do công ty vẫn chưa kí thêm được hợp đồng với các đối tác khác ngoài những đối tác hợp tác chiến lược, và trong từng thời kỳ, những đối tác hợp tác chiến lược họ không có nhu cầu tuyển dụng nhân lực nên dịch vụ tuyển dụng của công ty có phần chững lại. Do đó, công ty cần mở rộng hơn nữa các đối tác khách hàng mới bằng việc tăng cường giới thiệu và chứng minh được tính ưu việt trong dịch vụ của mình với khách hàng cũng như đối với ứng viên.

2.4.3. Nguyên nhân dẫn tới những hạn chế

Nguyên nhân đầu tiên dẫn tới những hạn chế trong hoạt động thu hút nguồn nhân lực tại công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs là do lĩnh vực kinh doanh còn mới ở thị trường Việt Nam, chưa có nhiều “Anh lớn” để đi theo và học hỏi. Cơ cấu tổ chức chưa chặt chẽ, nhiều khi còn chòng chẹo về công việc giữa các bộ phận. Hơn nữa, do hậu quả của địa dịch kéo dài hơn 2 năm nên nguồn ứng viên trong hồ sơ của công ty (“database”) bị giảm sút cả về mặt số lượng cũng như chất lượng. Số lượng đơn đặt hàng, khách hàng thân thiết cũng giảm đáng kể.

Thứ hai, cũng do Công ty chưa mở rộng hoạt động kinh doanh của mình sang các tỉnh, thành phố trên cả nước nên công ty chưa có được thương hiệu của mình trên thị trường cung ứng nhân lực. Nhiều khách hàng cũng như ứng viên vẫn chưa biết tới dịch vụ của công ty. Vì vậy, chưa tạo được niềm tin của công ty đối với các khách hàng mới.

Thứ ba, quá trình phân công công việc giữa các bộ phận chưa có một văn bản cụ thể, phần lớn là giao bằng miệng, có thể giao việc qua email. Vì vậy, khi có những vấn đề nảy sinh không có văn bản cụ thể để soi xét, tạo nên những căng thẳng không đáng có trong nội bộ công ty.

Như vậy, có thể thấy rằng, hoạt động cung ứng nhân lực của công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs có nhiều ưu điểm, từng bước tạo được uy tín của mình trên thị trường cung ứng nhân lực. Tuy nhiên, còn tồn tại nhiều hạn chế cần được điều chỉnh để công ty từng bước có được.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP

THU HÚT NGUỒN NHÂN LỰC TUYỂN DỤNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TẠI CTY CP TÌM KIẾM VÀ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC GJOBS

Con người là yếu tố đóng vai trò quan trọng, là nhân tố quyết định đến sự thành công của công ty trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Nguồn nhân lực được coi là tài sản quý giá cần được đầu tư và phát triển để mang lại sự thỏa mãn cá nhân đồng thời đóng góp một phần to lớn cho công ty. Khi nguồn nhân lực được đầu tư thỏa đáng họ sẽ có cơ hội phát triển khả năng cá nhân tiềm tàng và họ sẽ yên tâm gắn bó và đóng góp công sức của mình cho công ty. Xây dựng nguồn nhân lực đảm bảo số lượng, cơ cấu và phẩm chất đạo đức có kiến thức, kỹ năng, trình độ và đáp ứng yêu cầu của công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa và yêu cầu thị trường. Chính vì vậy mà giải pháp cần được tính đến đó là giải pháp về quy chế tuyển dụng để bố trí, sắp xếp nguồn nhân lực một cách hợp lý. Sau khi tìm hiểu về thực trạng công tác tuyển dụng nhân lực tại công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs em đã tìm ra các ưu, hạn chế, nguyên nhân ảnh hưởng đến hoạt động thu hút đó. Ngoài dựa vào phương hướng phát triển mục tiêu kinh doanh của công ty. Bản thân em xin đưa ra một số đề xuất, khuyến nghị và giải pháp nhằm thu hút hơn nữa nguồn nhân lực tuyển dụng .

3.1 .Phương hướng phát triển của công ty Cổ phần tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs .

3.1.1. Phương hướng phát triển chung của công ty.

- Phát huy tối đa các nguồn lực, lợi thế của Công ty tạo khả năng cạnh tranh trên thị trường, đảm bảo Công ty phát triển ổn định và bền vững .

