

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



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN
SỰ TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
VÀ DU LỊCH MINH KHANG GROUP**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: LÊ BẢO TRÂN

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2254030074

KHÓA HỌC: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

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



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN
SỰ TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
VÀ DU LỊCH MINH KHANG GROUP**

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Đỗ Thị Thủy

Sinh viên thực hiện: Lê Bảo Trân

Mã số sinh viên: 2254030074

Khóa học: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

KHOA KINH TẾ

Độc Lập – Tự do – Hạnh Phúc

BỘ MÔN QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng, ngày 1 tháng 6 năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 - 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Lê Bảo Trân
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH MINH KHANG GROUP”

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

- Trích xuất số liệu thực tế từ Phòng Hành chính Nhân sự của Công ty

4. Các bảng biểu

- DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT
- DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS. Đỗ Thị Thuỷ

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp

- 02/03/2026

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

- 25/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự bùng nổ của nền kinh tế tri thức, nguồn nhân lực đã trở thành yếu tố then chốt, quyết định sự sinh tồn và phát triển bền vững của mọi tổ chức. Đối với các doanh nghiệp, con người không đơn thuần là một yếu tố sản xuất mà là tài sản chiến lược tạo ra lợi thế cạnh tranh khác biệt. Để sở hữu một đội ngũ nhân sự chất lượng, công tác tuyển dụng đóng vai trò là "cửa ngõ" quan trọng nhất. Một quy trình tuyển dụng khoa học không chỉ giúp doanh nghiệp tìm được những ứng viên có năng lực phù hợp mà còn giảm thiểu chi phí đào tạo lại, hạn chế rủi ro biến động nhân sự và xây dựng nền văn hóa doanh nghiệp vững mạnh ngay từ khâu đầu vào.

Đặc biệt, đối với ngành Thương mại và Du lịch – một ngành dịch vụ có tính đặc thù cao – chất lượng sản phẩm được đo lường bằng sự hài lòng của khách hàng thông qua quá trình tiếp xúc trực tiếp với nhân viên. Tại Việt Nam, sau giai đoạn phục hồi mạnh mẽ của thị trường du lịch, nhu cầu về nhân lực chất lượng cao, có kỹ năng chuyên môn và thái độ phục vụ chuyên nghiệp đang trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Điều này đặt ra thách thức lớn cho các doanh nghiệp trong việc thu hút và sàng lọc nhân tài giữa một thị trường lao động đầy biến động.

Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group là đơn vị đang trong quá trình chuyển mình, mở rộng quy mô hoạt động để khẳng định vị thế trong lĩnh vực lữ hành và dịch vụ. Tuy nhiên, qua quá trình thực tập và tìm hiểu thực tế, tôi nhận thấy công tác tuyển dụng tại Công ty vẫn còn bộc lộ một số hạn chế nhất định. Cụ thể, các kênh tuyển dụng chưa đa dạng, bộ tiêu chuẩn đánh giá ứng viên cho từng vị trí chưa thực sự hoàn thiện và quy trình sàng lọc đôi khi còn mang tính chủ quan. Những tồn tại này dẫn đến việc một số nhân sự mới chưa thích nghi kịp với áp lực công việc, gây ảnh hưởng đến hiệu quả vận hành và chất lượng dịch vụ của Công ty.

Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề trên, với mong muốn vận dụng những kiến thức đã học vào thực tiễn để đóng góp cho sự phát triển của đơn vị, tôi đã quyết định chọn đề tài: **“Hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group”** làm nội dung nghiên cứu cho khóa luận tốt nghiệp của mình. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng sẽ mang lại cái nhìn khách quan về thực trạng và đề xuất những giải pháp thiết thực nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho Công ty trong tương lai.

2. Mục tiêu nghiên cứu:

2.1. Mục tiêu nghiên cứu chung:

– Hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group.

2.2. Mục tiêu nghiên cứu cụ thể:

– Hệ thống hoá cơ sở lý luận về nhân sự và tuyển dụng nhân sự trong doanh nghiệp
– Phân tích thực trạng và đánh giá công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group.

– Đề xuất các giải pháp hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

3.1. Đối tượng nghiên cứu:

Công tác tuyển dụng nhân sự (quy trình, nguồn, phương pháp, hiệu quả) tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group.

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

- Không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group
- Thời gian nghiên cứu: Số liệu phân tích từ năm 2023 - 2025

4. Phương pháp nghiên cứu:

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu:

– Dữ liệu thứ cấp: Báo cáo nội bộ công ty, website minhkhanguroup.vn, masothue.com, fanpage tuyển dụng.

Nguồn nội bộ công ty: Báo cáo tài chính, báo cáo nhân sự, bảng cân đối tài sản - nguồn vốn, kết quả kinh doanh, cơ cấu nhân sự qua các năm (2023-2025), sơ đồ tổ chức, lịch sử hình thành, mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc của một số vị trí.

Nguồn công khai của doanh nghiệp: Website chính thức minhkhanguroup.vn, Fanpage “Tuyển Dụng Minh Khang Group”, “Minh Khang Hr”.

Nguồn bên ngoài: masothue.com (thông tin pháp nhân, lịch sử thay đổi), các tài liệu công khai về ngành du lịch và bất động sản tại Đà Nẵng năm 2025-2026, các báo cáo ngành, thông tin đối thủ cạnh tranh.

- Dữ liệu sơ cấp:

Quan sát trực tiếp hoạt động tuyển dụng tại công ty (quy trình thực tế, kênh tuyển dụng, tin đăng tuyển dụng trên Facebook và group việc làm Đà Nẵng).

