

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN
VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN
THÔNG FPT - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: HOÀNG THỊ KIM XUÂN

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2254030140

KHÓA HỌC: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 6 năm 2026

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN
VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN
THÔNG FPT – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Thu Hà

Sinh viên thực hiện: Hoàng Thị Kim Xuân

Mã số sinh viên: 2254030140

Khóa học: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 6 năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 – 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Hoàng Thị Kim Xuân
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khoá học : 2022 – 2026

2. Tên đề tài Khoá luận tốt nghiệp

“THỰC TRẠNG QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện khoá luận tốt nghiệp

- Số lượng nhân viên, cơ sở vật chất, các kênh tuyển dụng,... được thu thập từ bộ phận Hành chính nhân sự tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – Đà Nẵng.

4. Các bảng biểu

- Báo cáo tài chính Công ty Cổ phần Viễn thông FPT năm 2023, 2024, 2025.
- Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Công ty Cổ phần Viễn thông FPT năm 2023, 2024, 2025.
- Báo cáo tình hình nhân sự và nhân viên kinh doanh năm 2025.
- Bảng thống kê cơ sở vật chất năm 2025.

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS. Nguyễn Thị Thu Hà

6. Ngày giao nhiệm vụ

- 02/03/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khoá luận tốt nghiệp

- 25/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường ngày càng phát triển thì nguồn nhân lực được xem là yếu tố cốt lõi quyết định sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực viễn thông, một ngành có triển đội ngũ nhân sự chất lượng là yêu cầu cần thiết. Trong đó, lực lượng nhân viên kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường và trực tiếp tạo ra doanh thu cho doanh nghiệp.

Công ty Cổ phần Viễn thông FPT là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực viễn thông tại Việt Nam, cung cấp đa dạng các dịch vụ như internet, truyền hình và giải pháp công nghệ. Trong quá trình phát triển, công ty luôn có nhu cầu tuyển dụng lớn đối với vị trí nhân viên kinh doanh nhằm đáp ứng mục tiêu mở rộng thị phần và nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, thực tế cho thấy công tác tuyển dụng tại doanh nghiệp vẫn còn tồn tại một số hạn chế như: khó khăn trong việc thu hút ứng viên phù hợp, tỷ lệ ứng viên không đạt yêu cầu hoặc nghỉ việc sau thử việc còn cao, quy trình tuyển dụng chưa thực sự tối ưu và chưa khai thác hiệu quả các kênh tuyển dụng hiện đại.

Bên cạnh đó, trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh, ứng viên có nhiều sự lựa chọn hơn về môi trường làm việc và chế độ đãi ngộ, điều này đòi hỏi doanh nghiệp không chỉ nâng cao chất lượng tuyển dụng mà còn phải hoàn thiện quy trình tuyển dụng theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả và phù hợp với thực tiễn. Việc đánh giá đúng thực trạng quy trình tuyển dụng sẽ giúp doanh nghiệp nhận diện được những điểm mạnh cần phát huy cũng như những hạn chế cần khắc phục.

Thông qua việc phân tích, đánh giá thực trạng, đề tài hướng đến đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình tuyển dụng, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian tới về những vấn đề trên, việc nghiên cứu đề tài: “ ***Thực trạng quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT*** ” là cần thiết để làm đề tài nghiên cứu cho khoá luận tốt nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu của đề tài là nghiên cứu, phân tích và đánh giá thực trạng quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình tuyển dụng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Để đạt được mục tiêu trên, đề tài cần tập trung thực hiện các mục tiêu cụ thể như sau:

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận về tuyển dụng nhân sự và quy trình tuyển dụng trong doanh nghiệp.
- Phân tích và đánh giá thực trạng quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT.
- Xác định những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân tồn tại trong quy trình tuyển dụng tại doanh nghiệp.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình tuyển dụng, góp phần nâng cao hiệu quả tuyển dụng và chất lượng nguồn nhân lực.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – chi nhánh Đà Nẵng.
- Về thời gian: Dữ liệu và thông tin nghiên cứu tại Công ty trong ba năm từ năm 2022 đến năm 2024.
- Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh, không đi sâu vào các hoạt động khác như đào tạo, đánh giá hay về các chế độ đãi ngộ nhân viên.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài: “ *Thực trạng quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT* ” phải sử dụng kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu nhằm đảm bảo độ tin cậy của kết quả nghiên cứu như:

- *Phương pháp thu thập dữ liệu*: từ các tài liệu nội bộ công ty như quy trình tuyển dụng, báo cáo nhân sự, thông tin tuyển dụng, bài báo và nguồn tài liệu trên internet liên quan đến tuyển dụng nhân sự.

- *Phương pháp quan sát*: Quan sát trực tiếp quá trình tuyển dụng tại doanh nghiệp trong thời gian thực tập, bao gồm các hoạt động như đăng tin tuyển dụng, sàng lọc hồ sơ, hỗ trợ phỏng vấn và tiếp nhận nhân sự.

- *Phương pháp phân tích, tổng hợp*: Phân tích các thông tin, dữ liệu thu thập được để đánh giá thực trạng quy trình tuyển dụng, đồng thời tổng hợp các kết quả nhằm rút ra nhận xét về ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân của những tồn tại trong quy trình tuyển dụng ở công ty.

- *Phương pháp so sánh*: So sánh giữa cơ sở lý luận và thực tiễn tại doanh nghiệp để làm rõ mức độ phù hợp của quy trình tuyển dụng hiện tại, từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện.

5. Kết cấu bài khoá luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung khoá luận gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về công tác tuyển dụng nhân sự.

Chương 2: Hoàn thiện quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện quy trình tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Đà Nẵng.

LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian 4 tháng thực tập tại doanh nghiệp, em đã có cơ hội tiếp cận với môi trường làm việc thực tế và tích lũy thêm nhiều kiến thức bổ ích. Bên cạnh việc vận dụng những kiến thức đã học, em còn học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm thực tiễn và kỹ năng cần thiết trong công việc. Qua đó, em nhận thấy rằng quá trình thực tập đóng vai trò rất quan trọng đối với sinh viên, giúp gắn kết giữa lý thuyết và thực tế, đồng thời nâng cao năng lực chuyên môn và kỹ năng làm việc của bản thân.

Trước hết, em xin gửi lời chân thành đến Quý thầy, cô Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng, đặc biệt là các thầy cô trong khoa kinh tế, đã tận tình giảng dạy, truyền đạt kiến thức và tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập và thực hiện khoá luận với đề tài “ ***Thực trạng quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT*** ”.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến giảng viên hướng dẫn cô – Th.S Nguyễn Thị Thu Hà là người đã trực tiếp hướng dẫn, góp ý và hỗ trợ em trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thiện khoá luận này.

Bên cạnh đó, em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh/chị tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT đã tạo điều kiện cho em được thực tập, tiếp cận thực tế và cung cấp những thông tin cần thiết để hoàn thành đề tài.

Mặc dù em đã cố gắng hoàn thiện bài khóa luận trong khả năng của mình, tuy nhiên do kiến thức và kinh nghiệm thực tế còn hạn chế nên bài làm khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, nhận xét của các giáo viên phản biện để em có thể hoàn thiện và bổ sung kiến thức cho bản thân trong thời gian tới.

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	ii
LỜI CẢM ƠN	v
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ	1
1.1. Tổng quan về nguồn nhân lực trong doanh nghiệp	1
1.1.1. Khái niệm nguồn nhân lực.....	3
1.1.2. Phân loại nguồn nhân lực	2
1.1.3. Vai trò nguồn nhân lực	3
1.2. Tổng quan về tuyển dụng.....	3
1.2.1. Khái niệm tuyển dụng.....	3
1.2.2. Mục đích tuyển dụng.....	4
1.2.3. Vai trò công tác tuyển dụng.....	5
1.2.3.1. Đối với doanh nghiệp	5
1.2.3.2. Đối với người lao động.....	5
1.3. Nội dung công tác tuyển dụng nhân sự	6
1.3.1. Chiêu mộ trong quy trình tuyển dụng.....	6
1.3.1.1. Khái niệm chiêu mộ.....	6
1.3.1.2. Vai trò chiêu mộ	6
1.3.1.3. Các nguồn chiêu mộ	6
1.3.1.4. Các phương pháp chiêu mộ	7
1.3.2. Quy trình tuyển chọn nhân sự.....	9
1.3.2.1. Sơ đồ tuyển chọn nhân sự.....	9
1.3.2.2. Nội dung các bước trong sơ đồ tuyển dụng.....	9
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác tuyển dụng	13
1.4.1. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp	13
1.4.2. yếu tố bên trong doanh nghiệp	16
CHƯƠNG II: HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT.....	20
2.1.1 Giới thiệu về tổng công ty cổ phần viễn thông FPT	20
2.1.1.1 Sứ mệnh, mục tiêu và giá trị cốt lõi.....	20
2.1.1.2. Lịch sử hình thành	21
2.1.1.3. Lĩnh vực hoạt động.....	23

2.1.2. Giới thiệu về Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – Chi nhánh Đà Nẵng ..	23
2.1.2.1. Giới thiệu chung	23
2.1.2.2. Các thiết bị bán hàng công ty cung cấp	24
2.1.2.3. Cơ cấu tổ chức	25
2.1.2.4. Chức năng các phòng ban.....	25
2.2. Phân tích môi trường ảnh hưởng đến hoạt động tuyển dụng của công ty cổ phần viễn thông FPT – Chi nhánh Đà Nẵng	27
2.2.1. Môi trường vĩ mô.....	27
2.2.1.1. Môi trường kinh tế.....	27
2.2.1.2. Môi trường nhân khẩu học	28
2.2.1.3. Môi trường chính trị - pháp luật	28
2.2.1.4. Môi trường văn hóa – xã hội	29
2.2.1.5. Môi trường công nghệ	29
2.2.1.6. Môi trường tự nhiên.....	30
2.2.2. Môi trường vi mô.....	31
2.2.2.1. Khách hàng.....	31
2.2.2.2. Đối thủ cạnh tranh	32
2.2.2.3. Nhà cung cấp	34
2.3. Nguồn lực của doanh nghiệp	35
2.3.1. Cơ sở vật chất.....	35
2.3.2 Nguồn nhân lực	36
2.3.3. Nguồn lực tài chính	40
2.3.4. Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	43
2.4. QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH.....	44
2.4.1.Nhu cầu tuyển dụng	44
2.4.1.1. Số lượng tuyển dụng nhân viên kinh doanh qua các năm.....	44
2.4.1.2. Thời điểm và tần suất tuyển dụng	45
2.4.1.3. Lý do phát sinh nhu cầu.....	47
2.4.2.Nguồn tuyển dụng	48
2.4.2.1. Nguồn nội bộ	48
2.4.2.2. Nguồn bên ngoài.....	48
2.4.2.3. Sử dụng các kênh tuyển dụng.....	50

2.4.2.4. Đánh giá hiệu quả từng nguồn.....	50
2.4.3. Tiêu chí tuyển dụng	55
2.4.3.1. Yêu cầu về trình độ.....	55
2.4.3.2. Yêu cầu về kỹ năng	55
2.4.3.3. Yêu cầu về kinh nghiệm.....	55
2.4.3.4. Yêu cầu về thái độ, phẩm chất	55
2.4.3.5. Mức độ phù hợp với đặc thù nhân viên kinh doanh.....	56
2.5. Quy trình tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn Thông FPT.....	56
2.5.1. Sơ đồ quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh.....	56
2.5.2. Diễn giải quy trình tuyển dụng	56
2.5.2.1. Xác định nhu cầu tuyển dụng	56
2.5.2.2. Xây dựng JD (mô tả công việc).....	57
2.5.2.3. Đăng tin tuyển dụng	58
2.5.2.4. Tiếp nhận hồ sơ ứng tuyển	59
2.5.2.5. Sàng lọc hồ sơ.....	60
2.5.2.6. Liên hệ & hẹn phỏng vấn	60
2.5.2.7. Phỏng vấn	61
2.5.2.8. Thông báo kết quả	62
2.5.2.9. Nhận việc & thử việc.....	63
2.5.2.10. Ký hợp đồng chính thức	63
2.6. Ngân sách tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn Thông FPT	64
2.7. Đánh giá quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng	65
2.7.1. Ưu điểm	65
2.7.2. Hạn chế	66
2.7.3. Nguyên nhân	66
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT ĐÀ NẴNG	68
3.1. Định hướng phát triển công ty	68
3.1.1. Định hướng phát triển chung tại công ty	68
3.1.2. Định hướng phát triển nguồn nhân lực của công ty	68

3.2. Giải pháp hoàn thiện quy trình tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Đà Nẵng.....	69
3.2.1. Giải pháp 1: Nâng cao hiệu quả các kênh tuyển dụng.....	69
3.2.2. Giải pháp 2: Giải pháp nâng cao số lượng và chất lượng hồ sơ ứng tuyển .	70
3.2.3. Giải pháp 3: Hoàn thiện nội dung tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Đà Nẵng.....	71
3.2.4. Giải pháp 4: Bổ sung đánh giá nhân viên sau thời gian thử việc.....	72
KẾT LUẬN	75

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: So sánh các đối thủ cạnh tranh chính của FPT Telecom	34
Bảng 2.2: Bảng thống kê cơ sở vật chất tại FPT Telecom Đà Nẵng năm 2024.....	36
Bảng 2.3: Bảng thống kê số lượng nhân viên FPT Telecom Đà Nẵng hiện nay	38
Bảng 2.4: So sánh sự thay đổi nhân sự của FPT Telecom Đà Nẵng.....	39
Bảng 2.5: Bảng cân đối tài sản – nguồn vốn của FPT Telecom Đà Nẵng	42
Bảng 2.6: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng	44
Bảng 2.7: Số lượng tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty FPT Telecom.....	45
Bảng 2.8: Số lượng hồ sơ ứng tuyển nhân viên kinh doanh trong năm 2025	59

DANH MỤC CÁC HÌNH ẢNH

Hình 1.1: Sơ đồ tuyển chọn nhân sự trong doanh nghiệp	9
Hình 2.1: Logo Công ty Cổ phần Viễn Thông FPT Telecom	21
Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức tại Công ty FPT Telecom Đà Nẵng.....	25
Hình 2.3: Cơ cấu thị phần Internet băng rộng cố định tại Việt Nam	32
Hình 2.4: Sơ đồ về nhu cầu tuyển dụng tại Công ty FPT Telecom Đà Nẵng	46
Hình 2.5: Biểu đồ thể hiện tỷ trọng hồ sơ ứng viên qua các kênh	49
Hình 2.6: Hình ảnh bài đăng tuyển của thực tập sinh	51
Hình 2.7: Hình ảnh bài đăng của kênh tuyển dụng Công ty	52
Hình 2.8: Hình ảnh số liệu bài đăng trên nền tảng TikTok	53
Hình 2.9: Hình ảnh bài đăng tại Vieclam24h	54
Hình 2.10: Sơ đồ tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng.....	56
Hình 2.11: Bảng mô tả công việc nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom	58
Hình 2.12: Hình ảnh thông báo kết quả nhận việc của Công ty.....	63
Hình 2.13: Hình ảnh gói dịch vụ tuyển dụng trên nền tảng JobOKO Error! Bookmark not defined.	
Hình 3.1: Sơ đồ tuyển dụng nhân viên kinh doanh	73
Hình 3.2 : Bảng mẫu đánh giá nhân viên sau thử việc	74

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ

1.1. Tổng quan về nguồn nhân lực trong doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là tổng thể những tiềm năng của con người, trước hết và cơ bản nhất là tiềm năng lao động, bao gồm: thể lực, trí lực và nhân cách của con người nhằm đáp ứng yêu cầu của một tổ chức hoặc doanh nghiệp nhất định.

Theo Gary Dessler, nguồn nhân lực được hiểu là toàn bộ lực lượng lao động của một tổ chức, bao gồm các cá nhân tham gia vào quá trình sản xuất, kinh doanh nhằm đạt được mục tiêu chung của doanh nghiệp.

Ngoài ra, theo Nguyễn Ngọc Quân và Nguyễn Văn Điềm (2010), nguồn nhân lực là nguồn lực con người có khả năng sáng tạo ra của cải vật chất và tinh thần cho xã hội được biểu hiện ra số lượng và chất lượng nhất định tại một thời điểm nhất định.

➤ Qua đó, nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng giúp giữ vai trò quyết định trong sự tồn tại và phát triển của mỗi tổ chức, doanh nghiệp. Không chỉ là lực lượng lao động, nguồn nhân lực còn bao gồm toàn bộ tiềm năng về thể lực, trí lực và nhân cách của con người. Vì vậy, việc khai thác và sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực sẽ góp phần nâng cao năng suất lao động, tạo lợi thế cạnh tranh và thúc đẩy sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Nguồn nhân lực có 3 đặc điểm như:

- *Nguồn nhân lực là nguồn lực tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp:* Trong điều kiện xã hội đang chuyển sang nền kinh tế tri thức, thì các nhân tố công nghệ, vốn, nguyên vật liệu đang giảm dần vai trò của nó, nhân tố tri thức của con người ngày càng chiếm vị trí quan trọng, nhà quản trị cần đầu tư thích đáng để xây dựng và phát triển một nguồn nhân lực có chất lượng cao.

- *Nguồn nhân lực đảm bảo cho mọi nguồn sáng tạo của tổ chức:* Chỉ có con người mới sáng tạo ra các hàng hoá, dịch vụ và kiểm tra quá trình sản xuất kinh doanh đó. Mặc dù trang thiết bị, tài sản, nguồn tài chính là những nguồn tài nguyên mà các tổ chức đều cần phải có nhưng trong đó, tài nguyên nhân lực lại đặc biệt quan trọng. Không có con người làm việc hiệu quả thì tổ chức đó không thể nào đạt đến mục tiêu.

- *Nguồn nhân lực là nguồn lực vô tận:* Xã hội không ngừng tiến lên, doanh nghiệp ngày càng phát triển và nguồn lực con người là vô tận. Nếu biết khai thác nguồn lực này

đúng cách sẽ tạo ra nhiều của cải vật chất cho xã hội, thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng cao của con người.

1.1.2. Phân loại nguồn nhân lực

Tùy theo góc độ nghiên cứu, nguồn nhân lực có thể được phân loại theo nhiều cách khác nhau. Tuy nhiên, dưới đây là hai cách phân loại phổ biến và thường được sử dụng nhất:

Phân loại theo sự hình thành nguồn nhân lực:

- Nguồn nhân lực sẵn có trong dân số: Bao gồm người trong độ tuổi lao động, những người này có đủ sức khỏe, trình độ hoặc kỹ năng để tham gia lao động khi có cơ hội.
- Nguồn nhân lực đang tham gia hoạt động kinh tế: Gồm nhóm lao động đã có việc làm hoặc đang tìm kiếm việc làm. Họ có mặt trong các ngành nghề thuộc khu vực kinh tế chính thức hoặc phi chính thức. Đây là lực lượng đóng vai trò duy trì tăng trưởng GDP thúc đẩy năng suất lao động xã hội.
- Nguồn nhân lực dự trữ: Là nhóm người có năng lực làm việc nhưng chưa gia nhập thị trường lao động. Họ có thể là sinh viên mới tốt nghiệp, người nội trợ hoặc người tạm nghỉ do điều kiện cá nhân. Nhóm này tiềm ẩn khả năng thay thế hoặc bổ sung cho lực lượng lao động đang làm việc.

Phân loại theo vị trí và vai trò lao động:

- Nguồn nhân lực chính: Gồm những người trong độ tuổi lao động. Đây là lực lượng lao động chủ lực của nền kinh tế. Họ tạo ra giá trị gia tăng trong sản xuất, kinh doanh và dịch vụ. Vai trò của nhóm này được xác định rõ trong hoạch định chiến lược nhân sự doanh nghiệp.
- Nguồn nhân lực phụ: Là người nằm ngoài độ tuổi lao động. Nhóm này chia thành hai đối tượng: người cao tuổi (nam 61–65, nữ 56–60) và trẻ vị thành niên (12–14 tuổi). Dù không nằm trong lực lượng lao động chính nhưng họ vẫn có thể đóng góp trong một số lĩnh vực phù hợp về thể chất hoặc kỹ năng.
- Nguồn nhân lực bổ sung: Gồm ba thành phần chính. Một là quân nhân xuất ngũ được đào tạo kỷ luật, kỹ năng cơ bản. Hai là lao động hợp tác từ nước ngoài, có kinh nghiệm quốc tế, ngoại ngữ. Ba là học sinh, sinh viên – lực lượng lao động tương lai đang trong giai đoạn tích lũy kiến thức và kỹ năng chuyên môn.

1.1.3. Vai trò nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực đóng vai trò rất quan trọng trong mọi hoạt động của doanh nghiệp, thể hiện qua các khía cạnh sau:

❖ *Yếu tố quyết định sự phát triển của doanh nghiệp:* Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng nhất đối với sự phát triển của mọi doanh nghiệp. Dù có vốn lớn hay công nghệ tiên tiến, nếu thiếu đội ngũ nhân viên có trình độ và tinh thần làm việc tốt, doanh nghiệp khó lòng đạt được mục tiêu chiến lược. Con người chính là những người sáng tạo đưa ra những chiến lược và triển khai các kế hoạch giúp doanh nghiệp phát triển mạnh.

❖ *Yếu tố chiến lược quan trọng:* Ngày nay với sự phát triển chóng mặt của công nghệ, nguồn nhân lực không chỉ là lực lượng lao động đơn thuần mà là yếu tố chiến lược quan trọng trong mọi quyết định của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp hàng đầu đều chú trọng phát triển nhân lực để duy trì sự cạnh tranh và phát triển bền vững.

❖ *Tài nguyên vô tận của doanh nghiệp:* Khác với các tài nguyên hữu hình, nguồn nhân lực là một tài nguyên vô tận và không có giới hạn. Khi doanh nghiệp đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực, họ sẽ không chỉ tăng trưởng trong hiện tại mà còn mở ra cơ hội lớn cho tương lai. Những nhân viên được đào tạo bài bản có thể tiếp tục phát triển, cải tiến quy trình làm việc và đóng góp vào sự sáng tạo trong các dự án lớn.

❖ *Động lực thúc đẩy sự phát triển:* Nguồn nhân lực mạnh mẽ là yếu tố tạo động lực để doanh nghiệp phát triển và đổi mới. Đặc biệt trong thời đại 4.0, sự sáng tạo và khả năng thích ứng nhanh chóng của đội ngũ nhân viên sẽ giúp doanh nghiệp vượt qua những thách thức và duy trì sự cạnh tranh.

❖ *Nhân tố quyết định sự thành bại của doanh nghiệp:* Kể cả khi doanh nghiệp có vốn đầu tư lớn hay sở hữu công nghệ tiên tiến, nếu không có một đội ngũ nhân lực chất lượng, việc phát triển cũng sẽ gặp nhiều khó khăn. Các doanh nghiệp muốn thành công cần phải có chiến lược rõ ràng trong việc tuyển dụng, đào tạo và giữ chân nhân tài.

❖ *Cốt lõi của sự sáng tạo trong tổ chức:* Sự sáng tạo và đổi mới không thể thiếu trong một doanh nghiệp. Con người chính là yếu tố giúp doanh nghiệp tạo ra những sản phẩm, dịch vụ mới, qua đó giữ vững lợi thế cạnh tranh. Một môi trường làm việc sáng tạo và khuyến khích đổi mới sẽ giúp nhân viên phát huy hết khả năng của mình.

1.2. Tổng quan về tuyển dụng

1.2.1. Khái niệm tuyển dụng

Tuyển dụng là quá trình tìm kiếm, thu hút, sàng lọc và lựa chọn ứng viên phù hợp để giữ vị trí công việc cần thiết trong tổ chức nhằm đảm bảo nguồn lực nhân sự hiệu quả, đóng góp vào thành quả kinh doanh và thành công dài hạn của doanh nghiệp.

Theo Hiệp hội Quản trị Nguồn nhân lực Hoa Kỳ (SHRM), tuyển dụng không đơn thuần là tìm người làm việc mà còn là lựa chọn ứng viên phù hợp cả về năng lực và văn hóa doanh nghiệp, đáp ứng chiến lược phát triển dài hạn và tính cạnh tranh tổ chức.

Quá trình tuyển dụng thường bao gồm hai giai đoạn chính là chiêu mộ (thu hút ứng viên) và tuyển chọn (đánh giá và lựa chọn ứng viên phù hợp). Việc thực hiện tốt công tác tuyển dụng sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng được đội ngũ nhân sự chất lượng, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh.

➤ Tuyển dụng một quá trình quan trọng trong quản trị nguồn nhân lực, bao gồm các hoạt động tìm kiếm, thu hút và lựa chọn ứng viên phù hợp với yêu cầu của tổ chức. Việc thực hiện hiệu quả công tác tuyển dụng không chỉ giúp doanh nghiệp xây dựng được đội ngũ nhân sự chất lượng mà còn góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh trên thị trường.

1.2.2. Mục đích tuyển dụng

Hoạt động tuyển dụng không chỉ là một quy trình kỹ thuật trong quản trị mà còn mang lại giá trị đa chiều cho tất cả các bên tham gia. Đây là mục đích mà công tác này mang lại cho doanh nghiệp, ứng viên cũng như toàn xã hội:

✚ Đối với nhà tuyển dụng mục đích là giúp cho doanh nghiệp bổ sung nguồn nhân lực chất lượng để duy trì và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh. Thông qua việc sàng lọc kỹ lưỡng, nhà tuyển dụng có thể tìm ra những cá nhân không chỉ giỏi chuyên môn mà còn phù hợp với văn hóa tổ chức, từ đó giảm thiểu chi phí đào tạo lại và rủi ro biến động nhân sự.

✚ Đối với người lao động tuyển dụng mở ra cánh cửa cơ hội để người lao động tìm kiếm việc làm phù hợp với năng lực, sở trường và nguyện vọng cá nhân. Đây là dịp để họ thể hiện giá trị bản thân, gia nhập môi trường chuyên nghiệp và đảm bảo nguồn thu nhập ổn định để trang trải cuộc sống. Không chỉ dừng lại ở vấn đề tài chính, quá trình này còn giúp ứng viên nhận diện rõ hơn về vị thế của mình trên thị trường, từ đó có động lực học tập và nâng cao kỹ năng nghề nghiệp. Ý nghĩa quan trọng nhất chính là giúp mỗi cá nhân tìm thấy “đất diễn” để phát triển sự nghiệp lâu dài và khẳng định giá trị đóng góp cho cộng đồng.

✚ Còn đối với xã hội ở góc độ vĩ mô, tuyển dụng đóng vai trò quan trọng trong việc điều tiết cung - cầu lao động và giảm tỷ lệ thất nghiệp, góp phần giữ vững ổn định trật tự xã hội. Quá trình này thúc đẩy sự luân chuyển nguồn nhân lực giữa các ngành nghề, từ đó tối ưu hóa việc sử dụng tài sản tri thức của quốc gia. Khi con người có việc làm và thu nhập, sức mua tiêu dùng tăng lên, tạo tiền đề cho sự tăng trưởng kinh tế bền vững. Ngoài ra, các tiêu chuẩn tuyển dụng khắt khe từ doanh nghiệp còn gián tiếp định hướng

hệ thống giáo dục - đào tạo phải không ngừng đổi mới để đáp ứng thực tế, nâng cao chất lượng dân trí và năng suất lao động xã hội.

1.2.3. Vai trò công tác tuyển dụng

Tuyển dụng nhân sự có vai trò quan trọng đối với cả doanh nghiệp, lao động và xã hội. Không chỉ doanh nghiệp muốn tìm kiếm được ứng viên chất lượng mà các cá nhân cũng mong muốn có được nơi làm việc phù hợp để phát triển bản thân, từ đó tạo động lực để nâng cao chất lượng nguồn lực, dân trí. Vậy nên, tuyển dụng nhân sự có vai trò vô cùng quan trọng và không thể thiếu.

1.2.3.1. Đối với doanh nghiệp

- Cung cấp đội ngũ nhân viên chất lượng, đáp ứng được yêu cầu đặt ra từ công việc, bổ sung nguồn lao động phù hợp với yêu cầu hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- Giúp doanh nghiệp thực hiện được các mục tiêu kinh doanh một cách hiệu quả. Lựa chọn đúng đúng người, đúng vị trí, đúng mục đích khiến công việc diễn ra thuận lợi từ đó nâng cao chất lượng hiệu quả kinh doanh.
- Vai trò của tuyển dụng nhân sự cũng làm tăng khả năng cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp. Trình độ và kỹ năng của đội ngũ nhân viên là giá trị cốt lõi để giúp doanh nghiệp vươn lên.
- Lựa chọn đúng người cho vị trí phù hợp là yếu tố giúp doanh nghiệp giảm thiểu được những rủi ro và sử dụng nguồn ngân sách một cách hiệu quả.