- Hoàn thiện bộ máy tổ chức

- Ổn định và nâng cao thu nhập của các thành viên công ty ,cũng như đối với các cán bộ nhân viên trong công ty,nhằm xây dựng một cộng đồng hợp tác lâu dài và ổn định,có đời sống vật chất được đảm bảo ,đời sống tinh thần ngày

càng phong phú.

3.1.2.Mục tiêu của công ty.

Công ty cam kết là đối tác tin cậy của khách hàng ,luôn hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng.Cung cấp cho khách hàng những dịch vụ có chất lượng đáp ứng với mong đợi và vượt ngoài mong đợi của khách hàng. Tạo cho khách hàng cảm giác yên tâm ,tin cậy khi sử dụng dịch vụ của Cty.

3.1.3.Định hướng phát triển nguồn nhân lực trong công ty.

Công ty luôn chú trọng đến đội ngũ nhân viên thông qua hoạt động tuyển chọn,đào tạo tìm ra những nhân viên phù hợp với yêu cầu công việc. Luôn định hướng mục tiêu của công ty là người lao động không những am hiểu ngành nghề , mà còn phải am hiểu kiến thức chuyên môn.Ngoài ra công ty tiếp tục công tác đào tạo ,nâng cao đội ngũ lao động để đáp ứng sự thay đổi của môi trường kinh doanh.Đào tạo đội ngũ nhân viên năng động quyết đoán và tận tụy với công việc,những người có khả năng đương đầu với một thị trường đầy thử thách và cạnh tranh,chuyên nghiệp,có trình độ cao.Công ty luôn có chính sách xây dựng đội ngũ nhân viên có phẩm chất đạo đức tốt ,có trình độ chuyên môn cao ,coi đó là hoạt động bền vững phát triển kinh doanh. Tạo môi trường làm việc bao gồm văn phòng và các trang thiết bị tốt nhất,áp dụng các công nghệ tiên tiến tốt nhất.

3.2 Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng

Để phát triển và đáp ứng tốt nhất nhu cầu về nhân lực cho công ty Khách hàng, các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực cung ứng nhân lực như GJOBS cần phải chú ý tới các nhóm giải pháp sau:

3.2.1 Lập kế hoạch và xác định nhu cầu, chính sách tuyển dụng rõ ràng

Cần chủ động hơn trong việc lập kế hoạch tuyển dụng cũng như đưa ra những chính sách tuyển dụng hợp lý. Để khi có bất kỳ đơn hàng nào thì công ty cũng ở trong thế chủ động, luôn sẵn sàng tiếp nhận.

Khi lập kế hoạch tuyển dụng cần xem xét vị trí tuyển là do nhu cầu gì phát sinh (khối lượng công việc tăng thêm, có công việc mới hay nhân viên cũ nghỉ việc) và cân nhắc kỹ lưỡng xem có thực sự cần thiết phải tuyển thêm hay không. Một vấn đề đặt ra để đảm bảo việc xác định nhu cầu được chính xác đó là phải thường xuyên cập nhật, hiệu chỉnh bản mô tả công việc cho phù hợp với điều kiện hiện tại của mỗi chức danh.

Bản mô tả công việc cũng là một công cụ quan trọng trong tuyển dụng. Đối với từng chức danh cần tuyển, nhất thiết phải có bản mô tả công việc rõ ràng, đưa ra những tiêu chuẩn, kiến thức, kỹ năng cần thiết để đáp ứng nhu cầu công việc, từ đó có thể tuyển đúng người đúng việc một cách khách quan.

3.2.2 Hoàn thiện hơn nữa các chính sách thu hút và bộ máy của công ty

Mặc dù là công ty nhỏ, bộ máy không phức tạp nhưng công ty cần xây dựng bộ máy làm việc một cách chuyên nghiệp. Từ đó có thể phân chia công việc cụ thể cho các phòng ban, tránh gây sự chồng chéo trong quá trình làm việc. Cụ thể sẽ xây dựng bản mô tả công việc cụ thể cho từng vị trí để phát huy tối đa hiệu quả làm việc, tránh gây ra sự chồng chéo.