Phỏng vấn, trao đổi với bộ phận Hành chính - Nhân sự (HC-NS) và một số lãnh đạo khối kinh doanh (Minh Khang Home, Minh Khang Travel).

Thu thập tin tuyển dụng thực tế, form ứng tuyển, quy trình sàng lọc hồ sơ và phỏng vấn của công ty trong giai đoạn 2025-2026.

4.2. Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu:

- Phân tích, so sánh, tổng hợp lý thuyết với thực tiễn tại Minh Khang Group. Phân tích môi trường vi mô, vĩ mô, phân tích điểm mạnh - điểm yếu của công ty so với đối thủ (Savills, CBRE, Vietravel, Saigontourist).
- Xử lý số liệu qua các bảng biểu (cơ cấu nhân sự, tài chính, kết quả kinh doanh), tính toán tỷ lệ tăng trưởng, tỷ trọng, so sánh qua các năm 2023-2025.
- Phân tích nội dung tin tuyển dụng, đánh giá quy trình tuyển dụng thực tế so với lý thuyết, chỉ ra ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân.

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khóa luận này, em xin gửi lời cảm ơn đến các Quý Thầy cô Khoa Kinh tế, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã tạo cơ hội cho được học tập, rèn luyện và tích lũy kiến thức, kỹ năng để thực hiện khóa luận. Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn đến Giảng viên hướng dẫn Đỗ Thị Thủy đã tận tình chỉ dẫn, theo dõi và đưa ra những lời khuyên bổ ích giúp em giải quyết được các vấn đề gặp phải trong quá trình nghiên cứu và hoàn thành đề tài một cách tốt nhất. Do kiến thức của bản thân còn hạn chế và thiếu kinh nghiệm thực tiễn nên nội dung khóa luận khó tránh những thiếu sót. Em rất mong nhận sự góp ý, chỉ dạy thêm từ Quý Thầy cô.

Cuối cùng, em xin chúc Quý Thầy Cô luôn thật nhiều sức khỏe và đạt được nhiều thành công trong công việc.

Trân trọng.

Sinh viên thực hiện

Lê Bảo Trân

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	4
1. Lý do chọn đề tài:	4
2. Mục tiêu nghiên cứu:.....	5
2.1. Mục tiêu nghiên cứu chung:	5
2.2. Mục tiêu nghiên cứu cụ thể:	5
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:.....	5
3.1. Đối tượng nghiên cứu:	5
3.2. Phạm vi nghiên cứu:.....	5
4. Phương pháp nghiên cứu:.....	5
4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu:	5
4.2. Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu:	6
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NHÂN SỰ VÀ CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP.....	1
1.1. Khái quát về nhân sự:	1
1.1.1. Khái niệm nhân sự: [3]	1
1.1.2. Vai trò của nhân sự: [1]	1
1.2. Khái quát về tuyển dụng nhân sự: [2]	1
1.2.1. Khái niệm tuyển dụng nhân sự:	1
1.2.2. Vai trò tuyển dụng nhân sự:	2
1.3. Nội dung công tác tuyển dụng nhân sự:	3
1.3.1. Xác định nhu cầu tuyển dụng nhân sự: [2]	3
1.3.2. Mục tiêu của tuyển dụng nhân sự:.....	3
1.3.2.1. Mục tiêu ngắn hạn:	3
1.3.2.2. Mục tiêu dài hạn:.....	4
1.3.3. Các nguồn tuyển dụng: [4]	4
1.3.3.1. Nguồn tuyển dụng nội bộ.....	4
1.3.3.2. Nguồn tuyển dụng bên ngoài:.....	5
1.3.4. Các kênh tuyển dụng:	6
1.3.4.1. Kênh tuyển dụng nội bộ:	6
1.3.4.2. Kênh tuyển dụng bên ngoài:	7
1.3.5. Quy trình tuyển dụng: [4]	8
1.3.5.1. Thông báo tuyển dụng:	8
1.3.5.2. Thu nhận, nghiên cứu hồ sơ:	8
1.3.5.3. Phỏng vấn sơ bộ:	9

1.3.5.4.	<i>Kiểm tra, trắc nghiệm:</i>	9
1.3.5.5.	<i>Phỏng vấn lần 2:</i>	10
1.3.5.6.	<i>Xác minh, điều tra:</i>	10
1.3.5.7.	<i>Khám sức khỏe:</i>	10
1.3.5.8.	<i>Ra quyết định tuyển dụng:</i>	11
1.3.6.	<i>Chi phí tuyển dụng:</i>	11
1.3.7.	<i>Đánh giá hiệu quả tuyển dụng:</i>	11
1.4.	Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác tuyển dụng nhân sự:	12
1.4.1.	<i>Các yếu tố thuộc môi trường bên trong:</i>	12
1.4.2.	<i>Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài:</i>	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH MINH KHANG GROUP		16
2.1.	Tổng quan về đơn vị thực tập:	16
2.1.1.	<i>Thông tin chung:</i>	16
2.1.1.1.	<i>Tổng quan về công ty:</i>	16
2.1.1.2.	<i>Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi:</i>	16
2.1.2.	<i>Lịch sử hình thành và phát triển:</i>	17
2.1.3.	<i>Lĩnh vực kinh doanh/sản phẩm kinh doanh:</i>	18
2.1.4.	<i>Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ các phòng ban:</i>	19
2.1.4.1.	<i>Sơ đồ tổ chức:</i>	19
2.1.4.2.	<i>Chức năng nhiệm vụ các phòng ban:</i>	19
2.2.	Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	21
2.2.1.	<i>Các yếu tố vi mô:</i>	21
2.2.1.1.	<i>Khách hàng:</i>	21
2.2.1.2.	<i>Nhà cung cấp:</i>	22
2.2.1.3.	<i>Nhà trung gian:</i>	22
2.2.1.4.	<i>Đối thủ cạnh tranh:</i>	23
2.2.2.	<i>Các yếu tố vĩ mô:</i>	27
2.2.2.1.	<i>Chính trị và Pháp lý:</i>	27
2.2.2.2.	<i>Kinh tế:</i>	28
2.2.2.3.	<i>Xã hội và Văn hóa:</i>	28
2.2.2.4.	<i>Công nghệ:</i>	29
2.2.2.5.	<i>Môi trường và Toàn cầu:</i>	29