1.2.3.2. Đối với người lao động

- Tuyển dụng mở ra cơ hội cho các ứng viên tìm được môi trường làm việc chuyên nghiệp, đúng với định hướng phát triển của bản thân từ đó thúc đẩy và nâng cao khả năng của bản thân.
- Vai trò của tuyển dụng nhân sự đối với người lao động đầu tiên phải đề cập đến vấn đề giải quyết việc làm. Quá trình tuyển dụng, tìm kiếm nhân lực của các công ty giúp người lao động có được cơ hội làm việc phù hợp và có nguồn thu nhập phù hợp với trình độ của bản thân.
- Sự cạnh tranh của quá trình tuyển dụng thúc đẩy tinh thần thi đua, khiến người lao động không thể làm việc một cách qua loa hời hợt nếu muốn có những vị trí nhất định và phát triển hơn trong tương lai.

1.3. Nội dung công tác tuyển dụng nhân sự

1.3.1. Chiêu mộ trong quy trình tuyển dụng

1.3.1.1. Khái niệm chiêu mộ

Chiêu mộ là tiến trình định vị và thu hút các ứng viên để điền khuyết chức vụ trống cho tổ chức, là bước triển khai cho hoạch định nguồn nhân lực và liên quan chặt chẽ với tiến trình lựa chọn, qua đó tổ chức đánh giá sự phù hợp của ứng viên cho các công việc khác nhau.

1.3.1.2. Vai trò chiêu mộ

Chiêu mộ là giai đoạn đầu tiên và có ý nghĩa nền tảng trong toàn bộ quy trình tuyển dụng. Hoạt động này giữ vai trò quan trọng việc đảm bảo chất lượng và hiệu quả của công tác tuyển dụng nhân sự trong doanh nghiệp.

Chiêu mộ giúp doanh nghiệp thu hút được số lượng ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc. Nếu thực hiện tốt doanh nghiệp sẽ có nguồn ứng viên đa dạng để lựa chọn, nhằm nâng cao khả năng tìm được người phù hợp. Chiêu mộ còn góp phần nâng cao chất lượng đầu vào của tuyển dụng. Nguồn ứng viên càng chất lượng thì quá trình tuyển chọn càng thuận lợi, tiết kiệm thời gian và chi phí cho doanh nghiệp.

Ngoài ra, hoạt động chiêu mộ còn giúp xây dựng hình ảnh và thương hiệu tuyển dụng của doanh nghiệp trên thị trường lao động. Một doanh nghiệp có chiến lược chiêu mộ hiệu quả sẽ tạo được sự thu hút và uy tín đối với người lao động.

Chiêu mộ có vai trò tạo tiền đề cho các bước tiếp theo trong quy trình tuyển dụng như sàng lọc, phỏng vấn và lựa chọn. Nếu chiêu mộ không hiệu quả, toàn bộ quy trình tuyển dụng phía sau sẽ gặp khó khăn và kém hiệu quả.

1.3.1.3. Các nguồn chiêu mộ

Trong tuyển dụng nhân sự, nguồn tuyển dụng được hiểu là những nơi mà doanh nghiệp tìm kiếm và thu hút ứng viên để đáp ứng nhu cầu nhân lực của mình. Dựa trên phạm vi tìm kiếm, nguồn tuyển dụng được chia thành hai loại cơ bản: nguồn tuyển dụng nội bộ và nguồn tuyển dụng bên ngoài.

Nguồn chiêu mộ nội bộ

Nguồn chiêu mộ nội bộ là việc doanh nghiệp tìm kiếm ứng viên từ chính đội ngũ nhân viên đang làm việc trong tổ chức. Hình thức này thường được áp dụng khi doanh nghiệp có nhu cầu điền khuyết các vị trí còn trống thông qua việc chuyển đổi, đề bạt hoặc bổ nhiệm nhân sự hiện có.

Việc sử dụng nguồn chiêu mộ nội bộ mang lại nhiều lợi ích như giúp doanh nghiệp tận dụng được nguồn nhân lực sẵn có, hiểu rõ năng lực và phẩm chất của ứng viên, từ đó giảm thiểu rủi ro trong tuyển dụng. Phương pháp này còn góp phần tạo động lực làm việc và cơ hội thăng tiến cho nhân viên, để nâng cao sự gắn bó với tổ chức. Bên cạnh đó, chi phí và thời gian tuyển dụng cũng được tiết giảm đáng kể do không phải thực hiện các bước tìm kiếm và đào tạo ban đầu.

Tuy nhiên, nguồn chiêu mộ nội bộ cũng tồn tại một số hạn chế như phạm vi ứng viên bị thu hẹp, đặc biệt trong trường hợp doanh nghiệp mở rộng quy mô. Việc đề bạt nội bộ có thể dẫn đến tình trạng thiếu hụt nhân sự ở các vị trí khác gây xáo trộn trong tổ chức. Nếu lạm dụng nguồn nội bộ, doanh nghiệp có thể thiếu đi sự đổi mới và sáng tạo do không tiếp nhận các yếu tố từ bên ngoài

Nguồn chiêu mộ bên ngoài

Nguồn bên ngoài là công việc doanh nghiệp tìm kiếm ứng viên từ thị trường lao động bên ngoài tổ chức. Đây là nguồn cung cấp nhân lực đa dạng, giúp doanh nghiệp tiếp cận với nhiều đối tượng lao động có trình độ, kinh nghiệm và kỹ năng khác nhau.

Ưu điểm của nguồn này là khả năng thu hút số lượng lớn ứng dụng, đặc biệt là những người có trình độ chuyên môn cao hoặc kinh nghiệm làm việc phong phú. Việc tuyển dụng từ bên ngoài còn giúp doanh nghiệp bổ sung những ý tưởng mới, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh.

Khi việc sử dụng nguồn thu nhập bên ngoài cũng làm tăng chi phí và thời gian tuyển dụng. Ứng viên cần có thời gian để thích nghi với môi trường làm việc mới, doanh nghiệp cũng có thể gặp rủi ro khi tuyển dụng không phù hợp nếu quá trình đánh giá không chính xác.

1.3.1.4. Các phương pháp chiêu mộ

Phương pháp chiêu mộ là các cách thức mà doanh nghiệp sử dụng nhằm thu hút ứng viên từ các nguồn chiêu mộ đã xác định. Tùy thuộc vào từng nguồn, doanh nghiệp sẽ áp dụng các phương pháp phù hợp để đạt hiệu quả cao trong tuyển dụng. Có các phương pháp chiêu mộ như sau:

 *Phương pháp chiêu mộ nội bộ chủ yếu gồm:*

Niên yết công việc: Doanh nghiệp thông báo công khai các vị trí cần tuyển trong nội bộ thông qua bảng tin, email hoặc hệ thống thông tin nội bộ, giúp nhân viên nắm bắt cơ hội ứng tuyển.

Giới thiệu nhân viên: Nhân viên hiện tại giới thiệu ứng viên phù hợp cho doanh nghiệp. Phương pháp này giúp tiết kiệm chi phí và thời gian, tuy nhiên có thể phát sinh yếu tố chủ quan hoặc thiên vị.

Bảng tóm tắt kỹ năng: Doanh nghiệp xây dựng hệ thống lưu trữ thông tin về trình độ, kỹ năng, kinh nghiệm của nhân viên để phục vụ cho việc đề bạt, chuyển chuyển khi có nhu cầu tuyển dụng.

✚ *Phương pháp chiêu mộ bên ngoài doanh nghiệp có thể áp dụng các phương pháp sau:*

Quảng cáo tuyển dụng: Đăng tin tuyển dụng trên các phương tiện truyền thông như báo chí, website, mạng xã hội nhằm tiếp cận số lượng lớn ứng viên.

Internet và email: Sử dụng các nền tảng tuyển dụng trực tuyến để đăng tin và tiếp nhận hồ sơ ứng viên một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Trung tâm giới thiệu việc làm: Hợp tác với các tổ chức trung gian để tìm kiếm và sàng lọc ứng viên phù hợp trước khi tiến hành tuyển chọn.

Hội chợ việc làm và các kênh truyền thông: Tham gia các sự kiện tuyển dụng hoặc quảng bá thông tin tuyển dụng qua các phương tiện truyền thông nhằm nâng cao khả năng tiếp cận ứng viên.

✚ *Phương pháp chiêu mộ không chính thức:*

Bên cạnh các phương pháp chính thức, doanh nghiệp còn sử dụng phương pháp chiêu mộ không chính thức như truyền miệng. Thông qua các mối quan hệ cá nhân, nhân viên có thể giới thiệu ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc. Phương pháp này thường mang lại hiệu quả nhanh chóng và tiết kiệm chi phí, tuy nhiên có thể làm giảm tính đa dạng của nguồn ứng viên.

✚ *Chiêu mộ theo nhóm mục tiêu với từng nhóm đối tượng cụ thể như:*

Sử dụng các công ty săn đầu người để tuyển dụng nhân sự cấp cao.

Tuyển dụng sinh viên mới tốt nghiệp thông qua các chương trình liên kết với trường đại học.

Thu hút các nhóm lao động đặc thù như lao động lớn tuổi hoặc người khuyết tật.

Việc xác định rõ nhóm mục tiêu giúp doanh nghiệp lựa chọn phương pháp chiêu mộ phù hợp và nâng cao hiệu quả tuyển dụng.

1.3.2. Quy trình tuyển chọn nhân sự

1.3.2.1. Sơ đồ tuyển chọn nhân sự



Hình 1.1: Sơ đồ tuyển chọn nhân sự trong doanh nghiệp

(Nguồn: Bài giảng Quản trị nguồn nhân lực – ThS. Lê Thị Quỳnh Anh)

Nhận xét: Sơ đồ tuyển chọn nhân sự thể hiện quy trình tuyển chọn được thực hiện theo trình tự từ tiếp nhận ứng viên, đánh giá hồ sơ, kiểm tra năng lực, phỏng vấn đến ra quyết định tuyển dụng. Quy trình này giúp doanh nghiệp đánh giá toàn diện về trình độ chuyên môn, kỹ năng, sức khỏe và mức độ phù hợp của ứng viên với công việc, từ đó nâng cao chất lượng tuyển dụng và hạn chế rủi ro tuyển sai người.

1.3.2.2. Nội dung các bước trong sơ đồ tuyển chọn

Việc tuyển chọn nhân sự cho một doanh nghiệp gồm những bước sau:

Bước 1: Tiếp đón ban đầu và phỏng vấn sơ bộ

Đây là bước đầu tiên trong quá trình tuyển chọn, là buổi gặp gỡ đầu tiên giữa các nhà tuyển chọn với các ứng viên. Bước này nhằm xác lập mối quan hệ giữa người xin việc và người sử dụng lao động, đồng thời bước này cũng xác định được những cá nhân có những tố chất và khả năng phù hợp với công việc.

Bước 2: Sàng lọc qua đơn xin việc

Đơn xin việc là thủ tục khách quan nó không thể thay thế cho việc gặp gỡ trực tiếp giữa người xin việc với người đại diện cho công ty, mặt khác đơn xin việc chỉ hỏi

được một số hạn chế các vấn đề do vậy nó mất đi tính đa dạng và phong phú của quá trình làm việc, kinh nghiệm của người xin việc, họ không thể lý giải được kỹ lưỡng những vấn đề mà họ đã làm trong quá khứ.

Trong đơn, người xin việc chỉ luôn nói tốt về mình, chỉ nói cái có lợi cho bản thân họ. Trong đơn xin việc mới cho doanh nghiệp thấy hiện trạng theo kiểu mô tả mà nó chưa cho ta biết được “như thế nào” hoặc “tại sao”... Thông qua nội dung của mẫu đơn xin việc, các nhà tuyển chọn sẽ có chứng cứ của mình để tuyển chọn tiếp các bước sau hay chấm dứt quá trình tuyển chọn.

Bước 3: Các trắc nghiệm nhân sự trong tuyển chọn

Thông thường doanh nghiệp nên chia trắc nghiệm nhân sự ra các loại sau:

- *Trắc nghiệm thành tích:* Trắc nghiệm về thành tích là đánh giá xem các cá nhân nắm vững nghề nghiệp, hiểu biết nghề đến mức nào, thành tích của họ đạt cao hay thấp như thời gian hoàn thành công việc, điểm bài thi, bài kiểm tra.
- *Trắc nghiệm về năng khiếu và khả năng:* Trắc nghiệm năng khiếu và khả năng được dùng chủ yếu để chỉ ra xem cá nhân nào đã học tốt trong đào tạo, sẽ thực hiện tốt công việc trong tương lai, tiếp thu tốt các kiến thức mới.
- *Trắc nghiệm về tính cách và sở thích:* Đây là loại trắc nghiệm nhằm phát hiện ra các đặc điểm tâm lý cá nhân người lao động như các loại khí chất, những ước mơ, nguyện vọng của các ứng viên, những ước muốn, đề nghị.
- *Trắc nghiệm về tính trung thực:* Tính trung thực là rất cần thiết cho việc sử dụng lao động và trong tất cả các công việc của công tác nhân sự. Những trắc nghiệm này thường gồm những câu hỏi đề cập đến nhiều khía cạnh như việc chấp hành kỷ luật lao động khi không có sự giám sát của các nhà quản trị, thái độ của cá nhân đối với vấn đề ăn cắp tiền bạc, sự không thật thà trong công việc... Tất cả các trắc nghiệm này giúp ta dự đoán được các hành vi không trung thực trong tương lai của người dự tuyển.
- *Trắc nghiệm y học:* Trong một số trường hợp đặc biệt để đánh giá các phẩm chất sinh lý của các ứng viên chúng ta có thể dùng các trắc nghiệm y học để phát hiện các bệnh xã hội như HIV... Hiện nay các trắc nghiệm này thường sử dụng phân tích các mẫu nước tiểu, phân tích các mẫu máu...

Bước 4: Phỏng vấn tuyển chọn

Phỏng vấn tuyển chọn là quá trình giao tiếp bằng lời (thông qua các câu hỏi và câu trả lời) giữa những người tuyển chọn và người xin việc, đây là một trong những

phương pháp thu thập thông tin cho việc ra quyết định tuyển chọn. Phương pháp phỏng vấn trong tuyển chọn giúp chúng ta khắc phục được những nhược điểm mà quá trình nghiên cứu đơn xin việc không nắm được, hoặc các loại văn bằng chứng chỉ không nêu hết được.

Hiện nay người ta thường áp dụng nhiều loại phỏng vấn để thu thập thông tin của các ứng viên khi nộp đơn xin việc.

- *Phỏng vấn theo mẫu*: Phỏng vấn theo mẫu là hình thức phỏng vấn mà các câu hỏi được thiết kế sẵn từ trước theo yêu cầu của công việc, phỏng vấn theo mẫu là hình thức các câu hỏi đều được chuẩn bị kỹ để người đi phỏng vấn hỏi và các câu trả lời của người xin việc. Quá trình phỏng vấn được thực hiện bằng cách người phỏng vấn đọc to các câu hỏi và câu trả lời để người xin việc lựa chọn và xác định câu trả lời đúng nhất của mình.

- *Phỏng vấn theo tình huống*: Phỏng vấn theo tình huống là quá trình người hỏi yêu cầu các ứng viên phải trả lời về ứng xử hay cách thực hiện, xử lý các công việc theo các tình huống giả định hoặc các tình huống có thật trong thực tế, mà những người phỏng vấn đặt ra.

- *Phỏng vấn theo mục tiêu*: Phỏng vấn theo loại này là cuộc phỏng vấn dựa vào công việc cụ thể mà yêu cầu các ứng viên phải trả lời theo những mục tiêu xác định từ trước. Các câu hỏi cũng dựa vào sự phân tích công việc một cách kỹ lưỡng để xác định các mục tiêu cho các vị trí việc làm. Phương pháp phỏng vấn theo mục tiêu là phương pháp cho ta độ tin cậy cao và đúng đắn nhất.

- *Phỏng vấn không có hướng dẫn* là cuộc phỏng vấn mà người đi phỏng vấn không chuẩn bị trước nội dung các câu hỏi, mà để cho các ứng viên trao đổi một cách thoải mái xung quanh công việc, người hỏi chỉ có định hướng cho cuộc thảo luận.

- *Phỏng vấn căng thẳng*: Phỏng vấn căng thẳng là hình thức phỏng vấn mà trong đó người phỏng vấn đưa ra các câu hỏi có tính chất nặng nề, mang nhiều nét của sự cật vấn, hoặc cường độ hỏi dồn dập, cách phỏng vấn này mong tìm kiếm ở các ứng viên lòng vị tha, sự ứng xử công việc trong thời gian eo hẹp. Nó giúp doanh nghiệp tìm ra được những người để bố trí vào những việc làm căng thẳng như công việc bán hàng vào các dịp lễ tết, thanh quyết toán cuối quý hay cuối năm.

- *Phỏng vấn theo nhóm*: Phỏng vấn theo nhóm là hình thức phỏng vấn mà một người hỏi cùng lúc đối với nhiều người. Loại phỏng vấn này giúp doanh nghiệp có thể

thu thập được nhiều thông tin hay tránh được các thông tin trùng lặp mà các ứng viên đều có, mà không cần hỏi riêng từng người một.

- *Phòng vấn hội đồng:* Phòng vấn hội đồng là hình thức phỏng vấn của nhiều người đối với một ứng viên. Loại phỏng vấn này thích hợp trong trường hợp bố trí các ứng viên vào vị trí quan trọng mà cần phải có sự tán đồng của nhiều người. Nó tránh được tính chủ quan khi chỉ có một người phỏng vấn và nó tạo ra tính linh hoạt và khả năng phản ứng đồng thời của các ứng viên.

Bước 5: Khám sức khỏe và đánh giá thể lực của các ứng viên

Để đảm bảo cho các ứng viên có sức làm việc lâu dài trong các tổ chức và tránh những đòi hỏi không chính đáng của người được tuyển về đảm bảo sức khỏe thì bước quan trọng tiếp theo là phải tiến hành khám sức khỏe và đánh giá thể lực của các ứng viên.

Bước 6: Phỏng vấn bởi người lãnh đạo trực tiếp

Để đảm bảo sự thống nhất từ hội đồng tuyển chọn cho đến người phụ trách trực tiếp và sử dụng lao động thì cần phải có sự phỏng vấn trực tiếp của người phụ trách để đánh giá một cách cụ thể hơn các ứng viên, đây là một bước nhằm xác định vai trò quan trọng của các cấp cơ sở. Nó giúp ta khắc phục được sự không đồng nhất giữa bộ phận tuyển chọn và nơi sử dụng lao động

Bước 7: Thẩm tra các thông tin thu được trong quá trình tuyển chọn

Để xác định độ tin cậy của các thông tin thu được qua các bước tuyển chọn ta phải thực hiện bước thẩm tra lại xem mức độ chính xác của các thông tin. Có nhiều cách để thẩm tra các thông tin như trao đổi với các tổ chức cũ mà người lao động đã làm việc, đã khai trong đơn xin việc, hoặc là nơi đã cấp các văn bằng chứng chỉ... Các thông tin thẩm tra lại là những căn cứ chính xác để các nhà tuyển dụng ra quyết định cuối cùng.

Bước 8: Tham quan công việc

Những người xin việc luôn có kỳ vọng về sự thỏa mãn công việc. Nếu doanh nghiệp làm cho người lao động thất vọng bởi họ không có đầy đủ các thông tin về công việc thì sẽ gây rất nhiều bất lợi cho người mới đến nhận công việc. Do đó để tạo điều kiện cho những người xin việc đưa ra những quyết định cuối cùng về việc làm thì tổ chức có thể cho những ứng viên tham quan hoặc nghe giải thích đầy đủ về các công việc mà sau khi được tuyển dụng họ sẽ phải làm. Điều này giúp cho người lao động biết được một cách khá chi tiết về công việc như: mức độ phức tạp của công việc, tình hình thu

nhập, sự thoả mãn đối với công việc... Qua đó người tham gia dự tuyển sẽ nắm được những gì họ phải thực hiện trong tương lai để khỏi phải ngỡ ngàng khi gặp những điều không phù hợp với suy nghĩ của họ.

Bước 9: Ra quyết định tuyển chọn (tuyển dụng)

Sau khi đã thực hiện đầy đủ các bước trên đây và các thông tin tuyển dụng đã đảm bảo theo đúng yêu cầu tuyển chọn đề ra thì hội đồng tuyển chọn sẽ ra quyết định tuyển dụng đối với người xin việc. Cơ sở của việc ra quyết định này là dựa vào phương pháp đánh giá chủ quan theo thủ tục loại trừ dần và theo kết quả đánh giá của phỏng vấn và trắc nghiệm.

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác tuyển dụng

Tuyển dụng nhân sự thành công chịu tác động bởi nhiều yếu tố đa chiều, gồm nhóm yếu tố nội bộ và nhóm yếu tố bên ngoài doanh nghiệp. Việc nhận diện đúng các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình tuyển dụng có ý nghĩa quan trọng, giúp bộ phận nhân sự xây dựng kế hoạch tuyển dụng phù hợp, lựa chọn kênh tiếp cận hiệu quả, tối ưu quy trình sàng lọc, qua đó thu hút và tuyển chọn được ứng viên đáp ứng yêu cầu về năng lực và mức độ phù hợp với tổ chức.

1.4.1. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Những yếu tố thuộc môi trường vĩ mô như kinh tế, chính trị, xã hội, pháp lý và thị trường lao động có tác động trực tiếp đến chiến lược và hiệu quả tuyển dụng của doanh nghiệp. Sự biến động của các yếu tố này có thể làm thay đổi nguồn cung ứng viên, mức độ cạnh tranh nhân lực cũng như tiêu chí lựa chọn của tổ chức.

Thị trường lao động

Thị trường lao động là một yếu tố bên ngoài có ảnh hưởng trực tiếp đến công tác tuyển dụng của doanh nghiệp, quyết định khả năng tiếp cận và lựa chọn ứng viên. Sự biến động về cung - cầu lao động tác động rõ rệt đến hiệu quả tuyển dụng. Khi nguồn cung lao động dồi dào, doanh nghiệp có nhiều cơ hội lựa chọn ứng viên phù hợp, từ đó nâng cao chất lượng tuyển dụng. Ngược lại, trong trường hợp nguồn lao động khan hiếm, đặc biệt đối với các vị trí yêu cầu chuyên môn cao, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn trong việc thu hút nhân sự, đồng thời làm gia tăng chi phí và thời gian tuyển dụng.

Với mức độ cạnh tranh trên thị trường lao động cũng ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động tuyển dụng. Khi nhiều doanh nghiệp cùng có nhu cầu tuyển dụng, tổ chức cần xây dựng chính sách đãi ngộ, môi trường làm việc và chiến lược thu hút phù hợp nhằm nâng

cao lợi thế cạnh tranh. Ngoài ra, chất lượng nguồn lao động, xu hướng nghề nghiệp và sự dịch chuyển lao động giữa các khu vực cũng làm thay đổi cấu trúc thị trường, đòi hỏi doanh nghiệp phải linh hoạt điều chỉnh kế hoạch tuyển dụng.

Không chỉ vậy, các yếu tố pháp luật và kinh tế - xã hội cũng có tác động nhất định. Các quy định của pháp luật lao động về hợp đồng, tiền lương, thời gian làm việc hay chế độ bảo hiểm tạo ra khuôn khổ pháp lý mà doanh nghiệp phải tuân thủ trong quá trình tuyển dụng. Đồng thời, sự biến động của nền kinh tế cũng ảnh hưởng đến cung - cầu lao động, từ đó tác động đến quy mô và chiến lược tuyển dụng của doanh nghiệp.

Hoạt động của đối thủ cạnh tranh

Trong mọi ngành nghề, cạnh tranh nhân lực luôn diễn ra song song với cạnh tranh thị trường. Vì vậy, việc thu hút và giữ chân nhân tài trở thành một thách thức đáng kể đối với bộ phận HR ở mỗi doanh nghiệp.

Trước khi triển khai tuyển dụng, doanh nghiệp cần nghiên cứu đối thủ để nắm được các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định ứng tuyển của người lao động:

- Chính sách lương, thưởng và phúc lợi đang được đối thủ áp dụng
- Môi trường làm việc, cơ hội học hỏi và lộ trình phát triển nghề nghiệp
- Cách thức tuyển dụng: kênh đăng tuyển, thông điệp truyền thông, tốc độ phản hồi, trải nghiệm ứng viên
- Mức độ đầu tư cho thương hiệu tuyển dụng và các chiến dịch truyền thông liên quan

Khi người lao động có nhiều lựa chọn, họ thường ưu tiên tổ chức có chính sách phù hợp với kỳ vọng về thu nhập, phát triển và điều kiện làm việc. Do đó, doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược tuyển dụng và đãi ngộ hợp lý để duy trì sức hút trên thị trường lao động.

Yếu tố kinh tế, chính trị

Kinh tế và chính trị là những yếu tố vĩ mô có ảnh hưởng rõ rệt đến chiến lược và quy mô tuyển dụng của doanh nghiệp. Một quốc gia có môi trường chính trị ổn định sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho tăng trưởng kinh tế, qua đó thúc đẩy hoạt động đầu tư và mở rộng sản xuất kinh doanh.

Khi nền kinh tế tăng trưởng, doanh nghiệp có xu hướng mở rộng quy mô, phát triển thêm chi nhánh hoặc lĩnh vực hoạt động mới. Điều này kéo theo nhu cầu tuyển

dụng gia tăng, đồng thời doanh nghiệp sẵn sàng đầu tư nhiều nguồn lực hơn cho hoạt động thu hút nhân sự như:

- Xây dựng và quảng bá thương hiệu nhà tuyển dụng
- Hợp tác với đơn vị sẵn đầu người
- Gia tăng ngân sách cho các kênh đăng tuyển và truyền thông tuyển dụng
- Cải thiện chính sách lương, thưởng và phúc lợi

Yếu tố kinh tế và chính trị có tác động trực tiếp đến quy mô, ngân sách và mức độ ưu tiên của hoạt động tuyển dụng trong mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp.

Thái độ của xã hội với nghề

Quan niệm xã hội về một ngành nghề, được định hình bởi các yếu tố văn hóa, kinh tế và truyền thông, có ảnh hưởng mạnh mẽ đến quyết định lựa chọn sự nghiệp của ứng viên. Yếu tố này tạo ra sự phân hóa rõ rệt về mức độ hấp dẫn của các lĩnh vực khác nhau trên thị trường lao động.

Đối với các ngành nghề được xã hội đánh giá cao tại Việt Nam: Y dược, giáo dục, tài chính ngân hàng thường được gắn với sự ổn định, địa vị và tiềm năng phát triển. Sự công nhận này tạo ra một lợi thế tự nhiên trong tuyển dụng, giúp doanh nghiệp tiếp cận được một lượng lớn ứng viên có sẵn. Khi đó, thách thức của bộ phận nhân sự chủ yếu tập trung vào việc sàng lọc để tìm ra người phù hợp nhất trong một nguồn cung dồi dào.

Đối với các ngành nghề đối mặt với định kiến xã hội: Một số lĩnh vực như bảo hiểm, bất động sản hay bán hàng trực tiếp tại Việt Nam đôi khi bị nhìn nhận là thiếu ổn định hoặc có môi trường áp lực cao. Điều này tạo ra một rào cản tâm lý, khiến nguồn cung ứng viên tiềm năng bị thu hẹp. Hoạt động tuyển dụng cho các vị trí này đòi hỏi nhiều nỗ lực hơn. Doanh nghiệp phải đầu tư vào việc xây dựng thương hiệu tuyển dụng, truyền thông minh bạch về cơ hội phát triển, làm rõ những hiểu lầm và nhấn mạnh vào chính sách đãi ngộ hấp dẫn để thuyết phục và thu hút nhân tài.

Trình độ khoa học công nghệ

Sự phát triển không ngừng của khoa học công nghệ đang tái định hình cách thức vận hành của doanh nghiệp và đặt ra những yêu cầu mới cho công tác tuyển dụng.

Việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất, kinh doanh đòi hỏi doanh nghiệp phải tuyển dụng được nguồn nhân lực có năng lực tương xứng. Các vị trí công việc hiện nay yêu cầu ứng viên phải có kỹ năng sử dụng thành thạo phần mềm chuyên dụng, công

cụ phân tích dữ liệu và các nền tảng kỹ thuật số. Điều này buộc bộ phận nhân sự phải điều chỉnh tiêu chí tuyển chọn, ưu tiên những ứng viên có khả năng thích ứng nhanh với thay đổi công nghệ.