Công ty có những chính sách đào tạo cho các Sales tham gia các khóa đào tạo như khóa “Khởi nghiệp cùng PTI”... để các Sales có thể nắm rõ nghiệp vụ và chuyên môn, có thêm định hướng mới trong công việc. Luôn khuyến khích các Sales tham gia các buổi hội thảo, Câu Lạc bộ Doanh nhân... để thiết lập các mối quan hệ.

3.2.3 Thiết lập một trang Website riêng của công ty, các trang Facebook riêng của công ty dành cho việc đăng tin và tìm kiếm ứng viên

Công ty nên lập ra một trang web riêng (không chỉ là trang của Facebook) để đăng những vị trí tuyển dụng của công ty. Như vậy, các tin tuyển dụng sẽ không bị trôi theo thời gian. Các ứng viên nếu có nhu cầu công việc có thể vào tìm hiểu kỹ và có thể liên lạc với địa chỉ đã được thông báo

trên thông báo tuyển dụng mà không sợ không tìm thấy các tin tuyển dụng khi mà các tin bị trôi như các trang mạng không mất phí khác. Mặt khác, việc lập một trang riêng của công ty còn giúp công ty xây dựng được thương hiệu của mình trên thị trường cung ứng nhân lực và đối với các ứng viên. Vì khi ứng viên hoặc khách hàng muốn tìm hiểu về công ty họ có thể vào trang chủ của công ty để tìm hiểu một cách kỹ lưỡng. Trang website cũng như một phương tiện tạo nên uy tín của công ty.

3.2.4 Mở rộng phạm vi tìm kiếm ứng viên và cải thiện “database”

Để nâng cao dịch vụ cung ứng thì một trong những công việc quan trọng của một nhà tuyển dụng đó là tập hợp những hồ sơ tiềm năng ở tất cả các lĩnh vực và lưu trữ trong hệ thống của công ty. Điều này có thể thực hiện được thực hiện bằng cách, lưu lại hồ sơ của những ứng viên có tiềm năng mà công ty chưa có nhu cầu tuyển dụng vị trí đó, những ứng viên nộp hồ sơ vào email công ty đã đăng tuyển, kể cả những ứng viên ở cấp trung và cấp thấp. Vì theo sự phát triển, năng lực của Ứng viên sẽ sau các năm sẽ ở một trình độ khác, như thế nhà tuyển dụng có thể mời họ các vị trí mà trước đây chưa thể mời.

3.2.5 Thu hút ứng viên gửi tới bằng nhiều cách

Thay vì nộp hồ sơ theo cách tuyển thông, UV có thể đăng ký nhận thông tin các vị trí bằng cách ấn like trang tuyển dụng Tuyển dụng Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS.

Hoặc ở ngay mục đăng tuyển kèm theo link đăng ký: <https://docs.google.com>. Với link đăng ký vào mục của mình, UV chỉ cần đăng ký thông tin liên hệ, vị trí mong muốn ứng tuyển, một số thông tin cơ bản về bản thân UV. Khi nhà tuyển dụng có thông tin về bản thân UV rồi sẽ dễ tư vấn các vị trí phù hợp cho UV.

Ngoài ra GJOBS cũng nên có những chương trình liên kết với các trường đại học như học bổng khuyến khích học tập, hay chương trình thực tập

viên tại GJOBS sẽ tạo ra một uy tính lớn, một phương tiện để quảng bá hình ảnh và cũng là một kênh tuyển dụng hiệu quả.

Sau mỗi kỳ tuyển dụng, cần thiết phải có công tác đánh giá hiệu quả trên các kênh tuyển dụng, từ đó rút kinh nghiệm để có những kết quả tốt hơn, tiết kiệm chi phí hơn cho những kỳ tuyển dụng sau.

Hình 3.1, 3.2: Trang thông tin tuyển dụng của GJOBS

Vị trí bạn muốn Ứng tuyển? *
Có 3 cấp bậc để Bạn cân đối nguyện vọng và lựa chọn

- Trưởng phòng Phát triển thị trường Nhật Bản
- Phó phòng Phát triển thị trường Nhật Bản
- Nhân viên Phát triển thị trường Nhật Bản
- Nhân viên phiên dịch (đại diện tại Nhật Bản)

Địa điểm bạn muốn làm việc? *
Có 2 địa điểm mà công ty thường xuyên tuyển dụng. Bạn chọn theo nguyện vọng.