2.3. Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh	30
2.3.1. <i>Cơ sở vật chất:</i>	30
2.3.2. <i>Nguồn nhân lực:</i>	31
2.3.3. <i>Nguồn lực tài chính:</i>	32
2.3.4. <i>Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh:</i>	35
2.4. Thực trạng tuyển dụng nhân lực tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group	37
2.4.1. <i>Xác định nhu cầu tuyển dụng:</i>	37
2.4.2. <i>Mục tiêu tuyển dụng nhân sự:</i>	40
2.4.3. <i>Nguồn tuyển dụng nhân sự:</i>	41
2.4.4. <i>Kênh tuyển dụng:</i>	42
2.4.5. <i>Quy trình tuyển dụng:</i>	44
2.4.6. <i>Chi phí tuyển dụng:</i>	48
2.4.7. <i>Đánh giá hiệu quả tuyển dụng:</i>	49
2.5. Kết luận chung:	50
2.5.1. <i>Ưu điểm:</i>	50
2.5.2. <i>Hạn chế và nguyên nhân của hạn chế:</i>	51
2.5.2.1. <i>Hạn chế:</i>	51
2.5.2.2. <i>Nguyên nhân của hạn chế:</i>	52
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI MINH KHANG GROUP	53
3.1. Định hướng phát triển của công ty trong thời gian tới:	53
3.1.1. <i>Mục tiêu phát triển của công ty trong thời gian tới:</i>	53
3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tuyển dụng:	54
3.2.1. <i>Hoàn thiện quy trình tuyển dụng:</i>	54
3.2.2. <i>Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tỷ lệ chuyển đổi từ thực tập sinh sang nhân viên chính thức:</i>	55
3.2.3. <i>Đa dạng hóa kênh tuyển dụng và xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng:</i>	57
3.2.4. <i>Hoàn thiện hệ thống đánh giá hiệu quả tuyển dụng:</i>	58
PHẦN 3: KẾT LUẬN	60

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU SỐ LIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

1. Danh mục chữ viết tắt:

STT	Chữ viết tắt	Giải nghĩa
1	BDS	Bất động sản
2	HC - NS	Hành chính – Nhân sự
3	IT	Công nghệ thông tin
4	ND - CP	Nghị định – Chính phủ
5	S&M	Sale & Marketing – Kinh doanh & Tiếp thị
6	TC - KT	Tài chính – Kế toán
7	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
8	TTS	Thực tập sinh

2. Danh mục bảng biểu, hình ảnh

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Bảng phân tích các đối thủ cạnh tranh	23
Bảng 2.2. Bảng cơ sở vật chất	30
Bảng 2.3. Nguồn nhân lực của Minh Khang Group qua các năm	31
Bảng 2.4. Bảng cân đối tài sản tại Minh Khang Group	32
Bảng 2.5. Bảng cân đối nguồn vốn tại Minh Khang Group	34
Bảng 2.6. Bảng kết quả hoạt động kinh doanh tại Minh Khang Group	35
Bảng 2.7. Bảng tổng hợp hồ sơ ứng tuyển tại Minh Khang Group	49

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại Minh Khang Group	19
Hình 2.2. Bản mô tả công việc TTS Kinh doanh.....	38
Hình 2.3. Bản mô tả công việc TTS Marketing.....	38
Hình 2.4. Bản mô tả công việc TTS Hành chính Nhân sự	39
Hình 2.5. Bản mô tả công việc TTS Vận hành toà nhà	39
Hình 2.6. Bản mô tả công việc Chuyên viên Kinh doanh	40
Hình 2.7. Fanpage tuyển dụng Minh Khang Hr	42
Hình 2.8. Fanpage Tuyển Dụng Minh Khang Group	43
Hình 2.9. Quy trình tuyển dụng tại Minh Khang Group	44
Hình 2.10. Thông báo tuyển dụng tại Fanpage Tuyển Dụng Minh Khang Group	45

Hình 2.11. Thông báo tuyển dụng tại Fanpage Minh Khang Hr	45
Hình 2.12. Thông báo tuyển dụng tại Group HR Share & Connect Đà Nẵng JOB.	46
Hình 2.13. Thông báo tuyển dụng tại Group Internship & Jobs in Da Nang	46
Hình 3.1. Quy trình tuyển dụng hoàn thiện	54

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NHÂN SỰ VÀ CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP

1.1. Khái quát về nhân sự:

1.1.1. Khái niệm nhân sự: [3]

Nhân sự là toàn bộ tiềm năng của con người về mặt hoạt động kinh tế - xã hội. Lao động con người phải bao gồm cả khả năng về thể lực và trí lực của một con người cụ thể trong tổ chức. Về nhân sự cũng được hiểu rõ hơn với tính chất tổng hợp của toàn bộ các cá thể người lao động cả ở hiện tại và tương lai trong một tổ chức.