Đồng thời, tiến bộ kỹ thuật cũng cung cấp các công cụ giúp tối ưu hóa chính quy trình tuyển dụng. Nhiều doanh nghiệp đã chuyển đổi số hoạt động quản lý nhân sự bằng cách sử dụng các phần mềm chuyên biệt. Những giải pháp này tích hợp nhiều tính năng như quản lý hồ sơ ứng viên, chấm công, tính lương và đánh giá hiệu suất, giúp tự động hóa các tác vụ thủ công. Kết quả là doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian, giảm chi phí vận hành và nâng cao trải nghiệm cho ứng viên trong suốt quá trình tuyển dụng.

1.4.2. Yếu tố bên trong doanh nghiệp

Hiệu quả của công tác tuyển dụng chịu ảnh hưởng trực tiếp từ các yếu tố nội tại của doanh nghiệp. Các yếu tố này quyết định đến khả năng thu hút, lựa chọn và giữ chân nguồn nhân lực.

Mục tiêu của doanh nghiệp

Hoạt động tuyển dụng không phải là một quy trình độc lập mà được định hướng trực tiếp bởi mục tiêu và chiến lược phát triển tổng thể của doanh nghiệp. Tùy thuộc vào định hướng trong mỗi giai đoạn, công tác tuyển dụng sẽ có quy mô, tính chất và mức độ ưu tiên khác nhau.

- Khi doanh nghiệp đặt mục tiêu tăng trưởng, mở rộng thị trường hoặc ra mắt sản phẩm mới, nhu cầu tuyển dụng sẽ tăng cao. Kế hoạch tuyển dụng lúc này tập trung vào việc thu hút nhanh chóng nguồn nhân lực có chuyên môn phù hợp, đôi khi với số lượng lớn.
- Với mục tiêu dẫn đầu về công nghệ hoặc đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp sẽ ưu tiên tuyển dụng các chuyên gia có kỹ năng đặc thù và kinh nghiệm nghiên cứu. Quy trình tuyển chọn sẽ khắt khe hơn về mặt kỹ thuật và năng lực sáng tạo.
- Trong giai đoạn ổn định hoặc tối ưu hóa vận hành, hoạt động tuyển dụng có thể chậm lại. Doanh nghiệp sẽ chú trọng vào việc lấp đầy các vị trí bị khuyết và tìm kiếm nhân sự có sự phù hợp cao với văn hóa tổ chức để duy trì sự bền vững.
- Như vậy, bộ phận nhân sự phải bám sát vào mục tiêu chung để xác định đúng nhu cầu, xây dựng kế hoạch và triển khai các hoạt động tuyển dụng một cách hiệu quả, đảm bảo cung cấp nguồn lực phù hợp cho sự phát triển của tổ chức.

Thương hiệu tuyển dụng

Thương hiệu nhà tuyển dụng (Employer Brand) là tổng quan những nhận thức, cảm xúc và trải nghiệm của ứng viên, nhân viên hiện tại và cả nhân viên cũ về công ty bạn với tư cách là một nhà tuyển dụng. Nó phản ánh cách bạn đối xử với nhân viên, giá trị cốt lõi của công ty và cam kết của bạn đối với sự phát triển của họ. Nói cách khác, nó là “danh tiếng” của bạn trong mắt những người đang tìm kiếm cơ hội việc làm.

Xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng (Employer Branding) là quá trình chủ động tạo dựng và quản lý thương hiệu nhà tuyển dụng. Nó bao gồm tất cả các hoạt động, cả có chủ đích lẫn vô tình, mà doanh nghiệp thực hiện để quảng bá hình ảnh, văn hóa và giá trị của mình đến các ứng viên tiềm năng. Mục tiêu là thu hút những ứng viên phù hợp nhất với văn hóa và mục tiêu của công ty.

Việc đầu tư vào thương hiệu tuyển dụng mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp. Một thương hiệu tuyển dụng mạnh mẽ giúp:

- Giảm chi phí tuyển dụng: Thu hút được nhiều ứng viên chất lượng hơn, giảm thời gian và công sức sàng lọc hồ sơ.
- Tăng tỷ lệ giữ chân nhân viên: Nhân viên gắn bó hơn với công ty, giảm tỷ lệ nghỉ việc và tiết kiệm chi phí đào tạo nhân viên mới.
- Nâng cao năng suất làm việc: Nhân viên hạnh phúc và hài lòng sẽ làm việc hiệu quả hơn, đóng góp tích cực vào sự phát triển của công ty.
- Tạo lợi thế cạnh tranh: Thu hút được những nhân tài hàng đầu, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.
- Xây dựng hình ảnh tích cực: Một thương hiệu tuyển dụng tốt góp phần xây dựng hình ảnh tích cực cho doanh nghiệp trong mắt công chúng, đối tác và khách hàng.

Chính sách nhân sự

Chính sách nhân sự là một trong những yếu tố tác động trực tiếp đến quyết định ứng tuyển, tham gia phỏng vấn và gắn bó của người lao động. Khi tiếp cận tin tuyển dụng, ứng viên thường đánh giá mức độ hấp dẫn của doanh nghiệp thông qua “gói giá trị” mà tổ chức mang lại, thay vì chỉ nhìn vào mô tả công việc.

Về bản chất, chính sách nhân sự bao gồm hệ thống quyền lợi và điều kiện làm việc mà doanh nghiệp cam kết, điển hình như:

- Thu nhập: lương cơ bản, thưởng, phụ cấp, cơ chế tăng lương
- Phúc lợi: bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe, nghỉ phép, hỗ trợ đời sống

- Môi trường làm việc: văn hóa ứng xử, quản lý, mức độ tôn trọng và ghi nhận
- Cơ hội phát triển: đào tạo, lộ trình nghề nghiệp, cơ chế thăng tiến rõ ràng
- Thời gian và cách thức làm việc: giờ làm, làm thêm, linh hoạt, làm việc từ xa (nếu có)

Chính sách nhất quán và dễ hiểu cũng giúp HR truyền thông tuyển dụng rõ ràng, giảm mất thời gian giải thích hoặc xử lý “kỳ vọng lệch”.

Khả năng tài chính và nguồn lực của doanh nghiệp

Khả năng tài chính và nguồn lực nội tại là nền tảng quyết định quy mô, phạm vi và chất lượng của hoạt động tuyển dụng. Mức độ đầu tư cho tuyển dụng thường phản ánh mức độ ưu tiên của doanh nghiệp đối với phát triển nhân sự.

Khi có nguồn lực tài chính vững vàng, doanh nghiệp có điều kiện:

- Mở rộng ngân sách truyền thông tuyển dụng trên nhiều kênh khác nhau
- Hợp tác với đơn vị sẵn đầu người hoặc chuyên gia tuyển dụng cấp cao
- Ứng dụng công nghệ và phần mềm tuyển dụng chuyên biệt
- Tổ chức quy trình phỏng vấn chuyên nghiệp, nâng cao trải nghiệm ứng viên
- Thiết kế gói đãi ngộ cạnh tranh để thu hút nhân sự chất lượng cao

Quá trình tuyển dụng kéo dài, chi phí gián tiếp tăng do vị trí trống ảnh hưởng đến hiệu suất vận hành.

Văn hoá doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp tác động trực tiếp đến hiệu quả tuyển dụng thông qua cách ứng viên cảm nhận về môi trường làm việc và mức độ phù hợp giá trị giữa họ với tổ chức. Khi doanh nghiệp duy trì được văn hóa tích cực, nhất quán (cách quản lý, cách phối hợp, mức độ ghi nhận, tinh thần học hỏi), ứng viên thường có xu hướng tin tưởng hơn, từ đó tăng tỷ lệ ứng tuyển và cải thiện chất lượng hồ sơ. Văn hóa cũng ảnh hưởng đến tiêu chí lựa chọn: nhiều doanh nghiệp đánh giá ứng viên dựa trên thái độ, phong cách làm việc, khả năng hòa nhập và tinh thần trách nhiệm, vì đây là các yếu tố quyết định việc làm việc hiệu quả trong tập thể.

Nếu văn hóa thể hiện sự thiếu tôn trọng, giao tiếp kém, áp lực quá mức hoặc kỳ vọng nội bộ không rõ ràng, quá trình tuyển dụng dễ gặp tình trạng khó thu hút ứng viên phù hợp, tăng tỷ lệ từ chối offer, hoặc nghỉ việc sớm sau khi nhận việc, làm phát sinh chi phí tuyển lại và ảnh hưởng hình ảnh nhà tuyển dụng trên thị trường.

Bản thân nhà tuyển dụng

Bản thân nhà tuyển dụng ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả tuyển dụng vì họ là điểm chạm quan trọng giữa doanh nghiệp và ứng viên trong suốt quá trình tiếp cận, trao đổi, phỏng vấn và tiếp nhận nhân sự mới.

Khi nhà tuyển dụng có chuyên môn vững, kỹ năng phỏng vấn tốt, giao tiếp lịch sự, đặt câu hỏi rõ ràng, phản hồi đúng hẹn và xử lý tình huống chuyên nghiệp, ứng viên thường hình thành ấn tượng tích cực, cảm thấy được tôn trọng. Nhờ vậy, doanh nghiệp có thể tăng tỷ lệ tham gia phỏng vấn, nâng tỷ lệ nhận việc, đồng thời cải thiện hình ảnh tuyển dụng qua truyền miệng và đánh giá trên các kênh tuyển dụng.

Nếu nhà tuyển dụng thiếu chuẩn bị, trao đổi mơ hồ, thái độ thiếu thiện chí, phản hồi chậm, bỏ sót thông tin hoặc im lặng sau phỏng vấn, trải nghiệm ứng viên dễ trở nên tiêu cực. Hệ quả thường thấy là giảm chất lượng ứng viên, tăng tỷ lệ từ chối offer, kéo dài thời gian tuyển dụng và làm suy giảm uy tín của doanh nghiệp trên thị trường lao động.

CHƯƠNG II: HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT

2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Viễn thông FPT

2.1.1 Giới thiệu về tổng Công ty Cổ phần Viễn thông FPT

2.1.1.1 Sứ mệnh, mục tiêu và giá trị cốt lõi

❖ *Tầm nhìn*

FPT Telecom mong muốn trở thành một tổ chức kiểu mới, giàu mạnh bằng nỗ lực sáng tạo trong khoa học kỹ thuật và công nghệ, làm khách hàng hài lòng, góp phần hưng thịnh quốc gia, đem lại cho mỗi thành viên của mình điều kiện phát triển tốt nhất và một cuộc sống đầy đủ về vật chất lẫn tinh thần.

❖ *Sứ mệnh*

Sứ mệnh tiên phong mang Internet, mang kết nối đến với người dân Việt Nam cùng mong muốn lớn lao mỗi gia đình Việt Nam đều sử dụng ít nhất một dịch vụ của Công ty, FPT Telecom đang nỗ lực thực thi Chiến lược “Mang đến trải nghiệm tuyệt vời cho khách hàng” trên cơ sở phát huy giá trị văn hóa cốt lõi “Lấy khách hàng làm trọng tâm” và nền tảng sức mạnh công nghệ FPT, từ đó tiên phong trở thành Nhà cung cấp dịch vụ số có trải nghiệm khách hàng vượt trội, tốt nhất tại Việt Nam.

❖ *Giá trị cốt lõi*

Những giá trị cốt lõi làm nên thành công và quy định tính chất nổi trội của thương hiệu FPT, được hình thành qua những ngày tháng gian khổ đầu tiên của Công ty, được xây dựng từ những kinh nghiệm và sự học hỏi, được tôi luyện qua những thử thách trong suốt quá trình phát triển.

“Tôn đối đồng” và “Chí gương sáng” là các giá trị tinh thần cốt lõi.

- **Tôn:** Tôn trọng – Là tôn trọng cá nhân, bao gồm: nói thẳng, lắng nghe và bao dung.
- **Đối:** Đối mới – Tinh thần đổi mới bao gồm học hành, sáng tạo và văn hóa STco.
- **Đồng:** Đồng đội – Là tin thần, bao gồm: Đồng tâm, tập thể và chân tình.
- **Chí:** Chí công – Là nền tảng quan trọng nhất để lãnh đạo xây dựng niềm tin trong nhân viên và để nhân viên làm việc hết mình thay vì xu nịnh lãnh đạo.
- **Gương:** Gương mẫu – Lãnh đạo phải là người thể hiện rõ nét nhất về tinh thần FPT, về giá trị của ba chữ “Tôn Đối Đồng”.
- **Sáng:** Sáng suốt – Là tầm nhìn xa và tính quyết đoán.

2.1.1.2. Lịch sử hình thành

Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Telecom là một trong những thành viên thuộc tập đoàn công nghệ hàng đầu Việt Nam FPT, Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (tên viết tắt FPT Telecom) là một trong những nhà cung cấp dịch vụ viễn thông và internet có uy tín và được khách hàng yêu mến tại Việt Nam và khu vực.

FPT Telecom được thành lập vào ngày 31/1/1997, ban đầu hoạt động dưới tên Trung tâm Dịch vụ Trực tuyến với sự góp mặt của 4 thành viên sáng lập. Công ty đã giới thiệu sản phẩm mạng internet đầu tiên tại Việt Nam mang tên “Trí tuệ Việt Nam – TTVN”, đây được xem là nền tảng quan trọng cho sự phát triển của internet tại Việt Nam sau này.

Tên pháp lý: CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT

Tên giao dịch quốc tế: FPT Telecom Join Stock Company

Tên viết tắt: FPT Telecom

Địa chỉ trụ sở chính: Tầng 2, tòa nhà FPT Cầu Giấy, phố Duy Tân, phường Dịch Vọng Hậu, quận Cầu Giấy, Hà Nội.

Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp: do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hà Nội cấp ngày 28/7/2005.

Website: www.fpt.vn

Logo Công ty:



Hình 2.1: Logo Công ty Cổ phần Viễn Thông FPT Telecom

Tiền thân của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (FPT Telecom) là Trung tâm FPT Internet (FOX), thành lập ngày 31 tháng 1 năm 1997 tại Hà Nội.

- Năm 1998: Là nhà cung cấp dịch vụ Internet đứng thứ 2 tại Việt Nam với - 31% thị phần.
- Năm 1999: Dịch vụ thiết kế và lưu trữ website của FPT Telecom cung cấp phát triển mới 13.000 thuê bao Internet.

- Năm 2001: Báo điện tử đầu tiên tại Việt Nam - Vnexpress.net ra đời vào ngày 26/2/2001 do FPT Telecom thành lập.
- Năm 2002: FPT Telecom đã trở thành nhà cung cấp kết nối Internet IXP
- Năm 2003: Trung tâm FPT Internet được chuyển đổi thành Công ty Truyền thông FPT (FPT communications) và thành lập chi nhánh tại TP HCM. Tháng 8/2003, được cấp giấy phép cung cấp dịch vụ ứng dụng Internet trong viễn thông OSP (Online Service Provider); cung cấp dịch vụ thẻ Internet Phone, Internet băng rộng tại Hà Nội và TP HCM
- Năm 2004: Mở thêm nhiều đường kết nối Internet quốc tế.
- Năm 2005: FPT Telecom được chuyển đổi thành Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (FPT Telecom).
- Năm 2006: Tiên phong cung cấp dịch vụ truy cập internet băng cáp tại Việt Nam. Bộ Bưu chính Viễn thông cấp giấy phép “Thiết lập mạng và cung cấp dịch vụ viễn thông, loại mạng viễn thông cố định trên phạm vi toàn quốc”.
- Năm 2007: Thành lập Công ty Cổ phần Dịch vụ Trực tuyến FPT (FPT Online).
- Năm 2008: Ngày 29/01/2008, FPT Telecom chính thức trở thành thành viên của Liên minh AAG, cùng tham gia đầu tư vào tuyến cáp quang biển quốc tế trên biển Thái Bình Dương.
- Năm 2009: FPT Telecom chính thức triển khai gói cước mới.
- Năm 2010: Công ty Viễn thông FPT Miền Trung, thuộc từ Tháng 1/2010 Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (FPT Telecom), chính thức được thành lập.
- Năm 2012: Đầu năm 2012, FPT Telecom đã đẩy mạnh mở rộng vùng phủ bằng việc mở 6 chi nhánh mới, tăng sự hiện diện lên con số 45 tỉnh thành trên toàn quốc...
- Năm 2013: Ra mắt dịch vụ truyền hình IPTV với thương hiệu Truyền hình FPT
- Năm 2014: Có mặt tại Myanmar. Là một trong những đơn vị dẫn đầu trong chuyển đổi IPV6. Triển khai chiến lược quang hóa trên phạm vi toàn quốc.
- Năm 2016: Khai trương Trung tâm dữ liệu chuẩn Uptime TIER III lớn nhất miền Nam. Được cấp phép triển khai thử nghiệm mạng 4G tại Việt Nam
- Năm 2017: Chính thức niêm yết trên sàn chứng khoán UPCOM. Ra mắt gói dịch vụ Internet tốc độ nhanh nhất Việt Nam SOC – 1Gbps.
- Năm 2018: Ra mắt Box truyền hình 4K, Voice remote

- Năm 2019: Ra mắt hàng loạt sản phẩm dịch vụ nổi bật: FPT Camera, iHome, HBO GO, Foxy, ...
- Năm 2020: Ra mắt nhiều sản phẩm lớn: Foxpay, F. safe, F. work, F. Drive, bộ giải mã FPT TV 4K FX6 của truyền hình FPT, cùng nhiều giải pháp hỗ trợ mùa dịch Covid 19.
- Năm 2021: Hợp nhất FPT Play và Truyền hình FPT thành Truyền hình FPT Play. Ra mắt sản phẩm FPT Play Box S, ra mắt giải pháp Camera SME cho doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Năm 2022: Ra mắt gói Lũ tích hợp công nghệ Wifi 6 và Bộ giải mã đầu tiên tại thị trường Việt Nam tích hợp hai công nghệ IPTV và OTT là Bộ FPT Play 2022. Khai trương 2 Data Center: Fornix HN02 và Fornix HCM01 với công suất 800 rack.
- Năm 2023: Ra mắt 3 gói cước dịch vụ FTTH Giga – Sky – Meta, mở bang thông không giới hạn cho khách hàng. Ra mắt tính năng F- SafeGo và gói cước F – Game dành cho game thủ ra mắt FPT Camera Play, FPT Camera IQ3, FPT Camera SE.

2.1.1.3. Lĩnh vực hoạt động

FPT Đà Nẵng hiện đang triển khai nhiều lĩnh vực hoạt động cốt lõi:

- Cung cấp hạ tầng mạng viễn thông cho dịch vụ Internet băng thông rộng
- Cung cấp sản phẩm và dịch vụ viễn thông – Internet cho cá nhân và doanh nghiệp
- Cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng trên Internet và thiết bị di động
- Dịch vụ tin nhắn, dữ liệu, nội dung giải trí trên mạng di động
- Cung cấp các trò chơi trực tuyến
- Thiết lập hạ tầng mạng và hệ thống viễn thông – Internet
- Xuất nhập khẩu thiết bị viễn thông và Internet

Những hoạt động này góp phần giúp khách hàng tiếp cận những giải pháp công nghệ hiện đại, ổn định và an toàn.

2.1.2. Giới thiệu về Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – Chi nhánh Đà Nẵng

2.1.2.1. Giới thiệu chung

FPT Telecom Đà Nẵng là đơn vị thành viên trực thuộc Công ty cổ phần Viễn thông FPT - FPT Telecom. Được thành lập vào ngày 10/04/2009, văn phòng giao dịch của chi nhánh Đà Nẵng ở 909 Ngô Quyền, phường An Hải Đông, quận Sơn Trà, thành phố Đà Nẵng.

Số điện thoại: 84-24-7300 2222

Fax: 84-24-3795 0047

Website: <http://www.fpt.vn/>

Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp: Số 0101778163 ngày 09 tháng 10 năm 2014 do Sở kế hoạch và Đầu tư Hà Nội cấp.

- Tháng 01/2010: FPT Telecom mở rộng phạm vi hoạt động trên toàn miền Trung, hướng tới mục tiêu mang đến cho khách hàng nhiều lựa chọn hơn về các dịch vụ viễn thông chất lượng cao.
- Năm 2013: Chi nhánh FPT tại Đà Nẵng nằm trong số bốn đơn vị xuất sắc hoàn thành cả bốn chỉ tiêu do tổng Công ty đề ra.
- Năm 2014: Sau 5 năm có mặt tại Đà Nẵng, FPT Telecom đã khẳng định vị thế vững chắc trên thị trường, giữ vị trí thứ hai về thị phần Internet vào thời điểm kỷ niệm 5 năm thành lập.
- Năm 2018: Đây là một năm ghi dấu sự thành công của chi nhánh khi đạt được nhiều thành tựu quan trọng, tiếp tục mở rộng thị trường và phát triển mạnh mẽ các dịch vụ.

2.1.2.2. Các thiết bị bán hàng công ty cung cấp

FPT Đà Nẵng cung cấp hệ sinh thái dịch vụ viễn thông, công nghệ toàn diện, phục vụ đa dạng nhu cầu của cá nhân, hộ gia đình và doanh nghiệp. Tất cả dịch vụ đều được triển khai trên hạ tầng cáp quang hiện đại, trung tâm dữ liệu đạt chuẩn và hệ thống kỹ thuật chuyên nghiệp.

❖ Internet FPT

Internet FPT là một trong những dịch vụ chủ lực với khả năng đáp ứng ổn định cho nhiều mục đích sử dụng:

- Tốc độ truyền tải nhanh và ổn định, phù hợp học tập, làm việc từ xa, giải trí, livestream...
- Hạ tầng cáp quang phủ rộng toàn Đà Nẵng, giúp kết nối mạnh mẽ, ít nhiễu và độ trễ thấp.
- Hệ thống giám sát mạng tự động, đảm bảo đường truyền hoạt động liên tục 24/7.
- Đội ngũ kỹ thuật hỗ trợ tận nơi khi cần thiết.
- Internet FPT hướng đến sự an toàn, ổn định và trải nghiệm mượt mà cho người dùng.

❖ Truyền hình

Truyền hình FPT không chỉ cung cấp nội dung phong phú mà còn tích hợp nhiều tính năng công nghệ nổi bật:

- Kho nội dung đa dạng gồm phim truyện, chương trình thiếu nhi, thể thao, giải trí.
- Tính năng xem lại chương trình, tìm kiếm bằng giọng nói, và nhiều tiện ích thông minh.
- Hình ảnh sắc nét, nội dung bản quyền, hạn chế giật lag.
- Giao diện thân thiện phù hợp mọi độ tuổi trong gia đình.
- Đây là giải pháp giải trí hiện đại dành cho những hộ gia đình mong muốn trải nghiệm chất lượng cao.

❖ Camera FPT

Camera FPT ứng dụng nền tảng lưu trữ đám mây, phù hợp giám sát nhà ở, văn phòng, cửa hàng:

- Hình ảnh chuẩn HD/Full HD cho chất lượng quan sát rõ nét.
- Lưu trữ dữ liệu trên cloud an toàn, không sợ mất thẻ nhớ.
- Theo dõi trực tiếp qua điện thoại mọi lúc, mọi nơi.
- Cảnh báo thông minh khi có chuyển động bất thường.

Giải pháp giúp khách hàng yên tâm hơn trong việc bảo vệ tài sản và giám sát không gian sống.

2.1.2.3. Cơ cấu tổ chức



Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức tại Công ty FPT Telecom Đà Nẵng

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự)

Sơ đồ cơ cấu tổ chức của FPT Telecom Đà Nẵng được xây dựng theo mô hình phân cấp rõ ràng, với Ban điều hành chi nhánh giữ vai trò quản lý, điều phối chung các hoạt động. Các khối chức năng được phân chia tương đối đầy đủ, bao gồm khối Kinh doanh, khối Kỹ thuật, khối Dịch vụ khách hàng và khối Tổng hợp, qua đó thể hiện sự chuyên môn hóa trong từng lĩnh vực hoạt động. Cách tổ chức này giúp doanh nghiệp dễ dàng kiểm soát công việc, phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng bộ phận và nâng cao hiệu quả phối hợp giữa các phòng ban. Tuy nhiên, với cơ cấu phân cấp nhiều bộ phận, việc trao đổi thông tin và phối hợp liên phòng ban đòi hỏi phải có quy trình rõ ràng để tránh chồng chéo hoặc chậm trễ trong xử lý công việc hành chính và nhân sự.

2.1.2.4. Chức năng các phòng ban

Cơ cấu tổ chức của FPT Telecom Đà Nẵng được chia thành 5 bộ phận chính, bao gồm Ban Điều Hành và 4 khối chức năng: Khối Kinh Doanh, Khối Kỹ Thuật, Khối Dịch Vụ Khách Hàng (DVKH) và Khối Tổng Hợp. Mỗi khối có các phòng ban và bộ phận phụ trách những nhiệm vụ cụ thể để đảm bảo vận hành hiệu quả toàn bộ hệ thống.

❖ *Ban điều hành Đà Nẵng:* Đây là bộ phận lãnh đạo cao nhất của chi nhánh. Ban lãnh đạo chi nhánh bao gồm Giám đốc chi nhánh và Phó giám đốc chi nhánh, sẽ đưa ra các chiến lược phát triển, định hướng hoạt động của toàn chi nhánh, đồng thời giám sát và điều phối các khối chức năng.

❖ *Khối kinh doanh:* Chịu trách nhiệm tìm kiếm khách hàng, phát triển thị trường, mở rộng độ phủ của dịch vụ FPT Telecom. Bao gồm các phòng ban sau:

- Phòng KD 1, KD 2, KD 3, KD 4, KD 5, KD 6: Phụ trách kinh doanh và phát triển khách hàng tại các khu vực khác nhau.
- Phòng Đầu tư và Phát triển dự án: Nghiên cứu, lập kế hoạch đầu tư, mở rộng hạ tầng và phát triển các dự án kinh doanh mới.

❖ *Khối kỹ thuật:* Chịu trách nhiệm về vận hành, bảo trì và phát triển hạ tầng kỹ thuật, bao gồm:

- Phòng Kỹ thuật 1, Kỹ thuật 2: Chuyên về lắp đặt, bảo trì dịch vụ Internet, truyền hình, camera cho khách hàng.
- Phòng Kỹ thuật Hạ tầng: Quản lý, nâng cấp hạ tầng mạng viễn thông (cáp quang, trạm phát sóng, thiết bị kỹ thuật).

❖ *Khối dịch vụ khách hàng*: Khối này chuyên hỗ trợ khách hàng, giải quyết các vấn đề liên quan đến dịch vụ, giúp nâng cao trải nghiệm người dùng. Khối dịch vụ khách hàng bao gồm phòng DVKH 1 và DVKH 2.

❖ *Khối tổng hợp*: Hỗ trợ các hoạt động vận hành nội bộ, bao gồm:

- BP. HCNS (Hành chính - Nhân sự): Tuyển dụng, đào tạo, quản lý nhân sự.
- BP. FAF (Tài chính - Kế toán): Quản lý tài chính, kế toán, thu chi của chi nhánh.

2.2. Phân tích môi trường ảnh hưởng đến hoạt động tuyển dụng của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – Chi nhánh Đà Nẵng

2.2.1. Môi trường vĩ mô

2.2.1.1. Môi trường kinh tế

Trong năm 2025, môi trường kinh tế Việt Nam tiếp tục duy trì sự phục hồi mạnh mẽ và tăng trưởng tương đối cao so với các nước trong khu vực, tạo nền tảng thuận lợi cho các ngành dịch vụ, trong đó có viễn thông và công nghệ số. Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê Việt Nam, GDP 9 tháng đầu năm 2025 tăng 7,85% so với cùng kỳ, trong đó khu vực dịch vụ tăng 8,49%, phản ánh vai trò ngày càng lớn của chi tiêu tiêu dùng và dịch vụ trong cơ cấu tổng sản phẩm quốc nội.

Giai đoạn 2023–2025, nền kinh tế Việt Nam duy trì đà phục hồi và tăng trưởng tích cực, tạo điều kiện thuận lợi cho các ngành dịch vụ, viễn thông và công nghệ số phát triển. GDP cả nước tăng khoảng 5,05% năm 2023, 7,09% năm 2024 và tiếp tục duy trì mức tăng cao trong năm 2025. Cùng với đó, quá trình chuyển đổi số, học tập trực tuyến, làm việc từ xa và nhu cầu sử dụng internet ngày càng gia tăng đã thúc đẩy thị trường viễn thông phát triển mạnh.

Tại Đà Nẵng, kinh tế địa phương cũng có nhiều chuyển biến tích cực. GRDP thành phố tăng trưởng ổn định qua các năm, đặc biệt năm 2025 đạt khoảng 9,18%, cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ của hoạt động sản xuất, kinh doanh và dịch vụ. Sự phát triển của kinh tế số, thương mại điện tử và du lịch đã làm gia tăng nhu cầu sử dụng các dịch vụ internet, truyền hình và giải pháp công nghệ, tạo điều kiện thuận lợi cho FPT Telecom Đà Nẵng mở rộng hoạt động kinh doanh.