- Hà Nội (Việt Nam)
- Nhật Bản
- Cả 2 đều đồng ý (chỉ cần có cơ hội công tác 2 chiều thường xuyên)

Họ và Tên: *
Ví dụ: Ngô Văn Hùng

Ngày/Tháng/Nam sinh: *
Ví dụ: 24/04/1983

Điện thoại liên hệ trao đổi công việc: *
Số mobile, ví dụ: 0978.225.124



3.2.6 Văn hoá doanh nghiệp

Khi cạnh tranh trên thị trường trở nên căng thẳng hơn, sự thắng lợi của một tổ chức phụ thuộc vào việc nó thực hiện một sự khác biệt. Trên thị trường lao động vốn cũng có nhiều cạnh tranh, để thu hút được nguồn nhân lực đáp ứng tốt yêu cầu hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, sự khác biệt cũng chính là yếu tố quyết định. Sự khác biệt làm nên thành công cho doanh nghiệp chính là những chuẩn mực, giá trị, là văn hóa mà doanh nghiệp đã xây dựng nên.

Do vậy, khi xây dựng văn hóa doanh nghiệp ngân hàng cần lưu ý một số điểm sau:

Xây dựng giá trị và văn hoá tốt và truyền đạt cho nhân viên trong công ty. GJOBS cần xây dựng cho mình một văn hóa mang bản sắc riêng, gắn liền

đặc thù ngành nghề. Văn hóa đó phải mang những giá trị tốt đẹp về đạo đức, lối sống, tác phong làm việc, tinh thần trách nhiệm...

Tôn trọng những đóng góp của nhân viên và ghi nhận những lợi ích mà nhân viên đã đóng góp cho ngân hàng bằng các hình thức khác nhau. GJOBS nên có các hình thức biểu dương, khen thưởng trước toàn thể các nhân viên, lãnh đạo trong ngân hàng về những thành tích mà các nhân viên đạt được.

GJOBS cũng nên quan tâm đến việc tạo ra một môi trường hòa đồng, cởi mở, thân thiện giữa các nhân viên, giúp nhân viên hiểu được và phối hợp với nhau để hoàn thành công việc một cách hiệu quả.

Để công ty luôn luôn phát triển, nên tạo cho nhân viên cơ hội nêu ra những ý tưởng sáng tạo và trao thưởng cho họ nếu đó là những ý kiến quý giá. GJOBS cũng nên tạo ra những sân chơi, cuộc thi để nhân viên vừa có thể trau dồi kiến thức, vừa tạo không khí thi đua, giao lưu học hỏi giữa các nhân viên.

GJOBS nên phát phiếu thăm dò định kỳ hoặc có những kênh thông tin tìm hiểu về những mong đợi của nhân viên và những lý do của họ khi quyết định làm việc cho công ty. Việc làm này sẽ giúp lãnh đạo có thể biết được nhân viên của mình mong muốn những gì, để từ đó kịp thời đáp ứng phù hợp trong khả năng có thể. Đây cũng là một phương thức để ngân hàng có thể giữ chân được nhân tài.

Khi tuyển chọn nhân viên, Công ty nên sử dụng những thủ tục tiêu chuẩn hóa và theo đuổi những phẩm chất đặc biệt mà những phẩm chất này gắn liền với việc thực hiện nhiệm vụ hiệu quả, cán bộ nhân sự cố gắng phân tích loại bỏ những giá trị và phong cách cá nhân không phù hợp với văn hóa tổ chức.