Nhân sự là toàn bộ khả năng về sức lực, trí tuệ của mỗi cá nhân trong tổ chức, bất kể vai trò của họ là gì. Theo ý kiến này, nói đến nhân sự là nói đến sức óc, sức bắp thịt, sức thần kinh và nhìn nhận các khả năng này ở trạng thái tĩnh. Nhân sự nói lên tiềm năng của con người cả về ượng về chất.

1.1.2. Vai trò của nhân sự: [1]

Nhân sự luôn được xem là một yếu tố tạo nên sự phát triển và thành công của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp có thể có công nghệ hiện đại, chất lượng dịch vụ tốt, cơ sở hạ tầng vững chãi nhưng nếu thiếu lực lượng lao động thì doanh nghiệp đó khó có thể tồn tại lâu dài.

Có thể nói, chính con người tạo ra sự khác biệt giữa các doanh nghiệp. Tuy vậy, nếu chú trọng tới phát triển nhân sự mà không gắn kết nó với những nguyên tắc và mục tiêu chung của doanh nghiệp thì mọi sự cố gắng nhằm phát huy hiệu quả hoạt động của người lao động sẽ trở thành lãng phí, vô ích.

Trước nguy cơ tụt hậu về khả năng cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hóa, hơn bao giờ hết, yếu tố nhân sự cần được các doanh nghiệp nhận thức một cách đúng đắn và sử dụng hiệu quả hơn.

Một doanh nghiệp có thể tạo được ưu thế cạnh tranh hay không là nhờ vào đội ngũ nhân sự có năng động, có khả năng đáp ứng nhạy bén, trình độ chuyên môn cao hay không. Điều tiên quyết để đội ngũ nhân sự chất lượng cao phụ thuộc vào chính đội ngũ lãnh đạo của công ty. Họ phải có chính sách tuyển dụng và kế hoạch phát triển theo những tiêu chí khả thi đã đặt ra, nghĩa là chiến lược nhân sự phải gắn liền với chiến lược tổng thể dài hạn của doanh nghiệp.

1.2. Khái quát về tuyển dụng nhân sự: [2]

1.2.1. Khái niệm tuyển dụng nhân sự:

Tuyển dụng nhân sự là quá trình thu hút những người xin việc có trình độ từ lực lượng lao động xã hội và lực lượng bên trong tổ chức và đánh giá các ứng cử viên theo nhiều khía cạnh khác nhau dựa vào các yêu cầu của công việc để tìm được những người phù hợp với các yêu cầu đặt ra. Cơ hội thăng chức để cải thiện mức sống và việc làm có tương lai.

Tuyển dụng nhân sự là một quá trình tìm kiếm, thu hút, lựa chọn và đánh giá nhân sự thỏa mãn các yêu cầu sử dụng của doanh nghiệp và bổ sung đội ngũ lao động cần thiết để thực hiện các mục tiêu đã đề ra của doanh nghiệp.

Tuyển dụng nhân sự là một quá trình thu hút những người xin việc có trình độ từ lực lượng lao động xã hội và lực lượng lao động bên trong tổ chức. Đồng thời cũng là quá trình đánh giá các ứng viên theo các khía cạnh khác nhau dựa theo yêu cầu của công việc để có thể tìm được người phù hợp với các yêu cầu đặt ra trong số những người đã thu hút được.

1.2.2. Vai trò tuyển dụng nhân sự:

o Vai trò tuyển dụng đối với tổ chức:

Quản trị nhân sự giúp tổ chức khai thác có hiệu quả nguồn vốn con người, phối hợp một cách tốt nhất các nguồn vốn khác. Quản trị nhân sự giúp cho tổ chức chủ động đối phó với mọi biến động trên thị trường lao động cũng như sự cạn kiệt các nguồn lực khác. Thông qua việc phát huy năng suất, hiệu quả lao động, thúc đẩy nghiên cứu và áp dụng các giải pháp sáng tạo trong tận dụng mọi nguồn lực khác của sản xuất, tổ chức sẽ tăng dần khả năng thay thế của đầu vào lao động. Quản trị nhân sự có thể giúp tổ chức đạt được lợi thế cạnh tranh từ đầu vào lao động.

Tuyển dụng luôn giữ một vị trí quan trọng trong tổ chức cũng như đối với xã hội. Quá trình tuyển dụng nhân sự luôn được đánh giá cao đối với mỗi doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay. Khi nền kinh tế có sự hội nhập mạnh mẽ cùng với đó là sự cạnh tranh của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

o Vai trò tuyển dụng đối với xã hội:

Quản trị nhân sự giúp thực thi các hệ thống tiêu chuẩn, pháp luật, trách nhiệm xã hội một cách tốt nhất. Với sự quan tâm tốt nhất tới yếu tố con người, các mối quan hệ tại nơi làm việc được quan tâm và hoàn thiện theo hướng tốt đẹp nhất. Môi trường lao động, điều kiện lao động được cải thiện, công việc ngày càng trở nên hoàn thiện hơn. Giá trị và vị thế của con người ngày càng được khẳng định và tôn vinh.