➤ Môi trường kinh tế giai đoạn 2023–2025 nhìn chung thuận lợi cho sự phát triển của FPT Telecom Đà Nẵng khi nền kinh tế duy trì tăng trưởng tích cực và nhu cầu chuyển đổi số ngày càng cao. Đây là cơ sở để doanh nghiệp mở rộng thị trường, gia tăng nhu cầu tuyển dụng và phát triển nguồn nhân lực kinh doanh.

2.2.1.2. Môi trường nhân khẩu học

Thành phố Đà Nẵng là một trong những đô thị phát triển năng động của Việt Nam với tỷ lệ dân cư trẻ, trình độ học vấn cao và lực lượng lao động lớn. Theo số liệu thống kê gần nhất của Tổng cục Thống kê và UBND TP. Đà Nẵng, dân số thành phố đang tăng đều hàng năm, trong đó tỷ lệ người từ 15–49 tuổi chiếm phần lớn, là nhóm có nhu cầu sử dụng Internet, dịch vụ trực tuyến và công nghệ cao.

Đà Nẵng thu hút một lượng lớn sinh viên, chuyên gia và lao động từ các tỉnh khác đến học tập, làm việc và sinh sống do chất lượng giáo dục và môi trường sống được đánh giá cao. Nhóm dân cư này có xu hướng sử dụng công nghệ mới, ứng dụng di động, dịch vụ trực tuyến và Internet tốc độ cao như hoạt động học tập, làm việc từ xa, giải trí số. Đây là một thị trường mục tiêu hấp dẫn mà FPT Telecom Đà Nẵng có thể khai thác hiệu quả.

Môi trường nhân khẩu học tại Đà Nẵng với dân số trẻ, trình độ học vấn cao và nhu cầu sử dụng dịch vụ Internet lớn là điều kiện thuận lợi đặc biệt cho hoạt động phát triển dịch vụ của FPT Telecom. Đồng thời, doanh nghiệp cần thích ứng với sự phân hóa nhu cầu và mức chi trả của các nhóm khách hàng khác nhau để duy trì lợi thế cạnh tranh.

2.2.1.3. Môi trường chính trị - pháp luật

FPT vẫn có thể đối mặt với những rủi ro nhất định nếu các chính sách vi mô của Nhà nước thay đổi, đặc biệt là các chính sách liên quan đến quản lý viễn thông, đầu tư công nghệ và chiến lược phát triển công nghệ thông tin quốc gia. Những thay đổi này có thể ảnh hưởng đến định hướng phát triển dài hạn, trong đó có chiến lược mở rộng và toàn cầu hóa của Tập đoàn FPT.

Ngoài ra, Nghị định 163/2024/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật Viễn thông với nhiều quy định chi tiết về đăng ký, quản lý và trách nhiệm của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông, bao gồm cả các dịch vụ mới như cloud và OTT. Điều này giúp tạo ra quy định pháp lý cụ thể hơn để thúc đẩy cạnh tranh và phát triển thị trường nhưng cũng buộc doanh nghiệp phải cập nhật và tuân thủ kịp thời.

➤ Bên cạnh đó, nếu Nhà nước điều chỉnh chiến lược phát triển công nghệ thông tin và chuyển đổi số, ưu tiên cho các mô hình hoặc doanh nghiệp khác, FPT Telecom có thể chịu tác động về thị phần và số lượng khách hàng. Do đó, doanh nghiệp cần thường xuyên theo dõi và thích ứng kịp thời với các quy định pháp luật và định hướng phát triển của Nhà nước để hạn chế rủi ro và duy trì lợi thế cạnh tranh.

2.2.1.4. Môi trường văn hóa – xã hội

Trong những năm gần đây, môi trường văn hóa - xã hội tại Việt Nam và thành phố Đà Nẵng có nhiều thay đổi tích cực, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của doanh nghiệp viễn thông. Việt Nam có cơ cấu dân số trẻ và tỉ lệ người dùng Internet cao, đặc biệt là tại các đô thị như Đà Nẵng, nơi nhu cầu sử dụng Internet tốc độ cao cho học tập, làm việc trực tuyến, kinh doanh online và giải trí số trở nên phổ biến hơn. Theo báo cáo Digital 2025, tỷ lệ người dùng Internet và sử dụng các nền tảng số tại Việt Nam chiếm phần lớn dân số, cho thấy thói quen tiêu dùng số hóa ngày càng mạnh.

Thực tế tại Đà Nẵng, nhiều khu đô thị, chung cư, cửa hàng và doanh nghiệp vừa & nhỏ đang mở rộng hoạt động, từ đó tăng nhu cầu lắp đặt Internet cáp quang, dịch vụ truyền hình số và các giải pháp công nghệ. Đây là thị trường trọng điểm mà FPT Telecom Đà Nẵng đang tập trung khai thác. Theo quan sát hoạt động thực tế tại chi nhánh, đội ngũ kỹ thuật và kinh doanh thường xuyên tiếp nhận yêu cầu nâng cấp tốc độ đường truyền, triển khai các gói dịch vụ tốc độ cao, và cung cấp giải pháp Internet dành cho khách hàng doanh nghiệp nhỏ - vừa tại Đà Nẵng, phù hợp với nhu cầu thị trường hiện nay.

➤ Môi trường văn hóa - xã hội cũng đặt ra yêu cầu cao hơn về chất lượng dịch vụ, phản hồi kỹ thuật và chăm sóc khách hàng. Khách hàng hiện nay không chỉ quan tâm đến giá cước mà còn đánh giá dựa trên “trải nghiệm sử dụng thực tế” và tốc độ xử lý sự cố. Điều này buộc FPT Telecom Đà Nẵng không ngừng hoàn thiện quy trình hỗ trợ, cải thiện dịch vụ sau bán hàng và phát triển các sản phẩm phù hợp với hành vi tiêu dùng số ngày càng nâng cao.

2.2.1.5. Môi trường công nghệ

Trong bối cảnh hiện nay, môi trường công nghệ tại Việt Nam phát triển rất nhanh và tạo nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp viễn thông, bao gồm cả FPT Telecom Đà Nẵng. Hạ tầng số và ứng dụng công nghệ mới không chỉ được thúc đẩy bởi các doanh nghiệp mà còn là chính sách quốc gia ưu tiên chuyển đổi số, hạ tầng Internet và công nghệ cao.

Trước hết, Việt Nam đang đầu tư mạnh vào hạ tầng viễn thông thế hệ mới như 5G, cáp quang cố định và IPv6. Mục tiêu đến năm 2025 là phủ sóng 5G rộng khắp và đạt tỷ lệ Internet băng rộng cao hơn mức trung bình khu vực, trong đó tỷ lệ phủ cáp quang FTTH và IPv6 tăng nhanh, giúp Internet nhanh và ổn định hơn cho người dùng

và doanh nghiệp. Điều này tạo môi trường thuận lợi để FPT Telecom mở rộng dịch vụ và nâng cao chất lượng mạng cáp quang tại Đà Nẵng.

Xu hướng công nghệ tại Việt Nam cũng thể hiện rõ ở việc công nghệ số đã được ứng dụng sâu rộng trong các lĩnh vực khác nhau, từ dịch vụ công trực tuyến tới doanh nghiệp và giáo dục. Chuyển đổi số được quan tâm đặc biệt trong các chiến lược phát triển quốc gia, tạo nền tảng vững chắc để các doanh nghiệp như FPT Telecom phát triển các dịch vụ công nghệ mới (ví dụ: cloud, IoT, AI, dữ liệu lớn) gắn với Internet tốc độ cao.

➤ Môi trường công nghệ tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, với hạ tầng viễn thông hiện đại, chiến lược chuyển đổi số quốc gia, và sự xuất hiện ngày càng nhiều công nghệ mới (5G, cloud, AI, IoT). Đây là cơ hội lớn để FPT Telecom Đà Nẵng tăng cường chất lượng dịch vụ, triển khai công nghệ tiên tiến và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Đồng thời, doanh nghiệp cần theo sát xu hướng công nghệ để duy trì lợi thế cạnh tranh trong ngành.

2.2.1.6. Môi trường tự nhiên

Môi trường tự nhiên tại Đà Nẵng là một yếu tố vĩ mô tác động gián tiếp đến hoạt động của FPT Telecom, dù doanh nghiệp không phụ thuộc trực tiếp vào tài nguyên thiên nhiên. Đà Nẵng thuộc khu vực khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa, với hai mùa rõ rệt: mùa khô từ tháng 1 đến tháng 8 và mùa mưa từ tháng 9 đến tháng 12. Khu vực này có lượng mưa trung bình năm lớn (hơn 2.000 mm) và độ ẩm không khí cao trên 80%, đặc trưng cho khí hậu nhiệt đới gió mùa tại miền Trung Việt Nam.

Khí hậu nhiệt đới cùng với vị trí ven biển khiến Đà Nẵng thường chịu ảnh hưởng của bão, áp thấp nhiệt đới và mưa lớn vào mùa mưa, gây ra nguy cơ ngập úng và ảnh hưởng tới hạ tầng kỹ thuật. Các hiện tượng thời tiết cực đoan như mưa lớn và gió mạnh có thể gây hư hỏng cáp quang, thiết bị mạng ngoài trời, trạm phát sóng, dẫn đến gián đoạn dịch vụ nếu không có phương án phòng chống và xử lý kịp thời.

Tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường và tiết kiệm năng lượng đang trở thành yêu cầu bắt buộc đối với các doanh nghiệp tại Việt Nam. FPT Telecom cần đảm bảo các hoạt động của mình tuân thủ các quy định về xử lý chất thải thiết bị điện tử, giảm phát thải và tăng hiệu quả sử dụng năng lượng trong các trung tâm dữ liệu và trạm mạng, phù hợp với xu hướng phát triển bền vững hiện nay.

➤ Môi trường tự nhiên tại Đà Nẵng không trực tiếp quyết định hoạt động kinh doanh của FPT Telecom, nhưng các yếu tố như khí hậu, thời tiết cực đoan, biến đổi khí hậu và yêu cầu bảo vệ môi trường đều có thể ảnh hưởng đến chi phí vận hành, độ ổn định dịch vụ và trách nhiệm tuân thủ pháp luật. Do đó, doanh nghiệp cần xây dựng các phương án quản trị rủi ro tự nhiên phù hợp để đảm bảo hoạt động liên tục và bền vững.

2.2.2. Môi trường vi mô

2.2.2.1. Khách hàng

Khách hàng là yếu tố quan trọng nhất trong môi trường vi mô, tác động trực tiếp đến chiến lược kinh doanh, chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh của FPT Telecom Đà Nẵng. Dựa trên đặc điểm nhu cầu và hành vi tiêu dùng, khách hàng của chi nhánh được chia thành hai nhóm chính: khách hàng tổ chức và khách hàng cá nhân.

❖ Khách hàng tổ chức

Khách hàng tổ chức gồm các doanh nghiệp, cơ quan, cửa hàng, văn phòng, khách sạn, hệ thống chuỗi... là nhóm có giá trị hợp đồng lớn và kỳ vọng dịch vụ cao. Theo xu hướng thị trường 2025, nhu cầu Internet tốc độ cao và hệ thống số hoá hoạt động doanh nghiệp ngày càng tăng mạnh tại các đô thị như Đà Nẵng nhờ sự phát triển của thương mại điện tử, ứng dụng dữ liệu trực tuyến và hội nghị trực tuyến. Trong bối cảnh đó:

- Tốc độ Internet cố định tại Việt Nam đã đạt mức tăng trưởng liên tiếp và ghi nhận tốc độ tải xuống trung bình 187,43–224,2 Mbps trong năm 2025, cao hơn nhiều so với trước đây, giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn trong mạng nội bộ, hệ thống POS, hội họp trực tuyến và xử lý dữ liệu lớn.

- Hạ tầng băng rộng được nâng cấp hai chiều (bao gồm công nghệ GPON, XGS-PON và Wi-Fi 6/7) giúp ổn định và mở rộng dịch vụ cho nhiều thiết bị cùng lúc, phù hợp với nhu cầu vận hành Công ty, showroom, chuỗi cửa hàng...

- FPT Telecom cũng triển khai nhiều gói dịch vụ chuyên biệt cho doanh nghiệp, như gói “Super300 Biz”, “Super500 Biz Plus” với đăng ký modem chất lượng cao, tốc độ từ 300–500 Mbps, có tùy chọn IP tĩnh và thiết bị mạng phù hợp doanh nghiệp nhỏ – vừa.

➤ Khách hàng tổ chức tại Đà Nẵng yêu cầu độ ổn định dịch vụ, bảo mật, tốc độ cao và hỗ trợ kỹ thuật kịp thời để vận hành tốt các hệ thống số. FPT Telecom có lợi thế khi cung cấp công nghệ băng rộng tiên tiến, nhiều gói chuyên cho doanh nghiệp và dịch vụ hỗ trợ đa dạng, đáp ứng được yêu cầu này.

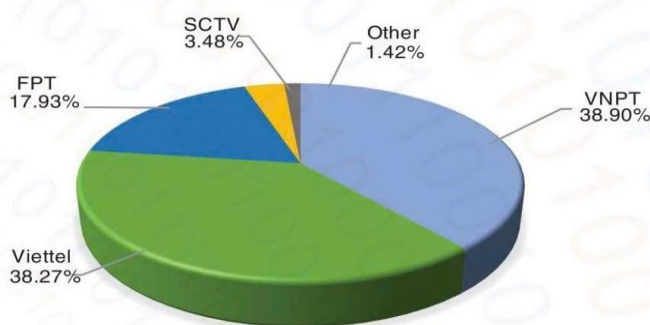
❖ Khách hàng cá nhân

Khách hàng cá nhân là nhóm người dùng phổ biến nhất, bao gồm hộ gia đình, sinh viên, người lao động tự do, chủ hộ trợ, người sử dụng Internet cho học tập – giải trí – làm việc online. Xu hướng của năm 2025 thể hiện:

- Nhu cầu truy cập Internet tốc độ cao cho học tập, họp trực tuyến, livestream, giải trí 4K/8K, chơi game online trở nên phổ biến khi mạng quốc gia phát triển vượt bậc. Mức độ phổ cập Internet tại Việt Nam đã đạt gần 80% dân số và tiếp tục mở rộng.
- FPT Telecom bắt kịp nhu cầu này bằng việc nâng tốc độ băng thông tối thiểu của các gói phổ biến lên 300 Mbps trở lên từ tháng 4/2025, giúp khách hàng cá nhân trải nghiệm Internet mượt mà hơn mà không phát sinh thêm chi phí.
- Khách hàng cá nhân còn hưởng lợi từ các gói cước đa dạng, combo Internet + Truyền hình + FPT Play, ưu đãi khuyến mãi Tết 2025, thu hút lượng lớn người dùng đăng ký mới và duy trì.

Nhóm khách hàng cá nhân tại Đà Nẵng có nhu cầu mạnh mẽ về tốc độ và trải nghiệm Internet đa nhiệm, đặc biệt là lứa tuổi trẻ (sinh viên, gia đình trẻ). FPT Telecom đáp ứng tốt nhờ nâng cấp băng thông, đa dạng gói cước và chương trình ưu đãi, từ đó giữ chân khách hàng và thu hút thuê bao mới hiệu quả.

2.2.2.2. Đối thủ cạnh tranh



Hình 2.3: Cơ cấu thị phần Internet băng rộng cố định tại Việt Nam

(Nguồn: MIC)

Theo số liệu thị phần thuê bao Internet băng rộng cố định, VNPT (38,90%) và Viettel (38,27%) hiện là hai đối thủ cạnh tranh lớn nhất của FPT Telecom trên thị trường, chiếm gần 77% tổng thị phần. Cả hai doanh nghiệp này đều có lợi thế về hạ tầng mạng lưới rộng, độ phủ cao và lượng khách hàng truyền thống lớn, đặc biệt mạnh ở phân khúc khách hàng tổ chức, cơ quan nhà nước và doanh nghiệp quy mô lớn. Điều này tạo áp

lực cạnh tranh trực tiếp lên FPT Telecom Đà Nẵng, nhất là trong việc giữ chân và mở rộng nhóm khách hàng tổ chức.

PT Telecom hiện chiếm khoảng 17,93% thị phần, đứng thứ ba trên thị trường. Mặc dù thị phần thấp hơn hai đối thủ dẫn đầu, FPT Telecom vẫn giữ vai trò là đối thủ cạnh tranh quan trọng, đặc biệt ở phân khúc khách hàng cá nhân, hộ gia đình và doanh nghiệp vừa và nhỏ. So với VNPT và Viettel, FPT Telecom có lợi thế về chất lượng dịch vụ, tốc độ Internet ổn định, dịch vụ giá trị gia tăng như truyền hình FPT Play, camera FPT và chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, thị phần hiện tại cũng cho thấy FPT Telecom chịu áp lực lớn trong việc mở rộng thuê bao mới và cạnh tranh về giá.

Bên cạnh đó, SCTV (3,48%) và các nhà cung cấp khác (1,42%) chiếm tỷ trọng nhỏ trong thị trường. Nhóm đối thủ này chủ yếu cạnh tranh bằng giá rẻ, tập trung vào một số khu vực hoặc phân khúc khách hàng cụ thể như sinh viên, người thuê trọ. Mặc dù không gây áp lực lớn về thị phần, nhưng nhóm này vẫn ảnh hưởng nhất định đến phân khúc khách hàng nhạy cảm về giá, vốn là nhóm khách hàng mà FPT Telecom Đà Nẵng đang khai thác.

➤ Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt với VNPT và Viettel tại thị trường Đà Nẵng, FPT Telecom Đà Nẵng lựa chọn chiến lược cạnh tranh dựa trên chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng thay vì chạy đua về quy mô hay giá cước. Thực tế tại đơn vị cho thấy công ty tập trung mạnh vào phân khúc khách hàng cá nhân và doanh nghiệp vừa - nhỏ, thông qua việc nâng cấp tốc độ đường truyền, đa dạng gói cước và cải thiện dịch vụ chăm sóc khách hàng. Đây là hướng đi phù hợp với đặc điểm đô thị trẻ, nhu cầu sử dụng Internet cao và sự linh hoạt trong hành vi tiêu dùng của khách hàng tại Đà Nẵng, góp phần giúp FPT Telecom duy trì lợi thế cạnh tranh trước các đối thủ lớn trên địa bàn.

Tên Công Ty	Điểm mạnh	Điểm yếu
VNPT (38,90%)	- Hạ tầng viễn thông lâu đời, phủ sóng rộng khắp cả nước - Uy tín thương hiệu mạnh, đặc biệt trong khối cơ quan nhà nước và tổ chức công - Tập khách hàng tổ chức lớn, ổn định	- Quy trình phục vụ còn mang tính hành chính, thiếu linh hoạt - Chăm sóc khách hàng chưa cá nhân hóa - Thời gian xử lý sự cố tại một số khu vực còn chậm

Viettel (38,27%)	- Nguồn lực tài chính và công nghệ rất mạnh - Khả năng triển khai hạ tầng nhanh, phạm vi phủ rộng đến vùng sâu vùng xa - Giá cước và chương trình khuyến mãi cạnh tranh	- Chất lượng dịch vụ chưa đồng đều giữa các khu vực - Chăm sóc khách hàng chưa chuyên sâu, cá nhân hóa thấp - Có tình trạng quá tải vào giờ cao điểm
FPT (17,98%)	- Chất lượng đường truyền Internet ổn định, tốc độ cao - Dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt, linh hoạt - Chính sách bán hàng và gói cước đa dạng, dễ tiếp cận khách hàng trẻ	- Thị phần thấp hơn so với VNPT và Viettel - Độ phủ hạ tầng chưa đồng đều ở một số khu vực ngoại thành

Bảng 2.1: So sánh các đối thủ cạnh tranh chính của FPT Telecom

2.2.2.3. Nhà cung cấp

Trong hoạt động kinh doanh viễn thông, nhà cung cấp đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ, tiến độ triển khai và khả năng cạnh tranh của FPT Telecom Đà Nẵng. Hiện nay, các nhà cung cấp của FPT Telecom có thể chia thành 4 nhóm chính:

Nhà cung cấp thiết bị hạ tầng viễn thông

Đây là nhóm nhà cung cấp quan trọng nhất, cung cấp các thiết bị cốt lõi để vận hành mạng Internet cáp quang. Chất lượng thiết bị từ các nhà cung cấp này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm Internet của khách hàng tại Đà Nẵng.

- Huawei, ZTE: Cung cấp thiết bị mạng lõi và mạng truy nhập như OLT, ONT, switch, thiết bị GPON. Đây là các thiết bị quyết định trực tiếp đến tốc độ, độ ổn định và khả năng mở rộng mạng lưới.

- Cisco, Ciena: Cung cấp thiết bị mạng backbone, truyền dẫn quang, định tuyến và tối ưu lưu lượng. Các thiết bị này giúp đảm bảo kết nối liên tỉnh, quốc tế ổn định, giảm nghẽn mạng trong giờ cao điểm.

Nhà cung cấp thiết bị đầu cuối cho khách hàng

Thiết bị đầu cuối ảnh hưởng đến chất lượng Wi-Fi trong nhà, độ hài lòng của khách hàng và chi phí bảo hành, bảo trì với các thiết bị được lắp đặt trực tiếp tại nhà khách hàng hoặc doanh nghiệp.

- TP-Link, Totolink, Nokia, Huawei: Cung cấp modem, router Wi-Fi, thiết bị ONT cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

- Các đối tác sản xuất camera (OEM theo tiêu chuẩn FPT): Cung cấp camera giám sát FPT, tích hợp lưu trữ đám mây và phần mềm quản lý riêng của FPT Telecom.

Nhà cung cấp nội dung và giải pháp dịch vụ số

Các nhà cung cấp không chỉ bán Internet, mà còn cung cấp giải pháp công nghệ tổng thể, giúp FPT Telecom đa dạng hóa dịch vụ, đặc biệt với khách hàng tổ chức.

- Các đối tác cung cấp nội dung truyền hình: Cung cấp kênh truyền hình trong nước, quốc tế, nội dung VOD cho dịch vụ FPT Play.

- Cloudflare: Cung cấp giải pháp bảo mật mạng, chống DDoS, tối ưu tốc độ truy cập website cho khách hàng doanh nghiệp.

- AWS (Amazon Web Services): Là đối tác hạ tầng điện toán đám mây, phục vụ các dịch vụ cloud, lưu trữ dữ liệu và giải pháp CNTT cho doanh nghiệp.

Nhà cung cấp dịch vụ thi công và hạ tầng địa phương

Trong quá trình triển khai và vận hành dịch vụ tại thị trường Đà Nẵng, FPT Telecom hợp tác với các đơn vị thi công cáp quang, kéo cáp và bảo trì tuyến mạng trên địa bàn, đồng thời làm việc với các đối tác cung cấp vật tư phụ trợ như cáp quang, hộp phối quang và các phụ kiện kỹ thuật đi kèm. Đây là nhóm nhà cung cấp có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ công ty thực hiện lắp đặt mới, sửa chữa và bảo trì đường truyền cho khách hàng. Thực tế cho thấy, chất lượng thi công và khả năng cung ứng vật tư của các đơn vị này ảnh hưởng trực tiếp đến thời gian lắp đặt dịch vụ, tốc độ xử lý sự cố cũng như chất lượng dịch vụ sau bán. Đặc biệt, trong các giai đoạn cao điểm hoặc khi điều kiện thời tiết không thuận lợi, sự phối hợp hiệu quả với các nhà cung cấp này giúp FPT Telecom Đà Nẵng duy trì hoạt động ổn định và đảm bảo trải nghiệm cho khách hàng.

2.3. Nguồn lực của doanh nghiệp

2.3.1. Cơ sở vật chất

Ngày 30/9/2024, FPT Telecom Đà Nẵng chính thức đưa vào hoạt động trụ sở văn phòng mới tại Lô A4-1, Khu đô thị Công nghệ FPT Đà Nẵng, phường Hòa Hải, quận Ngũ Hành Sơn. Công trình gồm 4 tầng, tổng diện tích sàn 1.793 m², được đầu tư xây dựng khang trang, trang bị cơ sở vật chất và thiết bị hiện đại. Đặc biệt, trụ sở tích hợp Trung tâm Dữ liệu (Data Center) đạt tiêu chuẩn cao, đáp ứng tốt yêu cầu về an toàn và bảo mật thông tin. Bên cạnh đó, hệ thống trang thiết bị tại chi nhánh được bố trí đồng

bộ, góp phần nâng cao hiệu quả làm việc, tối ưu quy trình vận hành và cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng.

STT	Tên loại	Số lượng	Đơn vị tính
1	Máy tính bàn	228	Cái
2	Điện thoại bàn	53	Cái
3	Máy in	10	Cái
4	Máy scan	2	Cái
5	Điều hòa	16	Cái
6	Tivi	3	Cái
7	Camera	35	Cái
8	Máy chiếu	2	Cái
9	Bàn làm việc	143	Cái
10	Ghế làm việc	380	Cái
11	Bàn tiếp khách	5	Cái
12	Ghế tiếp khách	20	Cái
13	Tủ đựng đồ	68	Cái
14	Ô tô	1	Cái

Bảng 2.2: Bảng thống kê cơ sở vật chất tại FPT Telecom Đà Nẵng năm 2025

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự)

Nhận xét: Qua bảng thống kê có thể thấy cơ sở vật chất của FPT Telecom Đà Nẵng được đầu tư khá đầy đủ và đồng bộ, đáp ứng tốt nhu cầu làm việc, vận hành và chăm sóc khách hàng. Các trang thiết bị văn phòng như máy tính, bàn ghế, điện thoại bàn có số lượng lớn, phù hợp với quy mô nhân sự hiện tại. Bên cạnh đó, việc trang bị điều hòa, tivi, máy chiếu và ô tô phục vụ công tác cho thấy doanh nghiệp quan tâm đến môi trường làm việc và hiệu quả hoạt động. Nhìn chung, cơ sở vật chất hiện đại là yếu tố góp phần nâng cao năng suất lao động và chất lượng dịch vụ của công ty.

2.3.2 Nguồn nhân lực

FPT Telecom luôn chú trọng xây dựng đội ngũ nhân sự có trình độ chuyên môn, tác phong làm việc chuyên nghiệp, chủ động và sáng tạo. Tại chi nhánh Đà Nẵng, lực lượng lao động được bố trí hợp lý ở các bộ phận như kỹ thuật, kinh doanh, chăm sóc

khách hàng và các phòng ban hỗ trợ, đáp ứng yêu cầu hoạt động và phát triển của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, công ty thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, kỹ năng làm việc và khả năng thích ứng với môi trường làm việc hiện đại. Việc đầu tư phát triển nguồn nhân lực góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động, chất lượng dịch vụ và đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

STT	PHÒNG BAN	CHỨC VỤ	SỐ LƯỢNG	GIỚI TÍNH		TRÌNH ĐỘ	ĐỘ TUỔI
				NAM	NỮ		
1	Ban lãnh đạo	Giám đốc	2	2	0	Đại học, sau đại học	37 - 40
2	Phòng ban Kinh doanh	Trưởng Phòng	6	4	2	Đại học	30 - 40
		Nhân viên	106	62	44	Cao đẳng, Đại học	22 - 45
		Thực tập sinh	14	8	6	Đại học (đang học)	20 - 22
3	Phòng ban Hành chính - nhân sự	Trưởng Phòng	0	0	0	-	-
		Nhân viên	3	0	3	Trung cấp, Cao đẳng, Đại học	30 - 35
		Thực tập sinh	18	2	16	Cao đẳng, Đại học (đang học)	20 - 22
4	Phòng ban Marketing	Trưởng Phòng	0	0	0	-	-
		Nhân viên	5	2	3	Đại học	22 - 32
		Thực tập sinh	2	0	2	Đại học (đang học)	20 - 22
5	Phòng ban Tài chính - kế toán	Trưởng Phòng	1	0	1	Đại học	34 - 50

		Nhân viên	2	1	1	Cao đẳng, Đại học	26 - 32
		Thực tập sinh	0	0	0	-	-
6	Phòng ban Kỹ thuật	Trưởng phòng	2	2	0	Đại học	35 - 45
		Nhân viên	142	142	0	Trung cấp, Cao đẳng, Đại học	22 - 40
		Thực tập sinh	0	0	0	-	-
7	Phòng ban Dịch vụ chăm sóc khách hàng	Trưởng phòng	2	0	2	Đại học	35 - 40
		Nhân viên	36	7	29	Cao đẳng, Đại học	22 - 40
		Thực tập sinh	6	0	6	Cao đẳng, Đại học (đang học)	20 - 22
8	Khác	Tạp Vụ	3	0	3	Không yêu cầu	35 - 45
		Bảo vệ	2	2	0	Không yêu cầu	28 - 35
TỔNG			352	234	118		

Bảng 2.3: Bảng thống kê số lượng nhân viên FPT Telecom Đà Nẵng hiện nay

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự)

Nhận xét: FPT Telecom Đà Nẵng có quy mô nhân sự khá lớn với 352 lao động, cơ cấu nhân sự trẻ, độ tuổi chủ yếu từ 22-40, phù hợp với đặc thù ngành viễn thông - công nghệ. Nhân sự tập trung nhiều ở khối Kỹ thuật và Kinh doanh, cho thấy doanh nghiệp chú trọng vào hoạt động triển khai hạ tầng và phát triển thị trường. Trình độ chuyên môn của người lao động nhìn chung đạt từ cao đẳng đến đại học, đáp ứng tốt yêu cầu công việc. Bên cạnh đó, việc tiếp nhận số lượng đáng kể thực tập sinh thể hiện định hướng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực lâu dài, góp phần đảm bảo sự ổn định và phát triển bền vững của Công ty.