3.2.7 Nâng cao số lượng và chất lượng nguồn nhân lực trong tổ chức

Coi trọng nguồn nhân lực là yếu tố cơ bản thúc đẩy hiệu quả doanh nghiệp. Chúng ta thấy rõ ràng rằng, việc sử dụng hiệu quả các nguồn nhân lực là một điều có tính chất quyết định đối với doanh nghiệp. Trong số rất nhiều nguồn lực như: nguồn nhân lực, tài chính, trang thiết bị và máy móc, thông tin, thời gian và văn hóa công ty, nguồn nhân lực được xem là một trong những nguồn nhân lực quan trọng nhất và được xem là “ưu tiên số 1” trong tất cả các nguồn lực hiện có của công ty. Bởi lẽ, trong thực tế nguồn nhân lực là nguồn tài nguyên sống duy nhất có thể sử dụng và kiểm soát các nguồn lực khác, có thể khai thác tốt nhất khả năng, năng suất và hiệu quả của các nguồn lực khác. Vì vậy, nếu khả năng và năng lực của người lao động được nâng cao hay phát triển thì doanh nghiệp cũng càng ngày càng phát triển hơn, tiềm năng hơn và lớn mạnh hơn.

KẾT LUẬN

Với thời gian thành lập trên 4 năm, Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS đã tạo được chỗ đứng cho mình trên thị trường cung ứng nhân sự của Hải Phòng. Có được thành công đó là nhờ vào sự cố gắng, nỗ lực của toàn bộ cán bộ công nhân viên trong Công ty, đặc biệt là đội ngũ quản lý, nhân viên tuyển dụng đã từng bước hoàn thiện mình, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

Qua nghiên cứu đề tài với nội dung: "***Giải pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp tại công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs***", đề tài cơ bản đã hệ thống hóa lý luận và thực tiễn về các biện pháp thu hút nguồn nhân lực tuyển dụng cho các doanh nghiệp như: Khái niệm về nguồn nhân lực và thu hút nguồn nhân lực; Hoạt động thu hút nguồn nhân lực trong doanh nghiệp.

Trên cơ sở các lý luận đó, em tiến hành đánh giá, phân tích thực trạng hoạt động thu hút nguồn nhân lực của GJOBS trong giai đoạn 2019-2021. Từ các phân tích, đánh giá đó, em đã chỉ ra được những thành tích mà Công ty đã đạt được cũng như những tồn tại cần khắc phục và nguyên nhân của những tồn tại.

Công ty Cổ phần Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực Gjobs như một đơn vị đại diện cho các công ty hoạt động trong lĩnh vực cung ứng nhân lực, khẳng định được giá trị cốt lõi trong săn tìm nhân tài cho các doanh nghiệp khách hàng. Đồng thời đóng góp vai trò của mình trong trật tự, ổn định thị trường lao động, giúp các ứng viên nhìn nhận đúng năng lực, cơ hội và giá trị của bản thân, yên tâm đóng góp vào sự phát triển chung của doanh nghiệp – nơi họ sẽ và đang làm việc.

Do thời gian và kinh nghiệm thực tế không nhiều, đề tài lại tương đối phức tạp nên khóa luận của em không tránh khỏi những sai sót nhất định. Em rất mong được các thầy cô giáo, các bạn đóng góp ý kiến để khóa luận của em được hoàn thiện hơn nữa.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Tuấn Anh (2009), *Giáo trình hành vi tổ chức*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
2. Trần Xuân Cầu, Mai Quốc Chánh (2008), *Giáo trình Kinh tế nguồn nhân lực*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
3. Trần Kim Dung (2015), *Quản trị nguồn nhân lực*, NXB Tổng hợp - TP Hồ Chí Minh.
4. Nguyễn Hữu Dũng (2003), *Sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực con người ở Việt Nam*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội.
5. Nguyễn Thanh Hội (2012), *Quản trị nhân sự*, NXB Thống kê, Hà Nội.
6. Hà Văn Hội, 2007, *Quản trị nhân lực trong doanh nghiệp (tập 1)*, NXB Bưu điện, Hà Nội.
7. Hoàng Đình Hương (2010), *Giáo trình quản trị nguồn nhân lực*, NXB Thống kê, Hà Nội.
8. Trần Thị Thu và Vũ Hoàng Ngân (2013), *Quản lý nguồn nhân lực trong tổ chức công*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
9. Nguyễn Tiệp (2008), *Giáo trình Nguồn nhân lực*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội.
10. Bùi Văn Nhơn (2006), *Giáo trình Quản lý phát triển nguồn nhân lực xã hội*, NXB Tư pháp, Hà Nội.
11. Số liệu phòng Hành chính Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS
12. Số liệu phòng Kế toán - Tài chính Công ty CP Tìm kiếm và phát triển nguồn nhân lực GJOBS