1.3. Nội dung công tác tuyển dụng nhân sự:

1.3.1. Xác định nhu cầu tuyển dụng nhân sự: [2]

Xác định nhu cầu tuyển dụng nhằm xác định đúng nhu cầu nhân lực trước mắt và lâu dài cho doanh nghiệp. Nhà quản trị cần biết rõ ràng cần tuyển bao nhiêu nhân sự? Ở vị trí nào? Và yêu cầu về trình độ chuyên môn của nhân sự đó ra sao? Căn cứ vào nhu cầu, định hướng phát triển của doanh nghiệp để có thể xác định nhu cầu tuyển dụng một cách chính xác nhất.

Bước này được thực hiện bằng quá trình phân tích công việc, phân tích công việc là quá trình thu thập các tư liệu đánh giá một cách có hệ thống các thông tin quan trọng có liên quan tới các công việc cụ thể trong tổ chức nhằm làm rõ bản chất của từng công việc.

Kết quả của xác định nhu cầu tuyển dụng được thể hiện bằng hai tài liệu quan trọng phục vụ cho tuyển dụng của doanh nghiệp đó là: bản mô tả công việc và bản tiêu chuẩn công việc:

- Bản mô tả công việc: là một tài liệu cung cấp thông tin liên quan đến các công tác cụ thể, các nhiệm vụ và trách nhiệm của công việc. Bản mô tả công việc bao gồm các nội dung chính như : tên công việc, mã số, cấp bậc công việc, chức năng, trách nhiệm trong công việc, quyền hạn của người thực hiện công việc, điều kiện làm việc...

- Bản tiêu chuẩn công việc : là bản trình bày ở các điều kiện tiêu chuẩn tối thiểu có thể chấp nhận được mà một người cần phải có để hoàn thành một công việc nhất định nào đó. Bản tiêu chuẩn công việc liệt kê tất cả những yêu cầu chủ yếu đối với nhân viên thực hiện công việc như: trình độ văn hóa, chuyên môn, trình độ ngoại ngữ, kinh nghiệm, tuổi tác, sức khỏe, tính cách, tham vọng...

1.3.2. Mục tiêu của tuyển dụng nhân sự:

1.3.2.1. Mục tiêu ngắn hạn:

Tập trung vào việc giải quyết các vấn đề trước mắt, thường được thực hiện trong khoảng thời gian từ 6 đến 18 tháng. Các mục tiêu này nhấn mạnh vào việc lấp đầy nhanh chóng các vị trí trống để đảm bảo hoạt động kinh doanh không bị gián đoạn. Cụ thể, mục tiêu ngắn hạn bao gồm: giảm thời gian tuyển dụng, bổ sung kịp thời nhân sự thiếu hụt do nghỉ việc đột ngột hoặc mở rộng dự án ngắn hạn, kiểm soát chi phí tuyển dụng ngay lập tức và duy trì sự ổn định về số lượng lao động hiện tại. Việc thực hiện tốt mục

tiêu ngắn hạn giúp tổ chức tránh mất mát về năng suất và doanh thu do thiếu nhân lực. Tuy nhiên, nếu chỉ tập trung vào mục tiêu ngắn hạn mà chất lượng, doanh nghiệp dễ rơi vào tình trạng tuyển dụng sai người, dẫn đến tỷ lệ nghỉ việc cao và chi phí đào tạo lại tăng trong tương lai.

1.3.2.2. Mục tiêu dài hạn:

Hướng tới sự phát triển bền vững của tổ chức trong khoảng thời gian từ 2 đến 5 năm trở lên. Mục tiêu này không chỉ dừng lại ở việc lấp đầy vị trí mà còn tập trung vào việc xây dựng nguồn ứng viên chất lượng cao, đảm bảo sự phù hợp giữa ứng viên với công việc và văn hóa tổ chức, thúc đẩy đa dạng hóa lực lượng lao động và xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng hấp dẫn. Thông qua tuyển dụng dài hạn, tổ chức có thể giảm tỷ lệ nghỉ việc, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, hỗ trợ kế hoạch kế thừa lãnh đạo và chuẩn bị nhân tài cho các mục tiêu chiến lược kinh doanh trong tương lai. Việc chú trọng mục tiêu dài hạn giúp doanh nghiệp tạo lợi thế cạnh tranh bền vững thông qua một đội ngũ nhân sự gắn bó, có năng lực cao và thích ứng tốt với sự thay đổi của môi trường kinh doanh.

1.3.3. Các nguồn tuyển dụng: [4]

1.3.3.1. Nguồn tuyển dụng nội bộ

Nguồn nội bộ được giới hạn ở những người lao động đang làm việc trong doanh nghiệp nhưng lại có nhu cầu chuyển đổi công việc khác mà doanh nghiệp đang có nhu cầu tuyển dụng. Để nắm được nguồn này các nhà quản trị doanh nghiệp cần phải lập các loại hồ sơ khác nhau như hồ sơ nhân sự, hồ sơ phát triển nhân sự và hồ sơ sắp xếp lại nhân lực.

Nguồn tuyển dụng nội bộ được thực hiện công khai, với các tiêu chuẩn rõ ràng đối với tất cả các ứng viên từ bên trong doanh nghiệp. Hình thức tuyển các nhân viên từ trong nội bộ doanh nghiệp thường được ưu tiên hàng đầu do có các ưu điểm sau đây so với việc tuyển ứng viên từ bên ngoài: thứ nhất, nhân viên của doanh nghiệp đã được thử thách về lòng trung thành, thái độ nghiêm túc, trung thực, tinh thần trách nhiệm và ít bỏ việc; thứ hai, nhân viên của doanh nghiệp sẽ dễ dàng, thuận lợi hơn trong việc thực hiện công việc, nhất là trong thời gian đầu ở cương vị trách nhiệm mới. Họ đã làm quen, hiểu được mục tiêu của doanh nghiệp, do đó mau chóng thích nghi với điều kiện làm việc mới và biết tìm ra cách thức để đạt được mục tiêu đó; và thứ ba, hình thức tuyển trực tiếp từ các nhân viên đang làm việc cho doanh nghiệp cũng sẽ tạo ra sự thi đua rộng rãi giữa

các nhân viên đang làm việc; kích thích họ làm việc tích cực, sáng tạo và tạo ra hiệu suất cao hơn.