Chỉ tiêu	Năm						So sánh			
	2023		2024		2025		2024/2023		2025/2024	
	Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)
Tổng số lượng	262	100	301	100	352	100	39	14,89	51	16,94
I. Giới tính										
1. Nam	174	66,5	206	68,5	234	66,5	32	18,39	28	13,59
2. Nữ	88	33,5	95	31,5	118	33,5	7	7,95	23	24,21
II. Trình độ học vấn										
Đại học	223	85,1	262	87	305	86,6	39	17,49	43	16,41
Cao đẳng & trung cấp	35	13,4	34	11,3	42	12	-1	-2,86	8	23,53
Lao động phổ thông	4	1,5	5	1,7	5	1,4	1	0,25	0	0
III. Độ tuổi										
1. Dưới <25	102	39	118	39,2	142	40,3	16	15,69	24	20,34
2. Từ 25>40	135	51,5	156	51,8	182	51,7	21	15,56	26	16,67
3. Từ > 40	25	9,5	27	9	28	8	2	8	1	11,11

Bảng 2.4: So sánh sự thay đổi nhân sự của FPT Telecom Đà Nẵng

Nhận xét: Qua số liệu giai đoạn 2023-2025, có thể thấy quy mô nhân sự của FPT Telecom Đà Nẵng tăng trưởng liên tục và khá ổn định, từ 262 người năm 2023 lên 352 người năm 2025, tăng 39 người tương ứng tăng 14,89% năm 2024 và 51 người tương ứng tăng 16,94% năm 2025. Cho thấy doanh nghiệp đang mở rộng quy mô và gia tăng nhu cầu nhân lực.

Về cơ cấu giới tính, lao động nam chiếm tỷ lệ cao hơn so với lao động nữ trong cả 3 năm, phù hợp với đặc thù ngành kỹ thuật - viễn thông từ 174 người năm 2023 lên 206 người mức tăng là 32 người tương ứng tăng 18,39% năm 2024 và 28 người tương ứng tăng 13,59% năm 2025. Trong khi tỷ lệ lao động nữ có xu hướng tăng rõ rệt năm 2025, từ 88 người năm 2023 lên 118 người năm 2025 với mức tăng 7 người tương ứng

tăng 7,79% năm 2024 và 23 người tương ứng tăng 24,21% năm 2025. Cho thấy cơ cấu giới tính có sự cải thiện theo hướng cân bằng hơn.

Về trình độ học vấn, lao động có trình độ Đại học chiếm tỷ lệ cao nhất và có xu hướng tăng qua từng năm so với cao đẳng - trung cấp và lao động phổ thông, phản ánh định hướng sử dụng nguồn nhân lực chất lượng cao, nhóm cao đẳng - trung cấp có biến động nhẹ nhưng không đáng kể. Từ 223 người năm 2023 tăng lên 262 người năm 2024 và tăng đến 305 người năm 2025 tương ứng tăng 39 người tăng 17,49% năm 2024 và 43 người tăng 16,41% năm 2025. Qua đó, thấy được doanh nghiệp càng chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực rõ rệt.

Xét theo độ tuổi, lực lượng lao động tập trung chủ yếu từ 22 đến 40 tuổi và duy trì ổn định qua các năm, lực lượng lao động dưới 40 tuổi chiếm trên 90% đặc biệt nhóm dưới 25 tuổi tăng đều qua các năm từ 16 người tương ứng tăng 15,69% năm 2024 và 24 người tương ứng tăng 20,34% năm 2025. Cho thấy doanh nghiệp sở hữu nguồn nhân lực năng động, có khả năng thích ứng và đáp ứng tốt yêu cầu công việc trong môi trường cạnh tranh.

➤ Nhìn chung, qua số liệu trong giai đoạn 2023 – 2025 có thể thấy nhân sự của FPT Telecom Đà Nẵng có sự phát triển theo hướng mở rộng quy mô đi đôi với nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Tổng số lao động tăng trưởng ổn định qua các năm, phản ánh nhu cầu nhân lực ngày càng cao. Về cơ cấu giới tính, lao động nam vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu nhưng lao động nữ có xu hướng tăng dần, cho thấy sự cải thiện về tính cân bằng. Xét về trình độ học vấn, lực lượng lao động có trình độ đại học chiếm ưu thế và tiếp tục gia tăng, thể hiện định hướng chú trọng nguồn nhân lực chất lượng cao. Đồng thời, cơ cấu độ tuổi tập trung chủ yếu ở nhóm dưới 40 tuổi, đặc biệt là nhóm từ 22 đến 40 tuổi, cho thấy doanh nghiệp có xu hướng trẻ hoá đội ngũ và chú trọng tuyển dụng, đào tạo nhân sự mới nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh trong những năm gần đây.

2.3.3. Nguồn lực tài chính

FPT Telecom Đà Nẵng là một chi nhánh trực thuộc Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (FPT Telecom), là một trong những doanh nghiệp viễn thông hàng đầu tại Việt Nam. Nhờ lợi thế là một phần của tập đoàn FPT, công ty sở hữu nguồn lực tài chính vững mạnh, đảm bảo khả năng đầu tư dài hạn vào hạ tầng, công nghệ và phát triển dịch vụ, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Dựa trên báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023 – 2025, bảng dưới đây tổng hợp các chỉ tiêu tài chính quan trọng, phản ánh tình hình kinh doanh và sự phát triển của Công ty trong ba năm:

ĐVT: Tỷ đồng

STT	Chi tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/2023		Năm 2025/2024	
					Chênh lệch	Tỷ lệ	Chênh lệch	Tỷ lệ
I	Tài sản ngắn hạn	11,58	15,27	16,934	3,749	32.6%	1.677	11,0%
1	Tiền và các khoản tương đương tiền	424	679	713	255	60.2%	34	5,0%
2	Đầu tư tài chính ngắn hạn	8,652	11,377	12.379	2,725	31.5%	1.002	8,8%
3	Phải thu ngắn hạn	1,447	1,815	2.153	368	25.5%	338	18,6%
4	Hàng tồn kho	808	1,196	1.427	388	48.0%	231	19,3%
5	Tài sản ngắn hạn khác	177	190	262	13	7.3%	72	38,1%
II	Tài sản dài hạn	8,633	8,511	9.171	-122	-1.4%	660	7,8%
1	Các khoản phải thu dài hạn	27	26	26	-1	-4.6%	0	1,1%
2	Tài sản cố định	6,023	5,688	5.786	-335	-5.6%	98	1,7%
3	Tài sản dở dang dài hạn	417	390	697	-27	-6.6%	307	78,8%
4	Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	6	6	6	0	0.0%	0	-3,2%

5	Tài sản dài hạn khác	2,159	2,401	2.656	242	11.2%	255	10,6%
III	Tổng tài sản	20,141	23,768	26.105	3,627	18.0%	2.337	9,8%
IV	Tổng nợ	11,067	13,122	14.874	2,055	18.6%	1.752	13,4%
1	Nợ ngắn hạn	11,028	13,000	14.681	1,972	17.9%	1.681	12,9%
2	Nợ dài hạn	39	122	193	83	215.3%	71	58,7%
V	Vốn chủ sở hữu	9,074	10,646	11.231	1,572	17.3%	585	5,5%
1	Vốn chủ sở hữu	9,074	10,646	11.231	1,572	17.3%	585	5,5%
VI	Tổng nguồn vốn	20,141	23,768	26.105	3,627	18.0%	2.337	9,8%

Bảng 2.5: Bảng cân đối tài sản – nguồn vốn của FPT Telecom Đà Nẵng

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự)

Trong giai đoạn 2023–2025, quy mô tài sản của FPT Telecom Đà Nẵng tăng trưởng ổn định và có xu hướng mở rộng rõ rệt. Tổng tài sản tăng từ 20,141 tỷ đồng năm 2023 lên 23.768 tỷ đồng vào năm 2024 tăng 18,0% và đạt 26,105 tỷ đồng năm 2025 tăng 9,8%. Mức tăng này cho thấy doanh nghiệp đang không ngừng gia tăng nguồn lực tài chính nhằm phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh và định hướng phát triển dài hạn.

Xét về cơ cấu tài sản, tài sản ngắn hạn tăng mạnh qua các năm, đặc biệt giai đoạn 2024–2025 tăng 11%. Trong đó, đầu tư tài chính ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn và tăng trưởng cao, cho thấy doanh nghiệp có xu hướng tận dụng tốt nguồn vốn nhàn rỗi để đầu tư sinh lời trong ngắn hạn. Các khoản phải thu và hàng tồn kho tăng trong năm 2025 phản ánh hoạt động kinh doanh mở rộng, tuy nhiên cũng đặt ra yêu cầu quản lý chặt chẽ công nợ và tồn kho để hạn chế rủi ro thanh khoản.

Đối với tài sản dài hạn, quy mô có sự biến động nhẹ. Năm 2024 giảm 1,4% so với năm 2023, nhưng đến năm 2025 đã phục hồi và tăng 7,8%. Trong đó, tài sản cố định giảm trong năm 2024 tương ứng 5,6% và tăng nhẹ trở lại năm 2025 tương ứng 1,7%, phản ánh quá trình khấu hao và tái cơ cấu tài sản. Đáng chú ý, tài sản dở dang dài hạn tăng mạnh 78,8% trong năm 2025, cho thấy doanh nghiệp đang đẩy mạnh đầu tư các dự án dài hạn, mở rộng hạ tầng phục vụ hoạt động kinh doanh trong tương lai.

Về nguồn vốn, tổng nợ của doanh nghiệp tăng đều qua các năm, từ 11,067 tỷ đồng năm 2023 lên 14,874 tỷ đồng năm 2025. Trong đó, nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn, phù hợp với đặc thù ngành viễn thông cần vốn lưu động cao cho hoạt động thường xuyên. Nợ dài hạn tuy chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng có tốc độ tăng mạnh tương ứng tăng 215,3% năm 2024 và 58,7% năm 2025, cho thấy doanh nghiệp có xu hướng gia tăng nguồn vốn vay dài hạn để phục vụ đầu tư.

Đối với vốn chủ sở hữu tăng trưởng liên tục qua các năm, từ 9,074 tỷ đồng năm 2023 lên 11,232 tỷ đồng năm 2025. Điều này cho thấy năng lực tự chủ tài chính của FPT Telecom Đà Nẵng ngày càng được củng cố, đồng thời phản ánh hiệu quả kinh doanh tích cực và khả năng tích lũy vốn từ lợi nhuận giữ lại.

FPT Telecom Đà Nẵng trong giai đoạn 2023–2025 có tình hình tài chính lành mạnh, quy mô tài sản và nguồn vốn tăng trưởng ổn định, cơ cấu tài chính tương đối hợp lý. Tuy nhiên, việc gia tăng các khoản phải thu và nợ vay cũng đặt ra yêu cầu doanh nghiệp cần tiếp tục quản lý hiệu quả dòng tiền và sử dụng vốn nhằm đảm bảo phát triển bền vững trong các năm tiếp theo.

2.3.4. Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Trong giai đoạn 2023–2025, hoạt động kinh doanh của FPT Telecom Đà Nẵng được thể hiện thông qua các chỉ tiêu tài chính chủ yếu như doanh thu, lợi nhuận và lãi cơ bản trên cổ phiếu. Những chỉ tiêu này phản ánh rõ mức độ tăng trưởng, hiệu quả hoạt động và khả năng sinh lời của doanh nghiệp qua từng năm.

DVT: Tỷ đồng

STT	Chi tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/2023		Năm 2025/2024	
					Chênh lệch	Tỷ lệ	Chênh lệch	Tỷ lệ
1	Doanh thu từ hoạt động kinh doanh	15,806	17,610	19,507	1,804	11.40%	1.897	10,8%
2	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	3,035	3,633	4,349	598	19.70%	716	19,7%
3	Lợi nhuận trước thuế	3,042	3,588	4,364	546	17.90%	776	21,6%

4	Lợi nhuận sau thuế	2,434	2,861	3,486	427	17.60%	625	21,8%
5	Lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS)	4,344	3,412	4,150	-932	-21,45%	738	21,6%

Bảng 2.6: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự)

Nhận xét: Nhìn chung, kết quả hoạt động kinh doanh của FPT Telecom Đà Nẵng trong giai đoạn 2023–2025 có xu hướng tăng trưởng tích cực và ổn định. Doanh thu từ hoạt động kinh doanh tăng đều qua các năm, từ 15,806 tỷ đồng năm 2023 lên 19,507 tỷ đồng năm 2025. Mức tăng năm 2024 so với năm 2023 đạt 11,40%, trong khi năm 2025 tiếp tục tăng với 10,8%, cho thấy quy mô hoạt động và thị phần của doanh nghiệp ngày càng được mở rộng.

Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận trước thuế và lợi nhuận sau thuế đều ghi nhận mức tăng trưởng khá cao, đặc biệt trong giai đoạn 2025 so với 2024. Lợi nhuận sau thuế tăng 21,8%, phản ánh hiệu quả trong công tác quản lý chi phí và nâng cao năng suất hoạt động. Bên cạnh đó, lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS) tăng liên tục qua các năm, với mức tăng 21,6% trong năm 2025, cho thấy khả năng sinh lời của doanh nghiệp ngày càng được cải thiện, góp phần nâng cao giá trị cho cổ đông.

➤ Các chỉ tiêu tài chính cho thấy FPT Telecom Đà Nẵng đang duy trì hoạt động kinh doanh hiệu quả, tăng trưởng bền vững và có nền tảng tài chính ổn định, tạo tiền đề thuận lợi cho sự phát triển trong những năm tiếp theo.

2.4. QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH

2.4.1. Nhu cầu tuyển dụng

2.4.1.1. Số lượng tuyển dụng nhân viên kinh doanh qua các năm

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	2024/2025	2025/2024
	Số lượng (người)	Số lượng (người)	Số lượng (người)	Chênh lệch	Chênh lệch
Trưởng phòng	3	4	6	1	2
Nhân viên	72	89	106	17	17
Thực tập sinh	8	10	14	2	4

Tổng	83	103	126	20	23
-------------	----	-----	-----	----	----

Bảng 2.7: Số lượng tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại Công ty FPT Telecom

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự)

Nhận xét: Trong giai đoạn 2023–2025, số lượng tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng có xu hướng tăng trưởng rõ rệt qua từng năm. Tổng số lượng tuyển dụng tăng từ 83 người năm 2023 lên 103 người năm 2024 tương ứng tăng 20 người và tiếp tục đạt 126 người vào năm 2025 tăng 23 người. Mức tăng này cho thấy nhu cầu nhân lực trong bộ phận kinh doanh ngày càng lớn, phản ánh hoạt động kinh doanh của chi nhánh đang được mở rộng.

Xét về cơ cấu vị trí, số lượng nhân viên kinh doanh luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng mạnh qua các năm, từ 72 người năm 2023 lên 89 người năm 2024 và đạt 106 người vào năm 2025. Điều này cho thấy doanh nghiệp tập trung chủ yếu vào việc bổ sung lực lượng bán hàng nhằm gia tăng doanh thu và mở rộng thị trường. Số lượng thực tập sinh cũng tăng dần từ 8 lên 14 người, công ty luôn định hướng xây dựng nguồn nhân lực chủ động đào tạo từ sớm.

Về số lượng trưởng phòng kinh doanh cũng có xu hướng tăng từ 3 lên 6 người, tuy mức tăng không lớn nhưng phù hợp với thực tế doanh nghiệp mở rộng quy mô và thành lập thêm các phòng kinh doanh mới. Việc gia tăng vị trí quản lý thấy được cơ cấu tổ chức ngày càng hoàn thiện, đảm bảo hiệu quả trong công tác điều hành và quản lý đội ngũ nhân viên.

Với sự gia tăng đồng đều ở cả ba nhóm vị trí phản ánh chiến lược phát triển theo chiều rộng của FPT Telecom Đà Nẵng, trong đó tập trung mở rộng lực lượng kinh doanh đi kèm với việc củng cố bộ máy quản lý và xây dựng nguồn nhân lực kế thừa, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong những năm tiếp theo.

2.4.1.2. Thời điểm và tần suất tuyển dụng

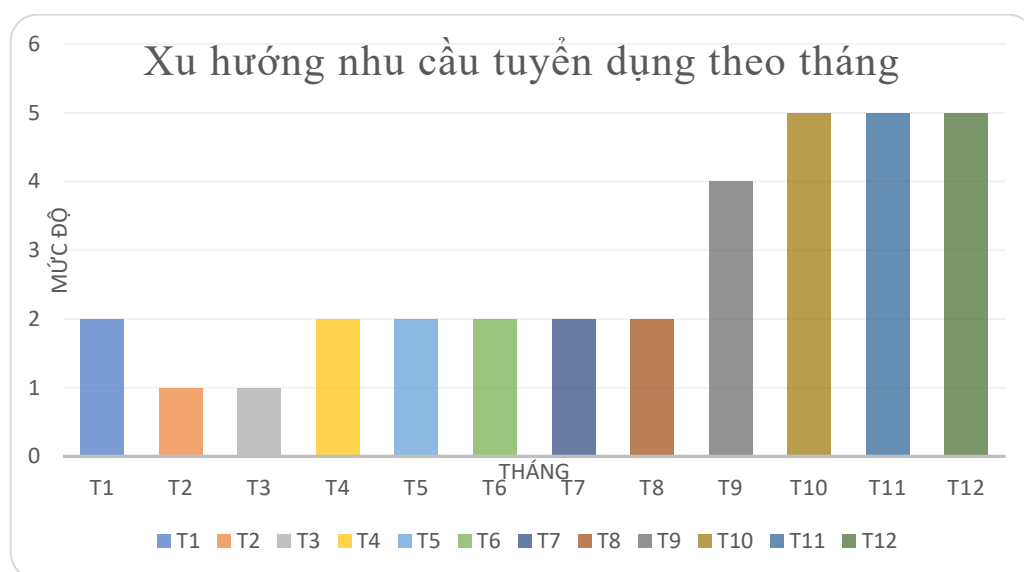
Hoạt động tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng diễn ra không đồng đều trong năm mà tập trung mạnh vào giai đoạn từ cuối năm đến đầu năm sau. Đây là giai đoạn doanh nghiệp đẩy mạnh hoạt động tuyển dụng với tần suất đăng tin cao trên các kênh như website, mạng xã hội và nền tảng tuyển dụng trực tuyến. Việc gia tăng tần suất tuyển dụng trong thời điểm này từ một số nguyên nhân chủ yếu sau:

Thứ nhất, phục vụ mục tiêu kinh doanh cuối năm. Đây là thời điểm doanh nghiệp tập trung tăng tốc để hoàn thành chỉ tiêu doanh thu cuối năm, do đó nhu cầu mở rộng đội ngũ kinh doanh nhằm gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng là rất lớn.

Thứ hai, chuẩn bị nguồn nhân lực cho năm kế hoạch mới. Việc tuyển dụng từ cuối năm giúp doanh nghiệp có đủ thời gian đào tạo, thử việc và ổn định nhân sự trước khi bước sang năm tiếp theo với giai đoạn triển khai các kế hoạch kinh doanh mới.

Thứ ba, biến động nhân sự tăng cao vào cuối năm. Đây là thời điểm nhiều lao động có xu hướng thay đổi công việc sau khi nhận thưởng hoặc đánh giá lại định hướng nghề nghiệp, dẫn đến nhu cầu tuyển bù và bổ sung nhân sự tăng lên.

Thứ tư, đặc thù ngành kinh doanh dịch vụ viễn thông. Nhu cầu sử dụng dịch vụ Internet, truyền hình thường tăng cao vào dịp cuối năm và Tết, kéo theo áp lực mở rộng thị trường và chăm sóc khách hàng.



Hình 2.4: Sơ đồ về nhu cầu tuyển dụng qua các năm tại Công ty FPT Telecom Đà Nẵng

Nhận xét: Sơ đồ cho thấy nhu cầu tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng tập trung cao vào giai đoạn từ tháng 9 đến tháng 1 năm sau, trong đó cao điểm rơi vào các tháng cuối năm. Đây là thời điểm doanh nghiệp cần bổ sung nhân sự nhằm đảm bảo hoàn thành mục tiêu doanh thu năm, đồng thời chủ động xây dựng đội ngũ nhân sự chất lượng để phục vụ kế hoạch kinh doanh trong năm tiếp theo. Việc đẩy mạnh tuyển dụng trong giai đoạn này cũng giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân các ứng viên tiềm năng trước khi thị trường lao động bước vào chu kỳ biến động đầu năm.

2.4.1.3. Lý do phát sinh nhu cầu

Nhu cầu tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng phát sinh từ nhiều nguyên nhân khác nhau, gắn liền với hoạt động kinh doanh và biến động nhân sự của doanh nghiệp, như sau:

❖ *Thiếu hụt nhân sự*

Khi khối lượng công việc tăng lên, đặc biệt trong các giai đoạn cao điểm kinh doanh, số lượng nhân viên hiện tại không đủ để đảm bảo tiến độ và chất lượng công việc, từ đó buộc doanh nghiệp phải bổ sung thêm nhân sự nhằm duy trì hiệu quả hoạt động.

❖ *Tỷ lệ nghỉ việc và biến động nhân sự*

Đây là vị trí có tính cạnh tranh và áp lực doanh số lớn, dẫn đến tình trạng nhân viên nghỉ việc, chuyển công tác hoặc không đáp ứng được yêu cầu công việc. Do đó, doanh nghiệp cần thường xuyên tuyển dụng để thay thế và ổn định đội ngũ bán hàng.

❖ *Áp lực hoàn thành chỉ tiêu doanh thu*

Vào thời điểm cuối năm, doanh nghiệp cần gia tăng lực lượng nhân sự kinh doanh nhằm mở rộng hoạt động bán hàng, tăng khả năng tiếp cận khách hàng và đảm bảo hoàn thành kế hoạch doanh thu đã đề ra.

❖ *Yêu cầu khả năng tiếp cận thị trường và mở rộng tệp khách hàng*

Trong quá trình phát triển, doanh nghiệp cần mở rộng phạm vi hoạt động kinh doanh, tiếp cận các khu vực mới hoặc nhóm khách hàng tiềm năng, từ đó làm phát sinh nhu cầu bổ sung nhân sự trực tiếp thực hiện các hoạt động kinh doanh.

❖ *Yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực*

Bên cạnh việc đảm bảo số lượng, doanh nghiệp còn hướng đến việc cải thiện chất lượng đội ngũ thông qua việc tuyển dụng những ứng viên có trình độ, kỹ năng và mức độ phù hợp cao hơn với công việc, thay thế dần những nhân sự chưa đáp ứng được yêu cầu.

➤ Như vậy, nhu cầu tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được hình thành từ những yêu cầu thực tiễn trong hoạt động kinh doanh và sự biến động của nguồn nhân lực, phản ánh vai trò thiết yếu của công tác tuyển dụng trong việc duy trì sự ổn định và phát triển đội ngũ bán hàng. So với việc phát sinh nhu cầu tuyển dụng một cách thường xuyên cũng cho thấy tính linh hoạt của doanh nghiệp trong việc điều chỉnh nguồn nhân lực nhằm đáp ứng kịp thời mục tiêu kinh doanh trong từng giai đoạn.

2.4.2. Nguồn tuyển dụng

2.4.2.1. Nguồn nội bộ

Tại FPT Telecom Đà Nẵng, nguồn tuyển dụng nội bộ được khai thác thông qua việc bổ nhiệm, luân chuyển và phát triển nhân sự từ bên trong tổ chức, đặc biệt đối với các vị trí quản lý và một phần nhân sự kinh doanh. Trong năm 2025, số lượng trưởng phòng kinh doanh tăng lên 6 người, phản ánh nhu cầu mở rộng quy mô và thành lập thêm các phòng kinh doanh mới. Các vị trí quản lý này chủ yếu được lựa chọn từ đội ngũ nhân viên kinh doanh có kinh nghiệm, am hiểu sản phẩm và quy trình làm việc, giúp doanh nghiệp đảm bảo tính ổn định và hiệu quả trong công tác quản lý.

Vì vậy, doanh nghiệp thực hiện điều chuyển nhân sự từ các phòng kinh doanh hiện hữu sang các phòng mới thành lập. Cụ thể là mỗi phòng kinh doanh mới sẽ do 01 trưởng phòng phụ trách, đồng thời được bố trí khoảng 10 đến 15 nhân viên kinh doanh được điều chuyển từ các phòng cũ. Nhờ đó, các phòng mới có thể nhanh chóng đi vào hoạt động ổn định, hạn chế thời gian thích nghi ban đầu và đảm bảo duy trì hiệu quả kinh doanh. Việc luân chuyển này cũng góp phần tận dụng tối đa nguồn nhân lực sẵn có, đồng thời tạo điều kiện cho nhân viên được trải nghiệm môi trường làm việc mới và phát triển kỹ năng.

Nguồn nội bộ còn được bổ sung thông qua việc chuyển đổi thực tập sinh thành nhân viên chính thức. Trong năm 2025, bộ phận kinh doanh có 14 thực tập sinh, đây là lực lượng tiềm năng được đào tạo để đáp ứng nhu cầu nhân sự trong tương lai. Việc sử dụng nguồn tuyển dụng nội bộ không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí mà còn góp phần xây dựng lộ trình phát triển rõ ràng cho nhân viên và nâng cao khả năng giữ chân nhân sự. Và ngoài ra, nguồn này có hạn chế nhất định như dễ gây xáo trộn nhân sự giữa các bộ phận và thiếu sự đổi mới nếu không kết hợp với tuyển dụng từ bên ngoài.

2.4.2.2. Nguồn bên ngoài

Ngoài tuyển dụng trong nội bộ, FPT Telecom Đà Nẵng còn sử dụng nguồn tuyển dụng bên ngoài nhằm bổ sung nhân sự cho các phòng kinh doanh mới thành lập và đảm bảo đủ số lượng nhân viên theo kế hoạch mở rộng. Trong năm 2025, khi số lượng trưởng phòng kinh doanh tăng lên 6 người và quy mô nhân viên kinh doanh đạt 106 người, nguồn nội bộ chỉ đáp ứng một phần thông qua điều chuyển và bổ nhiệm. Do đó, doanh nghiệp phải đẩy mạnh tuyển dụng từ bên ngoài để hoàn thiện đội ngũ cho từng phòng, đặc biệt ở vị trí nhân viên kinh doanh.

Về những kênh tuyển dụng, doanh nghiệp tập trung chủ yếu vào mạng xã hội như Facebook và TikTok và Vieclam24h. Trong đó, Facebook là kênh mang lại số lượng ứng viên nhiều nhất, trung bình khi đăng bài tuyển dụng sẽ thu hút khoảng 8–12 ứng viên quan tâm và để lại thông tin ứng tuyển qua email. TikTok chủ yếu hỗ trợ tăng mức độ nhận diện, mỗi video tuyển dụng có thể thu hút từ 700 đến 1.000 lượt xem, tuy nhiên số lượng ứng viên chuyển đổi từ xem sang ứng tuyển không cao, thường chỉ khoảng 3 đến 5 ứng viên cho mỗi video.

Đối với nền tảng Vieclam24h, số lượng hồ sơ nhận được tương đối ổn định nhưng không nhiều, trung bình khoảng 8 đến 10 hồ sơ cho mỗi đợt đăng tuyển. Tuy nhiên, chất lượng ứng viên từ kênh này được đánh giá phù hợp hơn do họ có nhu cầu tìm việc rõ ràng, giúp doanh nghiệp thuận lợi trong quá trình sàng lọc.