Tuy nhiên, hình thức tuyển trực tiếp từ các nhân viên đang làm việc cho doanh nghiệp cũng có thể gây ra một số khó khăn như: việc tuyển nhân viên vào một chức vụ trống trong doanh nghiệp theo kiểu thăng chức nội bộ có thể gây hiện tượng chai lý, xơ cứng do các nhân viên được thăng chức đã quen với cách làm việc của cấp trên trước đây và họ sẽ rập khuôn lại theo cách làm việc đó, thiếu sáng tạo, không đẩy lên được bầu không khí thi đua mới. Điều này rất nguy hiểm nếu doanh nghiệp đang trong tình trạng trì trệ, hoạt động kém hiệu quả. Bên cạnh đó, trong doanh nghiệp dễ hình thành các nhóm “ ứng viên không thành công”, họ là những người ứng cử vào một chức vụ nào đó còn trống nhưng không được tuyển chọn, từ đó có tâm lý không phục lãnh đạo, bất hợp tác với lãnh đạo mới, dễ chia bè phái, mất đoàn kết, khó làm việc

1.3.3.2. Nguồn tuyển dụng bên ngoài:

Nguồn tuyển dụng bên ngoài là việc doanh nghiệp tìm kiếm và thu hút ứng viên từ thị trường lao động bên ngoài tổ chức, bao gồm những cá nhân chưa từng làm việc hoặc không đang làm việc tại doanh nghiệp. Các nguồn này rất đa dạng, chẳng hạn như sinh viên mới tốt nghiệp từ các trường đại học, cao đẳng; người lao động thất nghiệp; nhân viên đang làm việc tại các doanh nghiệp khác; nhân viên cũ của doanh nghiệp hoặc các ứng viên được giới thiệu qua mạng lưới quan hệ.

Hình thức tuyển dụng từ nguồn bên ngoài thường được áp dụng khi nguồn nội bộ không đáp ứng được nhu cầu về số lượng hoặc chất lượng nhân sự, đặc biệt trong giai đoạn doanh nghiệp mở rộng quy mô hoặc cần bổ sung kỹ năng chuyên môn mới. So với nguồn tuyển dụng nội bộ, hình thức này có những ưu điểm nổi bật sau: thứ nhất, nguồn ứng viên phong phú và đa dạng hơn, giúp doanh nghiệp có nhiều lựa chọn để tìm được ứng viên phù hợp nhất với vị trí tuyển dụng, đặc biệt là những người có trình độ chuyên môn cao hoặc kinh nghiệm từ các doanh nghiệp khác; thứ hai, mang lại luồng gió mới, ý tưởng sáng tạo và cách nhìn mới mẻ cho tổ chức. Ứng viên từ bên ngoài thường không bị ràng buộc bởi thói quen làm việc cũ, từ đó thúc đẩy sự đổi mới, cải tiến quy trình và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp; thứ 3, giúp cho đội ngũ nhân sự đa dạng hơn về trình độ, kinh nghiệm, độ tuổi và nền tảng văn hóa, đồng thời tránh được tình trạng “chai lý”, xơ cứng trong nội bộ doanh nghiệp; và ngoài ra dễ dàng bổ sung

nhanh chóng nhân tài cho các vị trí đòi hỏi kỹ năng chuyên sâu hoặc khi doanh nghiệp đang phát triển mạnh và nguồn nội bộ bị hạn chế.

Tuy nhiên, việc tuyển dụng từ nguồn bên ngoài cũng tồn tại một số hạn chế và khó khăn nhất định: thứ nhất, chi phí tuyển dụng cao hơn so với nguồn nội bộ do phải chi trả cho quảng cáo, hội chợ việc làm, phí dịch vụ trung gian tuyển dụng và có thể phải trả lương khởi điểm cao hơn để thu hút ứng viên giỏi; thứ hai, quá trình tuyển dụng thường mất nhiều thời gian hơn (từ sàng lọc hồ sơ, phỏng vấn đến đào tạo), dẫn đến thời gian lấp đầy vị trí dài và có thể làm gián đoạn hoạt động kinh doanh trong ngắn hạn; thứ ba, ứng viên mới cần một khoảng thời gian thích nghi với văn hóa tổ chức, môi trường làm việc và quy trình nội bộ, nên hiệu suất ban đầu có thể chưa cao và đòi hỏi chi phí đào tạo thêm; ngoài ra rủi ro tuyển dụng sai người cao hơn vì doanh nghiệp chưa có đầy đủ thông tin về ứng viên (chỉ dựa vào hồ sơ và phỏng vấn), đồng thời có thể gây ảnh hưởng đến tinh thần của nhân viên hiện tại nếu họ cảm thấy cơ hội thăng tiến bị hạn chế.