Hình 2.5: Biểu đồ thể hiện tỷ trọng hồ sơ ứng viên qua các kênh

Nhận xét: Nguồn tuyển dụng bên ngoài đóng vai trò quan trọng trong việc bổ sung nhân sự cho FPT Telecom Đà Nẵng. Tuy nhiên, hiệu quả giữa các kênh tuyển dụng chưa đồng đều. Facebook mang lại số lượng ứng viên lớn nhất và giúp mở rộng phạm vi tiếp cận, TikTok chủ yếu hỗ trợ nâng cao nhận diện tuyển dụng nhưng tỷ lệ chuyển đổi còn thấp, trong khi Vieclam24h cung cấp số lượng hồ sơ không nhiều nhưng chất lượng ứng viên phù hợp hơn. Điều này cho thấy doanh nghiệp cần tiếp tục tối ưu nội dung và cách thức triển khai trên từng kênh để nâng cao hiệu quả tuyển dụng.

2.4.2.3. Sử dụng các kênh tuyển dụng

Trong hoạt động tuyển dụng nhân viên kinh doanh, FPT Telecom Đà Nẵng triển khai các kênh tuyển dụng theo hướng kết hợp giữa mạng xã hội và nền tảng tuyển dụng trực tuyến nhằm tối ưu hiệu quả tiếp cận và thu hút ứng viên. Thực tế thì Facebook được sử dụng với tần suất cao để đăng tải thông tin tuyển dụng trên fanpage và các hội nhóm việc làm. Nội dung đăng thường ngắn gọn, tập trung vào quyền lợi và mức thu nhập nhằm thu hút sự quan tâm nhanh từ ứng viên. Do đặc thù môi trường mạng xã hội có lượng bài đăng lớn, thông tin tuyển dụng dễ bị trôi, nên hiệu quả tiếp cận vẫn chưa ổn định.

Đối với TikTok, doanh nghiệp triển khai các video tuyển dụng ngắn nhằm tăng khả năng nhận diện thông tin tuyển dụng. Nội dung chủ yếu tập trung vào việc giới thiệu môi trường làm việc và nhu cầu tuyển dụng, giúp người xem nhanh chóng nắm bắt thông tin. Phần lớn ứng viên chỉ dừng lại ở việc nhận biết doanh nghiệp đang tuyển dụng mà chưa tìm hiểu sâu nội dung, do đó hiệu quả chuyển đổi sang ứng tuyển chưa cao.

Về nền tảng Vieclam24h được sử dụng để đăng tải thông tin tuyển dụng một cách chi tiết và có hệ thống hơn. Kênh này giúp doanh nghiệp tiếp cận nhóm ứng viên có nhu cầu tìm việc rõ ràng, từ đó nâng cao chất lượng hồ sơ và thuận lợi hơn trong quá trình sàng lọc.

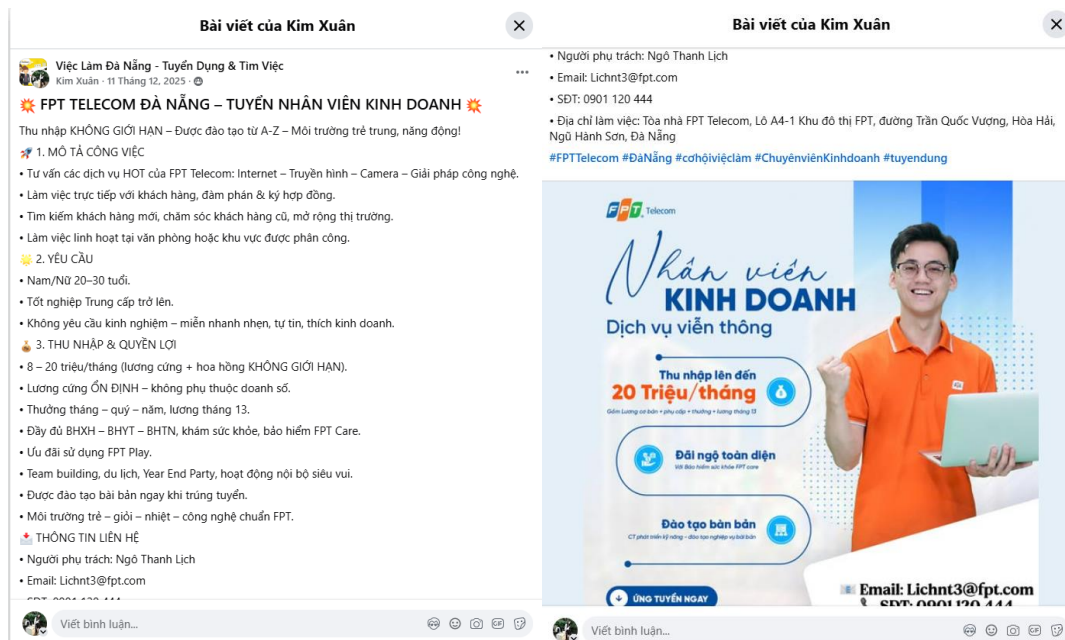
➤ Việc sử dụng linh hoạt các kênh tuyển dụng giúp FPT Telecom Đà Nẵng vừa mở rộng phạm vi tiếp cận, vừa đảm bảo nguồn ứng viên phù hợp. Tuy nhiên, hiệu quả giữa các kênh vẫn còn chênh lệch, đòi hỏi doanh nghiệp cần tiếp tục tối ưu nội dung và cách thức triển khai để nâng cao hiệu quả tuyển dụng.

2.4.2.4. Đánh giá hiệu quả từng nguồn

Dưới đây là các hình ảnh minh họa cho từng kênh tuyển dụng mà FPT Telecom Đà Nẵng đang áp dụng, để đánh giá cụ thể mức độ hiệu quả và cách thức triển khai của từng kênh.

❖ Facebook cá nhân của nhân viên và thực tập sinh

Các bài đăng tuyển dụng được đăng tải trên các hội nhóm việc làm (Việc làm Đà Nẵng, Việc Làm Đà Nẵng - Tuyển Dụng & Tìm Việc, Tuyển dụng nhân viên kinh doanh – Việc làm Đà Nẵng,...) thông qua tài khoản cá nhân giúp mở rộng phạm vi tiếp cận ứng viên, đặc biệt là nhóm lao động đang có nhu cầu tìm việc.



Hình 2.6: Hình ảnh bài đăng tuyển của thực tập sinh

Đối với các bài đăng tuyển dụng trên Facebook, nội dung thường được trình bày theo hướng liệt kê rõ ràng các thông tin như mô tả công việc, yêu cầu tuyển dụng, mức thu nhập và quyền lợi. Các bài đăng nhấn mạnh vào mức thu nhập hấp dẫn qua hình ảnh tuyển dụng với mức thu nhập lên đến 20 triệu đồng/tháng, không yêu cầu kinh nghiệm và môi trường làm việc trẻ trung nhằm thu hút ứng viên mới ra trường hoặc người chưa có nhiều kinh nghiệm. Ngoài ra, việc sử dụng nhãn dán, từ khóa nổi bật và văn phong gần gũi giúp bài đăng dễ tạo sự chú ý khi xuất hiện trên các hội nhóm việc làm.

Tuy nhiên, do được đăng tải thông qua tài khoản cá nhân nên mức độ tin cậy và tính chính thống của thông tin tuyển dụng có thể chưa cao bằng fanpage tuyển dụng chính thức của doanh nghiệp. Một số ứng viên thường có xu hướng ưu tiên tiếp cận thông tin từ các kênh chính thức để đảm bảo tính xác thực trước khi ứng tuyển.

Hình thức này có ưu điểm là dễ tiếp cận nhanh, linh hoạt và có thể tương tác trực tiếp với ứng viên thông qua bình luận hoặc tin nhắn. Do số lượng bài đăng trong các hội nhóm rất lớn và được cập nhật liên tục nên bài viết dễ bị trôi, làm giảm khả năng tiếp cận lâu dài. Vì vậy, cần đăng tải nội dung tuyển dụng ở nhiều hội nhóm khác nhau để tiếp cận được nhiều ứng viên hơn. Với mức độ tin cậy của bài đăng cá nhân có thể thấp hơn so với kênh chính thức của doanh nghiệp, dẫn đến tỷ lệ ứng viên chất lượng chưa thực sự cao.

❖ Facebook fanpage công ty

Các bài đăng tuyển dụng trên fanpage “Tuyển dụng FPT Telecom Đà Nẵng” giúp tiếp cận trực tiếp đến nhóm đối tượng đang có nhu cầu tìm việc, do đây là kênh chuyên biệt phục vụ cho hoạt động tuyển dụng của doanh nghiệp.



Hình 2.7: Hình ảnh bài đăng của kênh tuyển dụng Công ty

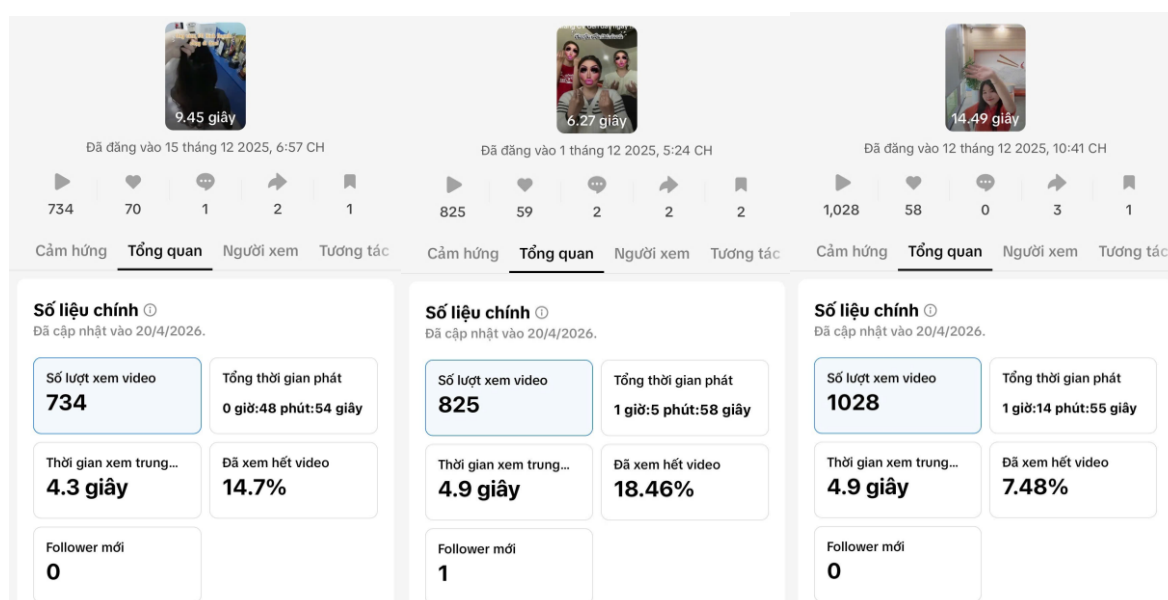
Các bài đăng tuyển dụng của FPT Telecom Đà Nẵng thường sử dụng những câu dẫn ngắn gọn, dễ thu hút như: “Chiếc job xịn tại FPT Telecom Đà Nẵng đang đợi bạn”, “Không yêu cầu kinh nghiệm – Thu nhập lên đến 20 triệu” hay “Ngại gì không thử?”. Nội dung tập trung nhấn mạnh mức thu nhập, môi trường làm việc trẻ trung và cơ hội được đào tạo nhằm tạo sự chú ý với ứng viên trẻ. Fanpage “Tuyển dụng FPT Telecom Đà Nẵng” còn sử dụng hình ảnh thiết kế kèm nội dung tuyển dụng nhằm tăng tính trực quan và chuyên nghiệp. Nội dung hình ảnh thể hiện rõ vị trí tuyển dụng, mức lương, quyền lợi và thông tin liên hệ, giúp ứng viên dễ dàng tiếp cận thông tin chỉ trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, do số lượng bài đăng tuyển dụng trên Facebook khá lớn và được cập nhật liên tục nên bài viết dễ bị trôi, dẫn đến mức độ tiếp cận tự nhiên còn hạn chế nếu không được đăng lại thường xuyên hoặc hỗ trợ tương tác.

Đối với video tuyển dụng trên Facebook Reels, doanh nghiệp sử dụng hình thức quay video ngắn với sự tham gia trực tiếp của nhân sự trong công ty nhằm tạo cảm giác gần gũi và tăng tính chân thực. Phần mở đầu thường hiển thị trực tiếp tên vị trí như

“Nhân viên kinh doanh”, “Kỹ thuật viên” với chữ lớn và màu sắc nổi bật giúp người xem nhanh chóng nhận diện thông tin tuyển dụng ngay từ những giây đầu tiên, kết hợp hình ảnh môi trường làm việc thực tế tại công ty. Đây là hình thức phù hợp với xu hướng tiếp cận thông tin của giới trẻ hiện nay, giúp tăng khả năng nhận diện thương hiệu tuyển dụng.

Nội dung bài đăng được trình bày rõ ràng, đầy đủ thông tin và mang tính chính thống, góp phần tạo sự tin tưởng và nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của công ty trong mắt ứng viên. Nhưng số lượng người theo dõi fanpage vẫn có giới hạn, dẫn đến phạm vi tiếp cận chưa thực sự rộng so với các hội nhóm việc làm. Vì vậy, lượng hồ sơ ứng tuyển từ kênh này ở mức ổn định nhưng không quá lớn, chủ yếu phù hợp để duy trì nguồn ứng viên chất lượng và hỗ trợ các kênh tuyển dụng khác trong quá trình thu hút nhân sự.

❖ *Tiktok*



Hình 2.8: Hình ảnh số liệu bài đăng trên nền tảng TikTok

Hoạt động tuyển dụng trên nền tảng TikTok tại FPT Telecom Đà Nẵng được triển khai thông qua nhiều tài khoản khác nhau, tương ứng với từng nhóm nhân sự. Cụ thể, bộ phận nhân sự được chia thành 3 nhóm, mỗi nhóm phụ trách một kênh tuyển dụng riêng nhằm tăng phạm vi tiếp cận ứng viên. Trong quá trình thực tập, nhóm thực tập sinh được phân công sử dụng một tài khoản TikTok riêng dưới sự hướng dẫn của người phụ trách để xây dựng nội dung, quay dựng video và đăng tải các bài tuyển dụng. Nội dung video chủ yếu do nhóm tự sáng tạo, tập trung vào tuyển dụng các vị trí, môi trường làm việc và các hoạt động thực tế tại công ty.

Theo số liệu thu thập từ các video đăng tải tuyển dụng vị trí nhân viên kinh doanh, mỗi video đạt từ 734 đến 1.028 lượt xem, trong đó video cao nhất đạt 1.028 lượt xem. Thời gian xem trung bình chỉ dao động từ 4,3 đến 4,9 giây và tỷ lệ xem hết video còn thấp (từ 7,48% đến 18,46%). Điều này cho thấy người xem chủ yếu tiếp cận nhanh để nhận diện thông tin tuyển dụng hơn là theo dõi toàn bộ nội dung. Vì vậy, TikTok hiện đóng vai trò là kênh hỗ trợ lan tỏa thông tin tuyển dụng đến nhóm đối tượng trẻ, trong khi hiệu quả chuyển đổi sang ứng viên ứng tuyển thực tế còn hạn chế và cần được đầu tư nội dung hấp dẫn hơn để nâng cao hiệu quả.

❖ Vieclam24h



Hình 2.9: Hình ảnh bài đăng tại Vieclam24h

Kênh tuyển dụng thông qua website Vieclam24h cho thấy hiệu quả tương đối trong việc thu hút ứng viên đối với vị trí nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng. Với đặc điểm là nền tảng tìm việc phổ biến và có lượng người dùng ổn định, các tin tuyển dụng đăng tải trên Vieclam24h vẫn có khả năng tiếp cận được nhiều đối tượng ứng viên trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, do phạm vi tuyển dụng chỉ tập trung tại chi nhánh Đà Nẵng, số lượng hồ sơ ứng tuyển nhận được ở mức vừa phải, không quá lớn.

Thấy được doanh nghiệp không gặp nhiều áp lực trong công tác sàng lọc hồ sơ, thời gian xử lý và đánh giá ứng viên cũng được thực hiện nhanh chóng và hiệu quả hơn. Nhìn chung, Vieclam24h là kênh tuyển dụng phù hợp, giúp doanh nghiệp duy trì nguồn ứng viên ổn định, đáp ứng nhu cầu tuyển dụng thường xuyên đối với vị trí kinh doanh tại chi nhánh.

2.4.3. Tiêu chí tuyển dụng

2.4.3.1. Yêu cầu về trình độ

Nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được yêu cầu có trình độ tối thiểu từ trung cấp trở lên. Mức yêu cầu này tương đối linh hoạt, tạo điều kiện cho nhiều đối tượng ứng viên có thể tiếp cận vị trí, đồng thời phù hợp với đặc thù công việc thiên về kỹ năng thực hành và khả năng giao tiếp hơn là kiến thức chuyên môn sâu. Tuy nhiên, các ứng viên có trình độ cao đẳng, đại học, đặc biệt ở các ngành kinh tế, quản trị kinh doanh hoặc marketing thường có lợi thế hơn trong quá trình tuyển chọn và phát triển lâu dài.

2.4.3.2. Yêu cầu về kỹ năng

Vị trí nhân viên kinh doanh đòi hỏi ứng viên phải có kỹ năng giao tiếp và thuyết phục tốt nhằm tư vấn hiệu quả các dịch vụ viễn thông như Internet, truyền hình và camera đến khách hàng. Bên cạnh đó, kỹ năng đàm phán và thương lượng đóng vai trò quan trọng trong việc ký kết hợp đồng và duy trì mối quan hệ với khách hàng. Ngoài ra, ứng viên cần có khả năng xử lý tình huống linh hoạt, thích ứng nhanh với các yêu cầu phát sinh trong quá trình tiếp cận và chăm sóc khách hàng, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

2.4.3.3. Yêu cầu về kinh nghiệm

Đối với vị trí này, FPT Telecom Đà Nẵng không đặt nặng yêu cầu về kinh nghiệm, mà ưu tiên các ứng viên có đam mê kinh doanh và sẵn sàng học hỏi. Điều này cho thấy doanh nghiệp chú trọng đến tiềm năng phát triển của ứng viên hơn là kinh nghiệm sẵn có. Tuy nhiên, những ứng viên đã từng làm việc trong lĩnh vực bán hàng, chăm sóc khách hàng hoặc các ngành dịch vụ sẽ có lợi thế nhất định trong quá trình thích nghi và đạt hiệu quả công việc.

2.4.3.4. Yêu cầu về thái độ, phẩm chất

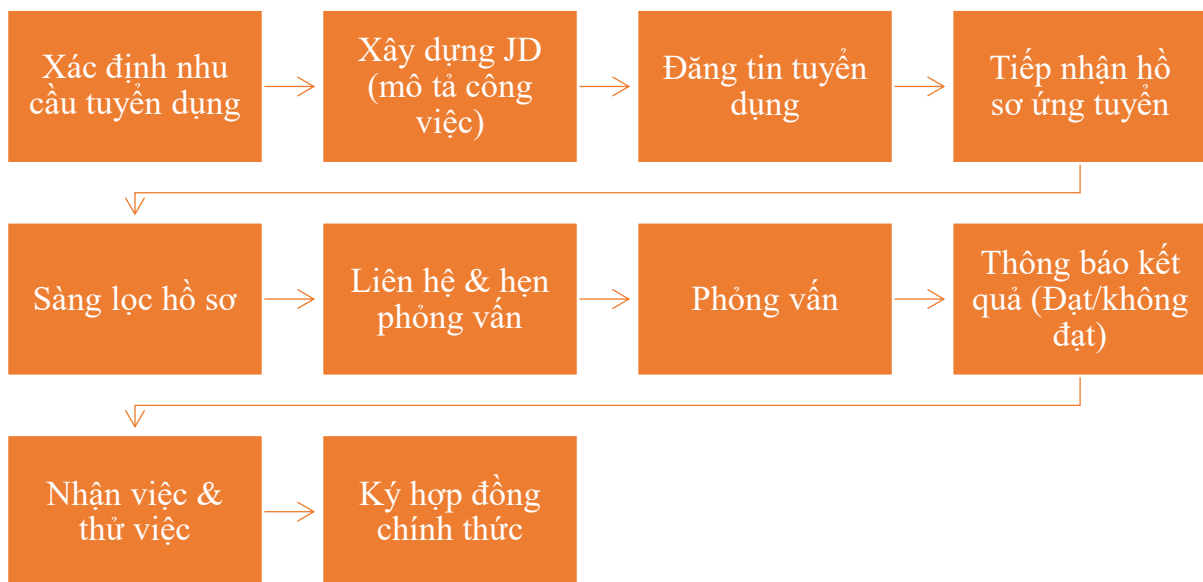
Thái độ làm việc là yếu tố được doanh nghiệp đặc biệt quan tâm. Ứng viên cần có tinh thần chủ động, năng động, nhanh nhẹn và chịu được áp lực doanh số. Bên cạnh đó, sự kiên trì, trách nhiệm và tinh thần cầu tiến là những phẩm chất cần thiết giúp nhân viên duy trì hiệu quả công việc và phát triển trong môi trường cạnh tranh. Đặc biệt, đam mê kinh doanh và mong muốn gia tăng thu nhập được xem là động lực quan trọng thúc đẩy hiệu suất làm việc.

2.4.3.5. Mức độ phù hợp với đặc thù nhân viên kinh doanh

Các tiêu chí tuyển dụng trên nhìn chung phù hợp với đặc thù của vị trí nhân viên kinh doanh trong lĩnh vực viễn thông. Công việc đòi hỏi sự linh hoạt, khả năng giao tiếp thường xuyên với khách hàng và thích nghi với môi trường làm việc năng động. Việc không quá khắt khe về trình độ và kinh nghiệm giúp doanh nghiệp mở rộng nguồn ứng viên, đồng thời tập trung đào tạo nội bộ để phát triển đội ngũ. Điều này góp phần đảm bảo nguồn nhân lực ổn định, đáp ứng nhu cầu mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty.

2.5. Quy trình tuyển dụng tại FPT Telecom Đà Nẵng

2.5.1. Sơ đồ quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh



Hình 2.10: Sơ đồ tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng

Quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được triển khai theo các bước từ xác định nhu cầu tuyển dụng của bộ phận kinh doanh đến xây dựng mô tả công việc, đăng tin tuyển dụng trên các kênh phù hợp, tiếp nhận và sàng lọc hồ sơ. Sau đó, ứng viên được liên hệ tham gia phỏng vấn, thời gian phỏng vấn, thông báo kết quả và tiến hành thử việc trước khi trở thành nhân viên chính thức. Quy trình được thực hiện theo trình tự rõ ràng, đảm bảo lựa chọn được ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc và đặc thù của doanh nghiệp.

2.5.2. Diễn giải quy trình tuyển dụng

2.5.2.1. Xác định nhu cầu tuyển dụng

Nhu cầu tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được xác định dựa trên tình hình hoạt động thực tế của các phòng kinh doanh, khi phát sinh nhu

cầu mở rộng thị trường, tăng doanh thu hoặc bổ sung nhân sự thiếu hụt. Hằng năm công ty căn cứ vào kế hoạch kinh doanh và chỉ tiêu doanh số được giao, các trưởng phòng kinh doanh sẽ đánh giá số lượng nhân sự hiện có, khối lượng công việc cũng như tình trạng biến động nhân sự để đề xuất nhu cầu tuyển dụng phù hợp.

Sau khi tiếp nhận đề xuất từ các phòng ban, bộ phận nhân sự sẽ tiến hành tổng hợp nhu cầu tuyển dụng, xem xét số lượng cần tuyển, vị trí tuyển dụng và thời gian bổ sung nhân sự nhằm đảm bảo đáp ứng kịp thời cho hoạt động kinh doanh. Công ty cần mở rộng thêm phòng kinh doanh mới, bộ phận nhân sự sẽ phối hợp cùng quản lý kinh doanh để xây dựng kế hoạch tuyển dụng cụ thể, bao gồm điều chuyển nhân sự nội bộ và tuyển dụng bổ sung từ nguồn bên ngoài.

Nhu cầu tuyển dụng còn được xác định dựa trên đặc thù của vị trí nhân viên kinh doanh, khi vị trí có tính chất biến động nhân sự tương đối cao và thường xuyên cần bổ sung nhằm đảm bảo hoạt động tìm kiếm khách hàng, chăm sóc khách hàng và phát triển thị trường được duy trì ổn định. Sau khi được thống nhất kế hoạch tuyển dụng sẽ được triển khai bởi bộ phận nhân sự để tiến hành xây dựng bản mô tả công việc tuyển dụng và thông qua các kênh tuyển dụng phù hợp như Facebook, TikTok và Vieclam24h.

2.5.2.2. Xây dựng JD (mô tả công việc)

Sau khi xác định nhu cầu tuyển dụng, bộ phận nhân sự phối hợp với trưởng phòng kinh doanh tiến hành xây dựng bảng mô tả công việc (JD) cho vị trí nhân viên kinh doanh nhằm làm cơ sở cho hoạt động đăng tuyển và sàng lọc ứng viên. Nội dung JD tại FPT Telecom Đà Nẵng được trình bày tương đối rõ ràng, đầy đủ các thông tin cần thiết giúp ứng viên dễ dàng nắm bắt yêu cầu công việc và quyền lợi khi ứng tuyển. Dưới đây là mô tả công việc nhân viên kinh doanh tại công ty:

FPT TELECOM ĐÀ NẴNG TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH	
1. Mô tả công việc	- Tư vấn cho khách hàng về dịch vụ do FPT Telecom đang cung cấp (sản phẩm viễn thông: Internet, Truyền hình và Camera). - Đàm phán, thương lượng, xúc tiến ký kết hợp đồng với khách hàng. - Tìm kiếm khách hàng tiềm năng, chăm sóc khách hàng sau bán hàng và phát triển thị trường. - Làm việc tại văn phòng hoặc theo yêu cầu, hướng dẫn của quản lý trực tiếp.
2. Yêu cầu ứng viên	- Ưu tiên Nam, tuổi từ 20 - 40; Tốt nghiệp Trung cấp trở lên. - Đam mê kinh doanh, đam mê kiếm tiền, yêu thích công việc tiếp xúc với khách hàng. - Giao tiếp tốt, có kỹ năng thuyết phục. - Nhanh nhẹn, linh hoạt, giải quyết tình huống tốt.
3. Thu nhập & Quyền lợi	- Thu nhập: 8 - 20 triệu VND. - Lương cứng không phụ thuộc doanh số. - Lương cơ bản + hoa hồng + doanh thu. Thu nhập hấp dẫn theo năng lực (Lương Tháng 13, 14, Thưởng theo doanh số, thưởng quý, thưởng Tết không giới hạn). - Được tham gia BHXH, BHYT, BHTN đầy đủ theo quy định của pháp luật. - Khám sức khỏe định kỳ 1 năm/lần, bảo hiểm FPT Care dành riêng cho nhân viên FPT. - Thưởng Nghỉ lễ hằng năm, tham gia Team building, tiệc Year end party và các sự kiện có liên quan do công ty tổ chức. - Được tham gia Khóa đào tạo Nhân viên kinh doanh chuyên nghiệp, đầy thử thách ngay sau khi đầu phỏng vấn. - Được làm việc trong môi trường trẻ trung, năng động và linh hoạt. - Được đào tạo, học hỏi và phát triển bản thân, môi trường làm việc có nhiều cơ hội thăng tiến. - Mua sản phẩm công ty với giá ưu đãi.
4. Địa điểm làm việc	

• Địa chỉ: Đà Nẵng	
Thông tin liên hệ:	
• Người phụ trách:	Ngô Thanh Lịch
• Email:	Lichnt3@fpt.com
• Số điện thoại:	0901120444

Hình 2.11: Bảng mô tả công việc nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom

Bảng mô tả công việc bao gồm các nội dung chính như:

- Tên công ty tuyển dụng vị trí kinh doanh “FPT TELECOM ĐÀ NẴNG TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN KINH DOANH”
- Mô Tả công việc
- Yêu cầu công việc
- Thu nhập & quyền lợi
- Địa điểm làm việc
- Thông tin liên hệ

JD tuyển dụng của FPT Telecom Đà Nẵng được xây dựng rõ ràng với các nội dung chính như mô tả công việc, yêu cầu tuyển dụng, thu nhập & quyền lợi và địa điểm làm việc. Nội dung JD tập trung vào nhiệm vụ của nhân viên kinh doanh, yêu cầu kỹ năng giao tiếp và khả năng tìm kiếm khách hàng, đồng thời nhấn mạnh mức thu nhập hấp dẫn cùng các chế độ phúc lợi nhằm thu hút ứng viên.

2.5.2.3. Đăng tin tuyển dụng

Sau khi hoàn thiện JD, bộ phận nhân sự tiến hành đăng tải thông tin tuyển dụng trên các kênh như Facebook, TikTok và nền tảng Vieclam24h nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận ứng viên. Trong đó, Facebook được sử dụng thông qua fanpage “Tuyển dụng FPT Telecom Đà Nẵng” và các hội nhóm việc làm để tiếp cận nhanh nhóm lao động có nhu cầu tìm việc.

Về TikTok được sử dụng để đăng tải các video tuyển dụng với nội dung ngắn gọn, có tính sáng tạo và những video nội bộ nhằm thu hút người xem trẻ tuổi. Các video thường hiển thị trực tiếp vị trí tuyển dụng, mức thu nhập và môi trường làm việc ngay từ những giây đầu tiên để tăng khả năng nhận diện thông tin tuyển dụng. Ngoài TikTok, doanh nghiệp còn sử dụng nền tảng Vieclam24h để đăng tin tuyển dụng chính thức, hỗ trợ tiếp cận nguồn ứng viên có nhu cầu tìm việc rõ ràng và thuận lợi hơn trong quá trình tiếp nhận hồ sơ.

2.5.2.4. Tiếp nhận hồ sơ ứng tuyển

Sau khi đăng tải thông tin tuyển dụng trên các kênh như Facebook, TikTok và Vieclam24h, bộ phận nhân sự tiến hành tiếp nhận hồ sơ ứng tuyển thông qua tin nhắn email. Hồ sơ ứng viên sau khi tiếp nhận sẽ được tổng hợp và lưu trữ để phục vụ cho quá trình sàng lọc và đánh giá. Đây là số lượng hồ sơ nhận trong năm 2025:

Kênh tuyển dụng	Số lượng hồ sơ	Hồ sơ được chọn	Hồ sơ loại
Facebook, TikTok	36	21	15
Vieclam24h	13	9	4
Tổng	49	30	19

Bảng 2.8: Số lượng hồ sơ ứng tuyển nhân viên kinh doanh trong năm 2025

Nhìn vào bảng số lượng hồ sơ ứng tuyển nhân viên kinh doanh trong năm 2025 có thể thấy Facebook và TikTok là hai kênh mang lại số lượng hồ sơ nhiều nhất với 36 hồ sơ ứng tuyển. Trong đó, có 21 hồ sơ được lựa chọn và 15 hồ sơ bị loại, cho thấy các nền tảng mạng xã hội giúp doanh nghiệp tiếp cận nhanh với số lượng lớn ứng viên, đặc biệt là nhóm lao động trẻ. Tuy nhiên, chất lượng hồ sơ vẫn chưa thực sự đồng đều do nhiều ứng viên chỉ tiếp cận thông tin tuyển dụng mang tính tham khảo hoặc chưa hiểu rõ tính chất công việc.

Đối với kênh Vieclam24h, mặc dù số lượng hồ sơ tiếp nhận chỉ với 13 hồ sơ nhưng có đến 9 hồ sơ được lựa chọn, chiếm tỷ lệ khá cao. Điều này cho thấy chất lượng ứng viên từ nền tảng này phù hợp hơn với nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp. Vì Vieclam24h là kênh tuyển dụng hướng đến nhóm ứng viên có nhu cầu tìm việc rõ ràng, chủ động tìm hiểu công việc và có định hướng ứng tuyển cụ thể hơn so với các nền tảng mạng xã hội.

➤ Chính vì vậy, mỗi kênh tuyển dụng đều mang lại hiệu quả khác nhau. Facebook và TikTok phù hợp để tăng độ nhận diện và tiếp cận số lượng lớn ứng viên, trong khi

Vieclam24h giúp doanh nghiệp tiếp cận được nguồn ứng viên có mức độ phù hợp và nghiêm túc cao hơn trong quá trình ứng tuyển.

Người xin tuyển dụng phải nộp hồ sơ cho doanh nghiệp bao gồm:

- Bản sao sơ yếu lý lịch có chứng nhận của ủy ban nhân dân xã, phường.
- Giấy khám chứng nhận sức khỏe do bệnh viện cấp.
- Các bằng sao chứng chỉ, bằng tốt nghiệp, giấy xác nhận hạnh kiểm.

2.5.2.5. Sàng lọc hồ sơ

Sau khi tiếp nhận hồ sơ ứng tuyển, bộ phận nhân sự tiến hành sàng lọc hồ sơ dựa trên các tiêu chí đã được đề ra trong JD nhằm lựa chọn những ứng viên phù hợp với vị trí nhân viên kinh doanh. Trong đợt tuyển dụng năm 2025, doanh nghiệp tiếp nhận tổng cộng 49 hồ sơ ứng tuyển, trong đó có 36 hồ sơ từ Facebook và TikTok và 13 hồ sơ từ Vieclam24h. Sau quá trình sàng lọc dựa trên các tiêu chí tuyển dụng, có 30 hồ sơ đạt yêu cầu được lựa chọn tham gia vòng phỏng vấn, chiếm khoảng 61,22% tổng số hồ sơ nhận được. 19 hồ sơ còn lại bị loại do chưa đáp ứng yêu cầu về kỹ năng, kinh nghiệm hoặc mức độ phù hợp với công việc.

Đối với trình độ học vấn, công ty ưu tiên các ứng viên tốt nghiệp từ trung cấp trở lên, đặc biệt là các ngành liên quan đến kinh doanh, marketing hoặc quản trị và đã từng có kinh nghiệm. Doanh nghiệp vẫn tạo điều kiện cho sinh viên mới ra trường hoặc ứng viên chưa có nhiều kinh nghiệm nếu có thái độ tốt và khả năng giao tiếp phù hợp.

Về kỹ năng giao tiếp và khả năng xử lý tình huống là tiêu chí được chú trọng trong quá trình sàng lọc do đặc thù của vị trí nhân viên kinh doanh thường xuyên làm việc với khách hàng. Bộ phận nhân sự cũng đánh giá sự nghiêm túc của ứng viên thông qua cách trình bày hồ sơ, nội dung và thái độ trao đổi trong quá trình gửi mail ứng tuyển.

➤ Những hồ sơ đáp ứng được các tiêu chí cơ bản sẽ được lựa chọn để tham gia vòng phỏng vấn và các hồ sơ thiếu thông tin, không phù hợp về độ tuổi, kỹ năng hoặc chưa đáp ứng yêu cầu công việc sẽ bị loại nhằm đảm bảo chất lượng đầu vào cho quá trình tuyển dụng.

2.5.2.6. Liên hệ & hẹn phỏng vấn

Sau quá trình sàng lọc hồ sơ, bộ phận nhân sự sẽ chủ động liên hệ với 30 ứng viên đạt yêu cầu thông qua điện thoại, tin nhắn email để thông báo kết quả và sắp xếp lịch phỏng vấn. Trong quá trình liên hệ, nhân sự sẽ xác nhận lại các thông tin cơ bản của

ứng viên như vị trí ứng tuyển, thời gian làm việc cũng như giới thiệu sơ lược về công việc nhằm đảm bảo ứng viên vẫn có nhu cầu tham gia phỏng vấn.

Bộ phận nhân sự còn gửi email hoặc tin nhắn để xác nhận lịch phỏng vấn bao gồm thời gian, địa điểm và các thông tin cần chuẩn bị trước buổi phỏng vấn. Việc kết hợp nhiều hình thức liên hệ giúp doanh nghiệp thuận tiện hơn trong việc trao đổi với ứng viên và hạn chế tình trạng bỏ lỡ lịch phỏng vấn.

2.5.2.7. Phỏng vấn

Sau quá trình sàng lọc hồ sơ, các ứng viên đạt yêu cầu sẽ được mời tham gia phỏng vấn trực tiếp tại FPT Telecom Đà Nẵng. Trong quá trình tham gia phỏng vấn sẽ có một bộ phận nhân sự và một trưởng phòng kinh doanh. Bộ phận nhân sự sẽ phụ trách trao đổi các thông tin cơ bản về công việc, chế độ và đánh giá thái độ, kỹ năng giao tiếp của ứng viên và trưởng phòng kinh doanh sẽ tập trung đánh giá khả năng phù hợp với đặc thù công việc thực tế.

Nội dung phỏng vấn đối với vị trí nhân viên kinh doanh chủ yếu xoay quanh các kỹ năng mềm, khả năng giao tiếp và xử lý tình huống. Một số câu hỏi thường gặp trong lúc phỏng vấn như:

- Lý do bạn muốn làm việc tại FPT Telecom là gì?
- Điểm mạnh và điểm yếu của bạn là gì?
- Bạn sẽ xử lý như thế nào khi khách hàng từ chối sử dụng các gói dịch vụ?
- Bạn có thể chịu được áp lực doanh số theo tháng không?
- Bạn cần làm gì để tăng doanh số và sẽ làm gì khi không đạt doanh số tháng?
- Bạn đã tìm hiểu qua sản phẩm của công ty chúng tôi chưa? Nếu rồi hãy nêu một vài đánh giá tiềm năng của sản phẩm?
- Bạn có những thắc mắc gì về công ty chúng tôi không?

Ngoài ra, ứng viên có thể hỏi ngược khi trưởng phòng kinh doanh cho phép hỏi để hiểu rõ hơn về cách vận hành trong công ty. Chẳng hạn như:

- Công ty có lộ trình thăng tiến cho nhân viên không?
- Mức lương, thưởng tại công ty mình được tính như nào ạ?
- Công ty có hỗ trợ data khách hàng không?
- Sau bao lâu thì mình được ký hợp đồng chính thức ạ?

➤ Trong số 30 ứng viên được mời phỏng vấn, có 27 ứng viên tham gia phỏng vấn thực tế, còn lại vắng mặt hoặc từ chối tham gia. Qua quá trình đánh giá của bộ phận

nhân sự và trưởng phòng kinh doanh, doanh nghiệp lựa chọn được khoảng 20 ứng viên phù hợp để tiếp tục các bước tuyển dụng. Qua buổi phỏng vấn, doanh nghiệp không chỉ đánh giá năng lực chuyên môn mà còn xem xét thái độ, sự tự tin và tinh thần học hỏi của ứng viên nhằm lựa chọn những người phù hợp với môi trường làm việc và yêu cầu của vị trí nhân viên kinh doanh.

2.5.2.8. Thông báo kết quả

Sau khi hoàn tất quá trình phỏng vấn, bộ phận nhân sự sẽ tiến hành tổng hợp kết quả đánh giá từ phía nhân sự tuyển dụng và trưởng phòng kinh doanh để lựa chọn các ứng viên phù hợp với vị trí nhân viên kinh doanh. Bộ phận nhân sự gửi kết quả đến 27 ứng viên tham gia phỏng vấn, trong đó có 20 ứng viên được thông báo trúng tuyển và 7 ứng viên chưa đạt yêu cầu. Kết quả phỏng vấn sẽ được phản hồi đến ứng viên trong vòng 10 ngày sau khi tham gia phỏng vấn nhằm đảm bảo đủ thời gian đánh giá và thống nhất kết quả tuyển dụng.

Đối với các ứng viên đạt yêu cầu, bộ phận nhân sự sẽ gửi email thông báo trúng tuyển kèm thư mời nhận việc và hướng dẫn các bước tiếp theo như xác nhận nhận việc, bổ sung thông tin cá nhân và chuẩn bị hồ sơ cần thiết trước ngày làm việc chính thức. Nội dung email thường thể hiện rõ chức danh công việc, đơn vị làm việc, thời gian nhận việc, chế độ thu nhập và thông tin liên hệ hỗ trợ nhằm giúp ứng viên dễ dàng nắm bắt thông tin. Dưới đây là hình ảnh email của bộ phận nhân sự thông báo nhận việc đến ứng viên sau khi trúng tuyển:

Kính gửi Chị NGUYỄN VŨ NGỌC HÂN,

Ban Nhân sự Công ty Cổ phần Viễn thông FPT (FPT Telecom) xin trân trọng thông báo Chị đã chính thức trúng tuyển vào làm việc tại Công ty với:

- Chức danh công việc: Chuyên viên Bán hàng & CSKH
- Đơn vị: FPT Telecom Đà Nẵng
- Tổng thu nhập tháng dự kiến: Theo công thức tương ứng của vị trí Chuyên viên Bán hàng & CSKH

(Đây là Thu nhập trước khi trích Thuế thu nhập cá nhân, các khoản Bảo hiểm bắt buộc, Công đoàn theo quy định)

- Thời gian nhận việc: 01/01/2026
- Địa chỉ văn phòng: FPT Telecom Đà Nẵng

Chúng tôi xin gửi Chị **THƯ MỜI NHẬN VIỆC** (kèm theo email này).

Chị xem kỹ các thông tin, nếu chấp nhận Chị vui lòng ấn nút **XÁC NHẬN** cuối email này nếu đồng ý với toàn bộ nội dung trong thư mời nhận việc và thực hiện **cập nhập thông tin lên hệ thống Digital Onboarding** của Công ty (file hướng dẫn đính kèm).

Mọi thắc mắc xin liên hệ **Mrs. Thực Oanh: 0943533444** để được hỗ trợ.

Chúng tôi rất mong được chào đón Chị tại FPT Telecom!

Ghi chú: FPT Telecom không thu bất kỳ chi phí nào của Ứng viên trong quá trình tuyển dụng.

Trân trọng./.

XÁC NHẬN

TỪ CHỐI

Hình 2.12: Hình ảnh thông báo kết quả nhận việc của Công ty

Trong email tuyển dụng, doanh nghiệp còn đính kèm hướng dẫn cập nhật thông tin trên hệ thống Digital Onboarding của Công ty để hỗ trợ quá trình tiếp nhận nhân sự mới được thuận tiện và chuyên nghiệp hơn. Đối với các ứng viên chưa phù hợp, bộ phận nhân sự cũng sẽ phản hồi kết quả thông qua email nhằm đảm bảo tính chuyên nghiệp và tạo thiện cảm đối với ứng viên trong quá trình tuyển dụng.

2.5.2.9. Nhận việc & thử việc

Sau khi xác nhận nhận việc, có 18 ứng viên trúng tuyển sẽ được bộ phận nhân sự hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ và tiếp nhận vào làm việc tại FPT Telecom Đà Nẵng và 2 ứng viên từ chối nhận việc do thay đổi kế hoạch cá nhân hoặc lựa chọn công việc khác. Nhân viên mới sẽ được phổ biến các nội quy, quy định của công ty cũng như giới thiệu về môi trường làm việc, cơ cấu tổ chức và quy trình làm việc của bộ phận kinh doanh.

Thời gian thử việc đối với vị trí nhân viên kinh doanh tại Công ty là 2 tháng theo quy định. Trong giai đoạn này, nhân viên sẽ được trưởng phòng kinh doanh và các nhân sự cũ hỗ trợ hướng dẫn về quy trình bán hàng, cách tìm kiếm khách hàng, tư vấn dịch vụ và xử lý các tình huống thực tế trong công việc. Công ty cũng tiến hành đánh giá năng lực, thái độ làm việc và khả năng thích nghi của nhân viên trong quá trình thử việc.

Khi kết thúc thời gian thử việc, những nhân viên đáp ứng yêu cầu về hiệu quả công việc và thái độ làm việc sẽ được ký hợp đồng chính thức và tiếp tục làm việc lâu dài tại công ty. Đây cũng là giai đoạn giúp doanh nghiệp đánh giá mức độ phù hợp của nhân viên với môi trường làm việc và đặc thù của vị trí kinh doanh.

2.5.2.10. Ký hợp đồng chính thức

Sau khi kết thúc thời gian thử việc 2 tháng, Công ty tiến hành đánh giá kết quả làm việc của 18 nhân viên thử việc. Bộ phận quản lý kinh doanh sẽ phối hợp với nhân sự tiến hành đánh giá kết quả làm việc của nhân viên dựa trên các tiêu chí như hiệu quả công việc, khả năng thích nghi, kỹ năng giao tiếp và thái độ làm việc. Những nhân viên đáp ứng được yêu cầu của công ty sẽ được thông báo ký hợp đồng lao động chính thức. Kết quả có 15 nhân viên đạt yêu cầu và được ký hợp đồng lao động chính thức, chiếm khoảng 83,33% số nhân viên tham gia thử việc, trong khi 3 nhân viên chưa đáp ứng yêu cầu hoặc tự nguyện nghỉ việc trong thời gian thử việc.

Khi trở thành nhân viên chính thức, người lao động sẽ được hưởng đầy đủ các chế độ và quyền lợi theo quy định của Công ty như bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế,

thường doanh số, chế độ phúc lợi và các hoạt động nội bộ của doanh nghiệp. Đây là bước hoàn tất quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng, đồng thời giúp doanh nghiệp ổn định nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động kinh doanh lâu dài.

2.6. Ngân sách tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT

Trong quá trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh, FPT Telecom Đà Nẵng chủ yếu sử dụng các nền tảng mạng xã hội như Facebook và TikTok để đăng tải thông tin tuyển dụng nhằm tiết kiệm chi phí và tăng khả năng tiếp cận ứng viên. Đối với hai kênh này, doanh nghiệp chủ yếu sử dụng hình thức đăng bài thông thường trên fanpage, hội nhóm việc làm và các tài khoản tuyển dụng nội bộ mà không phát sinh nhiều chi phí quảng cáo.

Công ty còn có đầu tư ngân sách cho nền tảng Vieclam24h nhằm nâng cao hiệu quả tuyển dụng và tiếp cận nguồn ứng viên có nhu cầu tìm việc rõ ràng hơn. Việc sử dụng gói đăng tuyển trên Vieclam24h giúp bài đăng được hiển thị ổn định, tăng khả năng tiếp cận ứng viên phù hợp và hỗ trợ doanh nghiệp thuận tiện hơn trong quá trình tiếp nhận hồ sơ. Dưới đây là hình ảnh các gói mà công ty đã tham khảo mua sử dụng:

JobOKO, với dày dặn kinh nghiệm trong lĩnh vực tuyển dụng, hiểu rõ rằng việc tìm kiếm nhân sự phù hợp trong bối cảnh thị trường lao động hiện nay vô cùng khó khăn, nhất là khi sự cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ. Chính vì vậy, chúng tôi đã cải tiến và điều chỉnh những công cụ, dịch vụ mới nhất để cải thiện quy trình tuyển dụng, mang lại thành công vượt trội cho doanh nghiệp.

Để hỗ trợ anh/chị thực hiện thành công chiến lược tuyển dụng trong mùa tuyển dụng 2025, **JobOKO** xin giới thiệu các gói dịch vụ tuyển dụng hiệu quả:

GÓI TIN VIP

- Tăng khả năng tiếp xúc ứng viên tiềm năng.
- Tin tuyển dụng được đẩy lên cao với tag HOT trên trang chủ và các trang ngành.
- Đề xuất việc làm cho ứng viên mỗi khi họ tạo mới CV.
- Hỗ trợ gửi hồ sơ qua hệ thống qua AI- AutoMatching.
- Giá chỉ từ 1.300.000đ

Gói Lọc CV Ứng Viên

- Kết nối kho ứng viên với hơn 1.5 triệu hồ sơ được chọn lọc.
- AI tự động đề xuất những CV tương thích với yêu cầu tuyển dụng.
- CV đầy đủ về vị trí và vị trí công việc.
- Chi phí mở CV rất thấp chỉ từ 5 điểm/ CV

Gói Ads Booster

- Hỗ trợ quảng cáo trực tuyến trả phí trên mạng xã hội Facebook.
- Được ưu tiên với ứng viên phù hợp.
- Tin tuyển dụng được đẩy lên cao cùng tag HOT.
- Gợi ý hồ sơ ứng viên qua AI- AutoMatching.

Liên hệ ngay Zalo Mạnh Đạt JobOKO: 0983 684 301 để được hỗ trợ!

Nếu anh/chị cần tạo một chiến lược tuyển dụng chi tiết và tối ưu, **JobOKO** luôn sẵn sàng hỗ trợ và mang đến những giải pháp hiệu quả nhất cho doanh nghiệp.

Chúc anh/ chị tuyển dụng luôn hiệu quả!

Trân trọng,
Đội ngũ **JobOKO**

Dưới đây là 3 gói dịch vụ tin VIP ưu tiên hỗ trợ anh/chị tối nhất trong việc tiếp cận và chuyển đổi CV ứng viên
Chung trình ưu đãi 2025:

- Tặng voucher thẻ cash từ 100k - 2 triệu
- Tặng thêm 10 ngày dịch vụ đối với các tin chạy từ 24/4/2025 - 3/5/2025

Gói dịch vụ	Platinum 15 (Tiết kiệm)	Diamond 15 (Tối ưu)	Ruby 15 (Hiệu quả) Cam kết 1500 lượt xem = 25 CV
Thời gian hiển thị	30 ngày	30 ngày	30 ngày
Box Trang Chủ	7 ngày + 10 ngày tăng	10 ngày + 10 ngày tăng	15 ngày + 10 ngày tăng
Vị trí trang ngành	Top 3	Top 2	Top 1 trang ngành
Chạy quảng cáo Facebook	10 ngày	10 ngày	15 ngày
Tổ độ tiêu đề		15 ngày	15 ngày
Hiệu thu liên kết trên Indeed	Có	Có	Có
GoPoint tăng thêm	300	300	300
Bảo Hành	Đăng lại tin VIP nếu chưa tuyển đủ/Đăng lại tin VIP nếu chưa tuyển đủ/Duy trì đăng VIP cho tới khi đủ cam kết		
Giá / 1 vị trí	3.693.600	4.773.600	6.237.600
Giá / 3 vị trí	8.002.800	10.851.200	13.721.400
Giá / 3 vị trí	Chỉ phí TB 1 tin: 2.667.600	Chỉ phí TB 1 tin: 3.650.400	Chỉ phí TB 1 tin: 4.375.800

Người ra: **Soligon** vẫn hỗ trợ công ty trải nghiệm tin miễn phí không giới hạn ngành nghề và số lượng
Để được tư vấn chi tiết hơn về các chương trình, anh/chị vui lòng liên hệ:
Em là Phan Thùy Dương, hotline 0964186608
Email: thuyduong@phamthuyduong.vn
Rất mong có cơ hội được đồng hành và hỗ trợ công ty trong thời gian tới này
Em cảm ơn anh/ chị

Thanks and Best Regards,
Ms Thùy Dương

Với lợi thế hiển thị tin ở đa nền tảng, Jobsgo đang có hỗ trợ hơn 40.000 tin tuyển dụng, trong đó:

Ngành nghề	Lượng tin đăng on Jobsgo	CV apply TB/ 1 tin VIP ưu tiên
Kinh doanh/ Bán hàng	7.320 tin	28,1 CV
Công nghệ Thông tin	2.607	47 CV
Kế toán/ Kiểm Toán	4.359	22,7 CV
Marketing/ Truyền thông	2.664	38,6 CV
Xuất nhập khẩu/logistic	3.552	35,3 CV
Nhà hàng/ khách sạn	2.478	23,2 CV

Hình 2.13: Hình ảnh gói dịch vụ tuyển dụng trên nền tảng JobOKO

So với Facebook và TikTok, chi phí tuyển dụng trên Vieclam24h cao hơn nhưng chất lượng hồ sơ ứng tuyển cũng phù hợp và ổn định hơn, với chi phí mà công ty phải bỏ ra khoảng 1.300.000 đến 4.000.000. Trong khi đó, Facebook và TikTok chủ yếu hỗ trợ tăng độ nhận diện tuyển dụng và tiếp cận số lượng lớn người xem với mức chi phí thấp. Điều này cho thấy doanh nghiệp đang kết hợp giữa hình thức tuyển dụng tiết kiệm chi phí và đầu tư có chọn lọc nhằm tối ưu hiệu quả tuyển dụng nhân viên kinh doanh.

2.7. Đánh giá quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng

2.7.1. Ưu điểm

Quy trình tuyển dụng tại FPT Telecom Đà Nẵng được thực hiện khá linh hoạt và phù hợp với đặc thù tuyển dụng nhân viên kinh doanh. Thời gian xử lý hồ sơ và sắp xếp phỏng vấn được triển khai tương đối nhanh, giúp doanh nghiệp kịp thời bổ sung nhân sự cho các phòng kinh doanh mới. Bộ phận nhân sự cũng chủ động liên hệ, hỗ trợ và phản hồi kết quả cho ứng viên thông qua điện thoại và email, góp phần tạo sự chuyên nghiệp và nâng cao trải nghiệm ứng viên trong quá trình tuyển dụng. Việc áp dụng thử việc trước khi ký hợp đồng chính thức giúp công ty đánh giá thực tế năng lực và mức độ phù hợp của nhân viên đối với công việc, từ đó hạn chế rủi ro tuyển dụng không phù hợp.

Công tác tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được triển khai tương đối bài bản và phù hợp với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp. Quy trình tuyển dụng được xây dựng rõ ràng, bao gồm đầy đủ các bước từ xác định nhu cầu, xây dựng bảng mô tả công việc, đăng tin tuyển dụng, sàng lọc hồ sơ đến phỏng vấn và ký hợp đồng chính thức. Điều này giúp đảm bảo tính thống nhất trong quá trình tuyển dụng và lựa chọn được ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc.

Doanh nghiệp đã linh hoạt trong việc sử dụng đa dạng các kênh tuyển dụng như Facebook, TikTok và nền tảng Vieclam24h nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận ứng viên. Với việc tận dụng các hội nhóm việc làm và tài khoản cá nhân giúp tiếp cận nhanh với số lượng lớn ứng viên tiềm năng, trong khi fanpage tuyển dụng và các nền tảng trực tuyến góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp và ổn định nguồn hồ sơ.

Và doanh nghiệp còn chủ động khai thác nguồn tuyển dụng nội bộ thông qua việc bổ nhiệm và điều chuyển nhân sự khi mở rộng các phòng kinh doanh. Điều này giúp tiết kiệm chi phí tuyển dụng, đồng thời đảm bảo tính kế thừa về kinh nghiệm và duy trì hiệu

quả hoạt động của các phòng ban. Việc kết hợp giữa nguồn nội bộ và bên ngoài đã góp phần đáp ứng tương đối tốt nhu cầu nhân sự trong bối cảnh quy mô kinh doanh ngày càng mở rộng.

2.7.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác tuyển dụng tại FPT Telecom Đà Nẵng vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định:

Thứ nhất: Hiệu quả các kênh tuyển dụng chưa cao và chưa đồng đều. Facebook và TikTok giúp doanh nghiệp tiếp cận được nhiều người xem nhưng khả năng chuyển đổi thành ứng viên thực tế còn thấp. Đối với TikTok, các video tuyển dụng có lượt xem tương đối ổn định nhưng thời gian xem trung bình còn thấp, người xem chủ yếu nhận diện công ty đang tuyển dụng hơn là tìm hiểu sâu về công việc. Đối với Facebook, bài đăng trên các hội nhóm việc làm thường dễ bị trôi do số lượng bài đăng lớn, làm giảm khả năng tiếp cận ứng viên theo thời gian.

Thứ hai: Số lượng và chất lượng hồ sơ ứng tuyển còn hạn chế. Mỗi đợt tuyển dụng chỉ tiếp nhận khoảng 10 đến 15 hồ sơ, chưa đáp ứng tốt nhu cầu tuyển dụng nhân sự của bộ phận kinh doanh trong giai đoạn mở rộng phòng ban và các phòng ban thiếu nhân viên. Nhiều hồ sơ chưa thực sự phù hợp với yêu cầu công việc do ứng viên còn thiếu kỹ năng giao tiếp, chưa hiểu rõ tính chất công việc hoặc chưa có định hướng làm việc lâu dài.

Thứ ba: Nội dung thông báo tuyển dụng chưa thực sự nổi bật và thu hút ứng viên. Các bài đăng tuyển dụng hiện chủ yếu tập trung vào cung cấp thông tin công việc và quyền lợi cơ bản, chưa có nhiều nội dung sáng tạo hoặc tạo điểm khác biệt rõ rệt. Đối với TikTok, video tuyển dụng còn khá đơn giản, chưa đầu tư nhiều về kịch bản và cách truyền tải nên khả năng giữ chân người xem và tăng tương tác vẫn còn hạn chế.

Thứ tư: Quy trình tuyển dụng hiện tại chưa có bước đánh giá hiệu quả công việc sau thử việc. Sau khi nhân viên kết thúc thời gian thử việc và được ký hợp đồng chính thức, công ty chưa thực hiện đánh giá cụ thể về mức độ phù hợp của nhân viên đối với vị trí công việc cũng như hiệu quả của từng nguồn tuyển dụng. Điều này khiến bộ phận nhân sự khó theo dõi chất lượng tuyển dụng, chưa có cơ sở rõ ràng để đánh giá mức độ phù hợp của nhân viên mới và điều chỉnh quy trình tuyển dụng cho các đợt tuyển dụng tiếp theo.