1.3.4. Các kênh tuyển dụng:

Kênh tuyển dụng là các phương tiện, công cụ hoặc hình thức mà doanh nghiệp sử dụng để tiếp cận, thu hút và tiếp nhận hồ sơ ứng viên từ các nguồn nhân lực. Việc lựa chọn kênh tuyển dụng phù hợp có ý nghĩa quan trọng, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí, thời gian và chất lượng ứng viên. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số mạnh mẽ tại Việt Nam năm 2026, các kênh tuyển dụng ngày càng đa dạng, kết hợp giữa truyền thống và hiện đại.

1.3.4.1. Kênh tuyển dụng nội bộ:

Kênh tuyển dụng nội bộ là các hình thức doanh nghiệp sử dụng để tìm kiếm và lựa chọn ứng viên từ nguồn nhân lực đang làm việc bên trong tổ chức. Các kênh này bao gồm việc thông báo vị trí trống nội bộ, thăng chức hoặc chuyển vị trí cho nhân viên hiện tại, và chương trình giới thiệu nhân viên. Để triển khai hiệu quả, doanh nghiệp thường lập kế hoạch phát triển nguồn nhân lực, xây dựng hệ thống đánh giá hiệu suất và hồ sơ nhân sự để xác định những cá nhân có tiềm năng phù hợp với vị trí mới.

Kênh tuyển dụng nội bộ mang lại nhiều ưu điểm nổi bật so với các kênh khác, như là: chi phí tuyển dụng thấp vì không phải chi trả cho quảng cáo, trung gian hoặc các khoản phí sàng lọc phức tạp; thời gian tuyển dụng được rút ngắn đáng kể do ứng viên đã quen thuộc với quy trình, văn hóa và mục tiêu của doanh nghiệp, giúp quá trình đảm

bảo diễn ra nhanh chóng và hiệu quả; việc sử dụng kênh nội bộ tạo động lực làm việc và sự gắn bó lâu dài cho nhân viên, vì họ thấy rõ cơ hội thăng tiến trong tổ chức.

Tuy nhiên, kênh tuyển dụng nội bộ cũng tồn tại một số hạn chế nhất định như: phạm vi lựa chọn ứng viên bị giới hạn trong nội bộ doanh nghiệp, dẫn đến nguy cơ thiếu sự đa dạng về ý tưởng và kinh nghiệm mới; việc thăng chức hoặc chuyển vị trí liên tục có thể gây ra tình trạng “chai lỳ”, thiếu sáng tạo khi nhân viên quen với cách làm việc cũ và rập khuôn theo phong cách quản lý trước đó

1.3.4.2. Kênh tuyển dụng bên ngoài:

Kênh tuyển dụng bên ngoài là các hình thức doanh nghiệp tiếp cận và thu hút ứng viên từ thị trường lao động bên ngoài tổ chức. Các kênh này rất đa dạng, bao gồm các nền tảng tuyển dụng trực tuyến (VietnamWorks, TopCV, CareerViet, Vieclam24h,...), mạng xã hội chuyên nghiệp (LinkedIn, Facebook, Zalo OA), công ty tuyển dụng trung gian, hợp tác với trường đại học, hội chợ việc làm cũng như quảng cáo trên báo chí và giới thiệu qua quan hệ đối tác.

Kênh tuyển dụng bên ngoài có những ưu điểm vượt trội trong bối cảnh thị trường lao động cạnh tranh năm 2026 tại Việt Nam: nguồn ứng viên phong phú và đa dạng về trình độ, kinh nghiệm, độ tuổi và nền tảng, giúp doanh nghiệp dễ dàng tìm được nhân tài phù hợp, đặc biệt với các vị trí đòi hỏi kỹ năng chuyên sâu hoặc kinh nghiệm từ ngành khác; việc tuyển dụng từ bên ngoài mang lại luồng gió mới, ý tưởng sáng tạo và cách tiếp cận hiện đại, góp phần thúc đẩy sự đổi mới và nâng cao khả năng cạnh tranh của tổ chức; kênh này hỗ trợ đa dạng hóa đội ngũ nhân sự và xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng mạnh mẽ thông qua các nền tảng số.

Mặc dù có nhiều lợi ích, kênh tuyển dụng bên ngoài cũng gặp phải một số khó khăn và hạn chế sau đây: chi phí tuyển dụng thường cao hơn do phải chi trả cho quảng cáo, phí dịch vụ trung gian, hội chợ việc làm hoặc lương khởi điểm hấp dẫn để thu hút ứng viên giỏi; quá trình tuyển dụng mất nhiều thời gian hơn từ khâu đăng tin, sàng lọc hồ sơ đến phỏng vấn và đào tạo, có thể dẫn đến gián đoạn hoạt động ngắn hạn; ứng viên mới cần thời gian dài để thích nghi với văn hóa tổ chức, và rủi ro tuyển sai người cao hơn vì doanh nghiệp chỉ dựa vào hồ sơ và phỏng vấn thay vì quan sát thực tế lâu dài; việc tuyển dụng bên ngoài còn có thể làm giảm động lực của nhân viên hiện tại nếu họ cảm thấy cơ hội thăng tiến bị hạn chế.

1.3.5. Quy trình tuyển dụng: [4]

1.3.5.1. Thông báo tuyển dụng:

Thông báo tuyển dụng là bước mở đầu quan trọng trong quy trình tuyển dụng nhân sự. Đây là công cụ giúp doanh nghiệp truyền tải thông tin về nhu cầu tuyển dụng đến với các ứng viên tiềm năng một cách rộng rãi và kịp thời. Thông báo tuyển dụng không chỉ cung cấp thông tin mà còn góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu nhà tuyển dụng trong mắt ứng viên.