2.7.3. Nguyên nhân

Những hạn chế trên xuất phát từ một số nguyên nhân chủ yếu như:

- ❖ Thị trường tuyển dụng cạnh tranh cao.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp cùng tuyển dụng vị trí nhân viên kinh doanh với mức thu nhập và quyền lợi tương tự, khiến ứng viên có nhiều sự lựa chọn hơn. Điều này làm tăng mức độ cạnh tranh trong việc thu hút ứng viên, đặc biệt là nhóm lao động trẻ có kỹ năng giao tiếp và kinh nghiệm bán hàng.

- ❖ Nội dung và hình thức tuyển dụng chưa thật sự hấp dẫn.

Các bài đăng và video tuyển dụng vẫn còn đơn giản, chủ yếu tập trung vào thông tin công việc mà chưa đầu tư nhiều vào nội dung sáng tạo hoặc xây dựng hình ảnh thương hiệu tuyển dụng nổi bật. Vì vậy, khả năng giữ chân người xem và tạo sự khác biệt so với các doanh nghiệp khác còn hạn chế.

- ❖ Nguồn ứng viên phù hợp còn hạn chế.

Đặc thù của vị trí nhân viên kinh doanh yêu cầu ứng viên phải có kỹ năng giao tiếp, chịu được áp lực doanh số và có tinh thần chủ động trong công việc. Nhiều ứng viên hiện nay chưa đáp ứng đầy đủ các yêu cầu này hoặc chưa có định hướng làm việc lâu dài, dẫn đến chất lượng hồ sơ ứng tuyển chưa đồng đều.

- ❖ Chưa chú trọng việc đánh giá hiệu quả tuyển dụng sau thử việc.

Công ty chủ yếu tập trung vào quá trình tuyển dụng và bổ sung nhân sự kịp thời cho các phòng kinh doanh mà chưa xây dựng bước đánh giá cụ thể sau thời gian thử việc. Việc chưa có biểu mẫu và tiêu chí đánh giá thống nhất khiến bộ phận nhân sự khó theo dõi mức độ phù hợp của nhân viên mới cũng như hiệu quả của từng nguồn tuyển dụng. Điều này làm hạn chế khả năng cải thiện và hoàn thiện quy trình tuyển dụng trong các đợt tuyển dụng sau này.

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH TUYỂN DỤNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT ĐÀ NẴNG

3.1. Định hướng phát triển công ty

3.1.1. Định hướng phát triển chung tại công ty

Trong bối cảnh thị trường viễn thông ngày càng cạnh tranh và nhu cầu sử dụng dịch vụ công nghệ thông tin không ngừng gia tăng, FPT Telecom Đà Nẵng định hướng tiếp tục mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ và gia tăng thị phần tại khu vực. Doanh nghiệp tập trung phát triển các dịch vụ cốt lõi như internet tốc độ cao, truyền hình và các giải pháp công nghệ và đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số trong quản lý và vận hành.

Và công ty còn chú trọng mở rộng hệ thống kinh doanh thông qua việc thành lập thêm các phòng kinh doanh, gia tăng độ phủ thị trường và tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn. Việc mở rộng quy mô không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường mà còn tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững. Yêu cầu về nguồn lực, đặc biệt là nguồn nhân lực kinh doanh ngày càng trở nên quan trọng trong chiến lược phát triển của doanh nghiệp.

3.1.2. Định hướng phát triển nguồn nhân lực của công ty

Song song với định hướng phát triển chung, FPT Telecom Đà Nẵng xác định nguồn nhân lực là yếu tố then chốt quyết định hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Công ty luôn có định hướng xây dựng đội ngũ nhân sự có trình độ chuyên môn, kỹ năng tốt và phù hợp với đặc thù công việc, đặc biệt là lực lượng nhân viên kinh doanh, bộ phận trực tiếp tạo ra doanh thu cho doanh nghiệp.

Trong thời gian tới, công ty sẽ tiếp tục chú trọng nâng cao chất lượng công tác tuyển dụng nhằm đảm bảo tuyển đúng người, đúng vị trí và đáp ứng kịp thời nhu cầu mở rộng quy mô. Nhằm giúp cho doanh nghiệp đẩy mạnh đào tạo và phát triển nhân sự, tạo điều kiện cho nhân viên nâng cao kỹ năng chuyên môn, kỹ năng bán hàng và thích ứng với sự thay đổi của thị trường.

Ngoài ra, công ty cũng hướng đến việc hoàn thiện các chính sách đãi ngộ, môi trường làm việc và lộ trình phát triển nghề nghiệp nhằm thu hút và giữ chân nhân tài. Việc kết hợp giữa tuyển dụng hiệu quả và phát triển nguồn nhân lực bền vững sẽ là nền tảng quan trọng giúp FPT Telecom Đà Nẵng nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển ổn định trong thời gian tới.

3.2. Giải pháp hoàn thiện quy trình tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Đà Nẵng

Thông qua quá trình phân tích thực trạng tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng, có thể thấy công tác tuyển dụng của doanh nghiệp vẫn còn tồn tại một số hạn chế như hiệu quả các kênh tuyển dụng chưa đồng đều, số lượng và chất lượng hồ sơ ứng tuyển còn hạn chế, cũng như nội dung tuyển dụng chưa thật sự nổi bật và thu hút ứng viên, quy trình tuyển dụng hiện tại vẫn chưa có bước đánh giá hiệu quả công việc sau thử việc. Những hạn chế này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng đáp ứng nhu cầu nhân sự của bộ phận kinh doanh, đặc biệt trong giai đoạn công ty mở rộng thêm phòng ban và gia tăng quy mô hoạt động.

Thị trường lao động hiện nay có mức độ cạnh tranh cao, nhiều doanh nghiệp cùng tuyển dụng vị trí nhân viên kinh doanh với chế độ và quyền lợi tương tự. Vì vậy, việc hoàn thiện quy trình tuyển dụng là cần thiết nhằm giúp FPT Telecom Đà Nẵng nâng cao hiệu quả tuyển dụng, cải thiện chất lượng nguồn ứng viên, thu hút ứng viên phù hợp và ổn định nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động kinh doanh lâu dài.

3.2.1. Giải pháp 1: Nâng cao hiệu quả các kênh tuyển dụng

❖ Mục tiêu giải pháp:

- Tăng khả năng tiếp cận ứng viên tiềm năng.
- Nâng cao số lượng hồ sơ ứng tuyển cho vị trí nhân viên kinh doanh.
- Cải thiện hiệu quả chuyển đổi từ người xem thành ứng viên thực tế.

❖ Nội dung giải pháp:

FPT Telecom Đà Nẵng cần tiếp tục duy trì các kênh tuyển dụng hiện có như Facebook, TikTok và Vieclam24h, đồng thời đầu tư hơn vào nội dung tuyển dụng trên từng nền tảng. Đối với Facebook, Công ty nên đăng bài thường xuyên vào các khung giờ có lượng tương tác cao và kết hợp đăng tải trên các hội nhóm việc làm để tăng độ phủ thông tin tuyển dụng.

Đối với TikTok, doanh nghiệp cần xây dựng nội dung video sáng tạo hơn như chia sẻ môi trường làm việc, hoạt động nội bộ hoặc trải nghiệm thực tế của nhân viên kinh doanh nhằm tăng khả năng giữ chân người xem. và công ty cần tiếp tục sử dụng Vieclam24h vì đây là kênh mang lại nguồn ứng viên có nhu cầu tìm việc rõ ràng và chất lượng hồ sơ tương đối phù hợp.

Việc đăng bài để tiếp cận được nhiều ứng viên và người xem hơn, Công ty cần đăng bài vào những khung giờ sau:

- 7h00 – 8h00: Đây là thời điểm bắt đầu ngày mới và có thói quen lướt Facebook, Tiktok để cập nhật thông tin.
- 11h00 – 13h00: Là khoảng thời gian mọi người nghỉ trưa nên lượng truy cập mạng xã hội tăng cao, giúp bài đăng dễ tiếp cận hơn.
- 18h00 – 21h00: Đây là thời gian sau giờ làm việc, người dùng có xu hướng sử dụng điện thoại nhiều hơn để giải trí và tìm kiếm thông tin việc làm.

Những khung giờ này giúp bài đăng tuyển dụng tăng khả năng hiển thị, tiếp cận được nhiều người xem hơn và góp phần nâng cao số lượng ứng viên ứng tuyển vào công ty.

3.2.2. Giải pháp 2: Giải pháp nâng cao số lượng và chất lượng hồ sơ ứng tuyển

❖ Mục tiêu giải pháp

- Đảm bảo đủ nguồn ứng viên cho các phòng kinh doanh mới khi công ty mở rộng.
- Tăng tỷ lệ ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc.
- Giảm tỷ lệ hồ sơ bị loại trong quá trình sàng lọc.

❖ Nội dung giải pháp

Để giải quyết tình trạng số lượng hồ sơ ứng tuyển còn ít và chất lượng chưa đồng đều, FPT Telecom Đà Nẵng cần thực hiện một số hướng xử lý cụ thể như sau:

Trước hết, bộ phận nhân sự cần xây dựng kế hoạch đăng tuyển cố định theo từng tuần thay vì đăng bài không thường xuyên. Mỗi tuần nên duy trì đăng từ 4 đến 6 bài tuyển dụng trên Facebook và TikTok nhằm giữ độ phủ tuyển dụng ổn định và hạn chế tình trạng bài viết bị trôi. Ngoài fanpage tuyển dụng chính thức, nhân sự cần chủ động đăng bài vào các hội nhóm việc làm tại Đà Nẵng, nhóm tuyển dụng kinh doanh và các cộng đồng sinh viên để mở rộng phạm vi tiếp cận ứng viên.

Đối với TikTok, Công ty nên phân công cụ thể cho từng nhóm tuyển dụng xây dựng nội dung video riêng thay vì đăng tải nội dung giống nhau. Video cần tập trung vào môi trường làm việc thực tế, mức thu nhập, hoạt động đội nhóm và chia sẻ trải nghiệm của nhân viên kinh doanh nhằm tạo sự thu hút và tăng mức độ quan tâm của ứng viên.

Công ty cần tăng cường liên kết với các trường Đại học, cao đẳng tại Đà Nẵng để tiếp cận sinh viên mới ra trường thông qua ngày hội việc làm hoặc chương trình tuyển

dụng thực tập sinh. Đây là nguồn ứng viên trẻ, dễ đào tạo và phù hợp với đặc thù tuyển dụng nhân viên kinh doanh của doanh nghiệp.

Cuối cùng, đối với kênh Vieclam24h, Công ty nên tiếp tục duy trì sử dụng gói đăng tuyển do đây là kênh mang lại chất lượng hồ sơ tương đối tốt và ứng viên có nhu cầu tìm việc rõ ràng hơn so với các nền tảng mạng xã hội.

3.2.3. Giải pháp 3: Hoàn thiện nội dung tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Viễn thông FPT Đà Nẵng

❖ Mục tiêu giải pháp

- Tăng mức độ thu hút của bài đăng tuyển dụng.
- Nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của FPT Telecom Đà Nẵng.
- Tăng khả năng chuyển đổi từ người xem thành ứng viên ứng tuyển thực tế. Nội dung giải pháp.

❖ Nội dung giải pháp

Để giải quyết tình trạng nội dung tuyển dụng còn đơn giản và chưa tạo được sự nổi bật, FPT Telecom Đà Nẵng cần xây dựng kế hoạch nội dung tuyển dụng cụ thể cho từng nền tảng thay vì chỉ đăng bài tuyển dụng thông thường.

Đối với Facebook, bộ phận tuyển dụng cần thiết kế bài đăng theo hướng ngắn gọn, dễ nhìn và tập trung vào các nội dung mà ứng viên quan tâm nhiều nhất như:

- Thu nhập thực tế
- Thưởng doanh số
- Thời gian làm việc
- Cơ hội thăng tiến

Về phần tiêu đề bài đăng cần sự sáng tạo thu hút hơn như:

- “Thu nhập 10–15 triệu/tháng tại FPT Telecom Đà Nẵng”
- “Không yêu cầu kinh nghiệm – được đào tạo từ đầu”
- “FPT Telecom Đà Nẵng tuyển nhân viên kinh doanh khu vực Hải Châu”

Công ty cần thống nhất hình ảnh tuyển dụng theo cùng màu sắc, logo và bố cục nhằm tạo sự chuyên nghiệp và giúp ứng viên dễ nhận diện thương hiệu tuyển dụng của doanh nghiệp.

Đối với TikTok, công ty không nên chỉ đăng video giới thiệu tuyển dụng đơn giản mà cần xây dựng nội dung theo từng chủ đề cụ thể và để nội dung thu hút các ứng viên như:

- Một ngày làm việc của nhân viên kinh doanh.
- Quá trình đi thị trường thực tế.
- Chia sẻ thu nhập thực tế của nhân viên.
- Hoạt động team building và môi trường làm việc.
- Góc làm việc tại Công ty.
- Video phỏng vấn nhanh nhân viên đang làm việc.

Mỗi video cần được giới hạn thời lượng khoảng 30–60 giây, có phụ đề nổi bật, nhạc xu hướng và tiêu đề thu hút ngay 3 giây đầu để tăng khả năng giữ chân người xem.

Bộ phận tuyển dụng cũng cần xây dựng lịch đăng bài cố định hàng tuần, ví dụ:

- Facebook: 3 - 4 bài/ngày.
- TikTok: 5 - 6 video/tuần.

Việc duy trì đăng tải thường xuyên sẽ giúp tăng độ phủ tuyển dụng và giữ hình ảnh tuyển dụng của Công ty xuất hiện liên tục trên mạng xã hội. Đồng thời, công ty nên theo dõi lượt tương tác, số lượng hồ sơ nhận được từ từng bài đăng để đánh giá nội dung nào hiệu quả và tiếp tục cải thiện cho các đợt tuyển dụng tiếp theo.

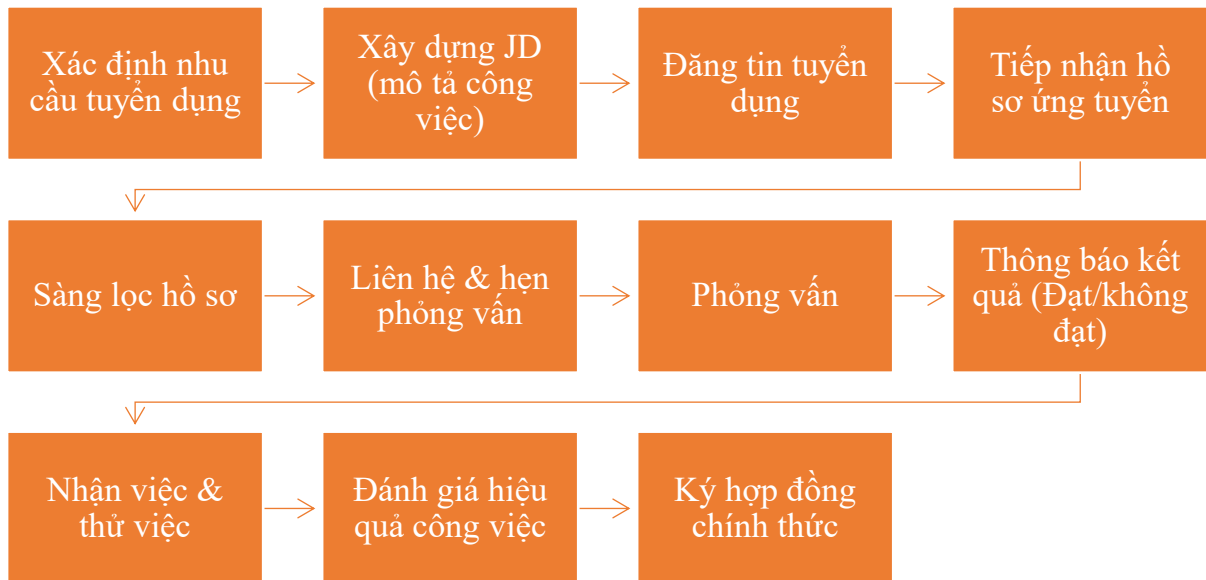
3.2.4. Giải pháp 4: Bổ sung đánh giá nhân viên sau thời gian thử việc

❖ Mục tiêu giải pháp

- Đánh giá mức độ phù hợp của nhân viên mới đối với vị trí nhân viên kinh doanh.
- Nâng cao chất lượng tuyển dụng và giảm tỷ lệ nghỉ việc sau thử việc.
- Hoàn thiện quy trình tuyển dụng tại FPT Telecom Đà Nẵng.

❖ Nội dung giải pháp:

Để hoàn thiện quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh, FPT Telecom Đà Nẵng cần bổ sung bước đánh giá hiệu quả công việc sau thử việc vào quy trình tuyển dụng. Sau khi nhân viên kết thúc thời gian thử việc và ký hợp đồng chính thức, Công ty vẫn chưa có bước đánh giá cụ thể về mức độ phù hợp của nhân viên mới đối với công việc. Điều này khiến bộ phận nhân sự khó theo dõi chất lượng tuyển dụng cũng như hiệu quả của từng nguồn tuyển. Dưới đây là sơ đồ bổ sung quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh:



Hình 3.1: Sơ đồ tuyển dụng nhân viên kinh doanh

Sau thời gian thử việc 2 tháng, bộ phận nhân sự cần phối hợp với trưởng phòng kinh doanh tiến hành đánh giá nhân viên thông qua bảng nhận xét nhân viên thử việc. Nội dung đánh giá tập trung vào các tiêu chí như:

- Ý thức chấp hành nội quy Công ty.
- Tinh thần trách nhiệm trong công việc.
- Kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng.
- Khả năng làm việc nhóm.
- Mức độ hoàn thành công việc được giao.
- Khả năng thích nghi với môi trường làm việc thực tế.

Ngoài các tiêu chí đánh giá chuyên môn, bảng đánh giá còn giúp trưởng bộ phận đưa ra nhận xét về ưu điểm, hạn chế và mức độ phù hợp của nhân viên đối với vị trí nhân viên kinh doanh. Dựa trên kết quả này, Công ty sẽ xem xét ký hợp đồng chính thức, gia hạn thử việc hoặc chấm dứt thử việc đối với những trường hợp chưa đáp ứng yêu cầu công việc. Đây là bảng mẫu đánh giá nhân viên sau thời gian thử việc:

BẢNG NHẬN XÉT NHÂN VIÊN

Kính gửi: Ban giám đốc Công ty

Phòng Hành Chính Nhân Sự

Bộ phận (Phòng ban):

Người đánh giá:.....**Chức vụ:**.....

Thông báo kết quả làm việc của nhân viên như sau:

Họ & tên nhân viên:.....

Vị trí:..... **Phòng ban:**.....

Thời gian làm việc:.....

Lưu ý: Người đánh giá, nhận xét tích (x) vào ô tương ứng.

STT	NỘI DUNG ĐÁNH GIÁ	KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ			
		Xuất sắc	Khá	Trung bình	Kém
1	Chấp hành nội quy				
	Tuân thủ giờ làm việc và nội quy lao động				
	Tuân thủ nội quy, quy chế làm việc của Công ty				
2	Tác phong				
	Ăn mặc gọn gàng, sạch sẽ				
	Giữ vệ sinh chung và vệ sinh nơi làm việc				
	Nhanh nhẹn, linh hoạt				
3	Quan hệ				
	Với cấp trên, đồng nghiệp, khách hàng				
	Giải quyết yêu cầu của khách hàng: nhanh chóng, kịp thời				
	Thái độ chăm sóc khách hàng: cẩn thận, chu đáo, thoả mãn nhu cầu khách hàng				
4	Công việc				
	Tinh thần hợp tác trong công việc				
	Thao tác thực hiện trong công việc				
	Chất lượng số lượng công việc hoàn thành				
	Mức độ hiểu biết về công việc được giao				
	Khả năng tiếp thu công việc				
	Hiểu rõ các nghiệp vụ của công việc				
	Kiến thức chuyên môn phù hợp với công việc				
	Khả năng làm việc độc lập và sự chủ động trong công việc				
	Sự sáng tạo trong công việc				
	Hiểu biết về sản phẩm, dịch vụ của công ty				
	Tinh thần học hỏi và cầu tiến				
	Chấp hành mệnh lệnh của trưởng phòng				
5	Kỹ năng				
	Kỹ năng giao tiếp				
	Kỹ năng làm việc nhóm				

	Thao tác thực hiện các kỹ năng mềm: giao tiếp, đàm phán, thuyết phục,.....				
	Kỹ năng giải quyết vấn đề				
	Kỹ năng hoạch định công việc và quản lý				
	Kỹ năng thích ứng với áp lực công việc				
6	Sử dụng trang thiết bị				
	Sử dụng thành thạo các máy móc thiết bị				
	Có tinh thần sử dụng tiết kiệm tài sản Công ty				
	TỔNG SỐ ĐIỂM				

(Cột đánh giá nào được đánh giá nhiều nhất sẽ đánh giá mức độ của nhân viên theo cấp độ đã đánh giá)

NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI ĐÁNH GIÁ

Ưu điểm của nhân viên:

.....

.....

.....

.....

Nhược điểm của nhân viên:

.....

.....

.....

.....

Đánh giá chung:

.....

.....

.....

Kiến nghị:

.....

.....

.....

Giám đốc xét duyệt:**ngày.....tháng.....năm 20...**

.....
Người lập biểu
 (Ký, ghi rõ họ tên)

Hình 3.2 : Bảng mẫu đánh giá nhân viên sau thử việc

Qua bảng mẫu đánh giá trên,về việc đánh giá sau thử việc còn giúp bộ phận nhân sự thống kê hiệu quả của từng nguồn tuyển dụng thông qua tỷ lệ nhân viên tiếp tục làm việc chính thức. Đây sẽ là cơ sở để doanh nghiệp điều chỉnh nội dung tuyển dụng, tiêu chí sàng lọc và lựa chọn kênh tuyển dụng phù hợp hơn trong các đợt tuyển dụng sau này.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh thị trường viễn thông ngày càng cạnh tranh, nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với FPT Telecom Đà Nẵng, công tác tuyển dụng nhân viên kinh doanh không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng thị trường mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả hoạt động của Công ty.

Qua quá trình tìm hiểu và phân tích thực tế tại doanh nghiệp, có thể thấy quy trình tuyển dụng nhân viên kinh doanh tại FPT Telecom Đà Nẵng được triển khai tương đối đầy đủ và rõ ràng, bao gồm các bước từ xác định nhu cầu tuyển dụng, xây dựng mô tả công việc, đăng tin tuyển dụng, tiếp nhận và sàng lọc hồ sơ, phỏng vấn đến thử việc và ký hợp đồng chính thức. Công ty cũng đã chủ động ứng dụng nhiều kênh tuyển dụng như Facebook, TikTok và Vieclam24h nhằm mở rộng khả năng tiếp cận ứng viên và nâng cao hiệu quả tuyển dụng.

Với những kết quả đạt được, công tác tuyển dụng vẫn còn tồn tại một số hạn chế như hiệu quả các kênh tuyển dụng chưa đồng đều, số lượng và chất lượng hồ sơ ứng tuyển còn hạn chế, nội dung tuyển dụng chưa thực sự nổi bật cũng như chưa có bước đánh giá hiệu quả nhân viên sau thử việc. Những hạn chế này phần nào ảnh hưởng đến khả năng thu hút và lựa chọn ứng viên phù hợp cho vị trí nhân viên kinh doanh.

Từ việc phân tích thực trạng, đề tài đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình tuyển dụng tại FPT Telecom Đà Nẵng như nâng cao hiệu quả nội dung tuyển dụng trên mạng xã hội, đa dạng hóa nguồn tuyển dụng, cải thiện chất lượng phỏng vấn, ứng dụng công nghệ trong quản lý tuyển dụng và bổ sung bước đánh giá nhân viên sau thử việc. Các giải pháp này góp phần giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả tuyển dụng, tiết kiệm thời gian và chi phí, xây dựng nguồn nhân lực ổn định và phù hợp với định hướng phát triển lâu dài của Công ty.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

STT	Loại tài liệu	Ví dụ minh họa
1	Giáo trình	Trần Kim Dung. (2020). <i>Quản trị nguồn nhân lực</i> . Nhà xuất bản Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
2	Bài giảng	Th.S Lê Thị Quỳnh Anh. <i>Bài giảng Quản trị nguồn nhân lực</i> . Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng.
3	Sách (Book)	Armstrong, M. (2020). <i>Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice</i> . Kogan Page.
4	Tài liệu nội bộ doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Viễn thông FPT – FPT Telecom Đà Nẵng. (2023–2025). <i>Tài liệu nội bộ Phòng Hành chính – Nhân sự</i> . Đà Nẵng.
5.	Website	JobsGo.(2026). <i>Tuyển dụng là gì?</i> https://jobsqo.vn/blog/tuyen-dung-la-gi/
6	Website	ITD VIETNAM. Jonathan M.Pham.(2020). <i>Các nguồn tuyển dụng</i> https://vncmd.com/chuyen-de/nhan-su/cac-nguon-tuyen-dung/
7	Website	MISA AMIS. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình tuyển dụng</i> . https://amis.misa.vn/65084/cac-nhan-to-anh-huong-den-qua-trinh-tuyen-dung/

Đà Nẵng, ngày ... tháng ... năm 2026

MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI

Khai báo của Sinh viên về việc Sử dụng Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh có Trách nhiệm
Tôi, Hoàng Thị Kim Xuân, cam đoan rằng tôi đã sử dụng có trách nhiệm các công cụ Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh (GenAI) trong quá trình chuẩn bị Khóa luận này.

Bằng việc ký vào đơn này, tôi xác nhận các nội dung sau:

1. Khai báo sử dụng AI

Vui lòng cho biết bạn có sử dụng bất kỳ công cụ AI tạo sinh nào (ví dụ: ChatGPT, Gemini, v.v.) trong việc tạo ra bài làm này hay không:

- ☐ **Có**, tôi có sử dụng các công cụ AI trong bài đánh giá này.
- ☐ **Không**, tôi không sử dụng bất kỳ công cụ AI nào.

2. Chi tiết về việc sử dụng AI (Nếu bạn chọn "Có" ở trên)

- **Các công cụ AI đã sử dụng:**

- Chat GPT

- **Mục đích sử dụng AI** (ví dụ: tìm ý tưởng, soạn thảo, tóm tắt, chỉnh sửa):

- Hỗ trợ diễn đạt nội dung, điều chỉnh câu văn và trình bày nội dung.

- Hỗ trợ tìm kiếm ý tưởng và xây dựng bố cục khoá luận.

- Phân tích số liệu, nhận xét kết quả trong công tác tuyển dụng.

- **Các phần cụ thể có sự hỗ trợ của AI:**

- Hỗ trợ xây dựng đề cương chi tiết.

- Chương 2: Hỗ trợ phân tích, nhận xét số liệu tuyển dụng, đề xuất các giải pháp hoàn thiện quy trình tuyển dụng.

- Chương 3: Hỗ trợ soạn thảo phần kết luận.

• **Tôi xác nhận rằng tôi đã xem xét kỹ lưỡng và xác thực tất cả nội dung do AI tạo ra về tính chính xác, tính nguyên bản và sự phù hợp.**

- ☐ **Có**

3. Liêm chính, Trách nhiệm Học thuật và Tuân thủ Đạo đức và Pháp luật

- Tôi chịu trách nhiệm hoàn toàn về nội dung của bài nộp này và xác nhận rằng AI chỉ được sử dụng như một công cụ hỗ trợ, không phải là tác giả chính cho bài làm của tôi.
- Tôi xác nhận rằng AI không được sử dụng để ngụy tạo, làm giả hoặc thao túng dữ liệu. - Tôi đã đảm bảo rằng không có dữ liệu bí mật hoặc riêng tư nào được chia sẻ với các công cụ AI mà không có sự cho phép thích hợp.
- Tôi đã tuân thủ tất cả các yêu cầu pháp lý liên quan đến bảo vệ dữ liệu và sở hữu trí tuệ, đồng thời đã trích dẫn nguồn một cách thích hợp.
- Bài đánh giá này phản ánh nỗ lực trí tuệ cá nhân của tôi, và trách nhiệm đối với bài làm này hoàn toàn thuộc về cá nhân tôi.

Cam kết

- Tôi hiểu rằng bất kỳ sự thiếu tuân thủ nào đối với việc sử dụng AI có trách nhiệm, bao gồm việc không khai báo sử dụng AI hoặc trình bày sai sự thật, có thể dẫn đến việc Khóa luận tốt nghiệp của tôi bị từ chối mà không cần xem xét thêm.
- Bằng việc ký vào đơn này, tôi khẳng định rằng bài nộp này phản ánh trung thực bài làm của tôi và tôi đã tuân thủ các nguyên tắc sử dụng AI có trách nhiệm.

Chữ ký: _____ **Ngày:** _____