Doanh nghiệp có thể áp dụng một hoặc kết hợp nhiều hình thức thông báo tuyển dụng khác nhau. Các hình thức phổ biến bao gồm: quảng cáo trên báo chí, đài phát thanh, truyền hình; thông qua các trung tâm dịch vụ việc làm và trung tâm giới thiệu việc làm; hoặc thông báo trực tiếp tại công cơ quan, doanh nghiệp và trên website chính thức của tổ chức.

Nội dung của thông báo tuyển dụng cần được xây dựng ngắn gọn nhưng phải rõ ràng, đầy đủ và có sức hấp dẫn. Thông báo cần cung cấp các thông tin cơ bản sau: tên vị trí tuyển dụng, số lượng cần tuyển, yêu cầu về trình độ học vấn, chuyên môn, kỹ năng và kinh nghiệm làm việc, quyền lợi mà ứng viên được hưởng, thời hạn nộp hồ sơ, cũng như cách thức và địa chỉ nộp hồ sơ.

Đặc biệt, đối với các quảng cáo tuyển dụng về doanh nghiệp và vị trí công việc, nội dung nên nhấn mạnh thêm các yếu tố tạo sức hút như: uy tín và quy mô của doanh nghiệp, môi trường làm việc, văn hóa tổ chức, tính chất công việc, cơ hội thăng tiến và phát triển nghề nghiệp. Những thông tin này giúp ứng viên hiểu rõ hơn về công việc và tạo động lực nộp hồ sơ.

Việc xây dựng thông báo tuyển dụng một cách chuyên nghiệp và hiệu quả không chỉ giúp thu hút được số lượng lớn ứng viên phù hợp mà còn góp phần nâng cao hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường lao động.

1.3.5.2. Thu nhận, nghiên cứu hồ sơ:

Sau khi thông báo tuyển dụng được công bố, doanh nghiệp sẽ tiếp nhận hồ sơ từ các ứng viên. Bước này giúp tổ chức sàng lọc sơ bộ, loại bỏ những hồ sơ không đạt yêu cầu và chọn ra các ứng viên tiềm năng để tiến hành các bước tuyển dụng tiếp theo.

Tất cả hồ sơ xin việc cần được ghi chép, phân loại và quản lý một cách có hệ thống để thuận tiện cho việc sử dụng sau này. Theo quy định hiện hành của Nhà nước, người xin việc phải nộp các giấy tờ sau theo mẫu thống nhất:

- a) Đơn xin tuyển dụng;
- b) Bản khai lý lịch có chứng thực của Ủy ban Nhân dân xã hoặc phường, thị trấn;
- c) Giấy chứng nhận sức khỏe do cơ quan y tế có thẩm quyền cấp;
- d) Giấy chứng nhận trình độ chuyên môn, nghiệp vụ kỹ thuật.

Tuy nhiên, trong thực tế, đơn xin việc theo mẫu chung hiện nay của các doanh nghiệp nhà nước thường chưa chú ý đầy đủ đến các thông tin quan trọng nhất của ứng viên. Cụ thể là các trách nhiệm cụ thể trong công việc, quá trình thăng tiến, các khóa đào tạo, huấn luyện đã tham gia cùng với nội dung và kết quả đạt được. Do đó, nhiều hồ sơ xin việc vẫn còn thiếu những thông tin cần thiết để đánh giá chính xác năng lực và phù hợp của ứng viên.

Việc sử dụng chung một mẫu hồ sơ cho tất cả các đối tượng tuyển dụng (quản trị gia, chuyên viên, sinh viên mới tốt nghiệp, công nhân kỹ thuật, nhân viên không lành nghề...) thường không thể hiện được những yêu cầu riêng biệt của từng vị trí công việc. Để khắc phục hạn chế này và chuyên nghiệp hóa hoạt động tuyển dụng, mỗi tổ chức, doanh nghiệp nên xây dựng bộ mẫu hồ sơ riêng biệt phù hợp với từng loại hình ứng viên và từng vị trí việc làm cụ thể.

1.3.5.3. Phỏng vấn sơ bộ:

Đây là bước sàng lọc quan trọng trong quy trình tuyển dụng, thường được thực hiện sau khi nghiên cứu hồ sơ xin việc. Hình thức tiếp xúc trực tiếp ngắn gọn giữa đại diện doanh nghiệp và ứng viên nhằm loại bỏ nhanh chóng những trường hợp không đáp ứng yêu cầu cơ bản.

Phỏng vấn sơ bộ thường chỉ kéo dài từ 5 đến 10 phút. Mục đích chính của bước này là đánh giá sơ bộ về trình độ, kỹ năng giao tiếp, thái độ và sự phù hợp ban đầu của ứng viên với vị trí tuyển dụng. Thông qua phỏng vấn sơ bộ, doanh nghiệp có thể loại bỏ ngay những ứng viên không đạt tiêu chuẩn hoặc có những hạn chế rõ rệt mà chưa phát hiện được qua hồ sơ.

Việc áp dụng phỏng vấn sơ bộ giúp tiết kiệm thời gian và chi phí cho doanh nghiệp, đồng thời nâng cao hiệu quả của các bước tuyển dụng sâu hơn sau này.

1.3.5.4. Kiểm tra, trắc nghiệm:

Kiểm tra và trắc nghiệm là các công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp đánh giá một cách khách quan năng lực của ứng viên. Các hình thức này được áp dụng nhằm chọn lọc những ứng viên xuất sắc nhất cho vị trí công việc.

Doanh nghiệp có thể sử dụng nhiều loại kiểm tra khác nhau như bài kiểm tra kiến thức chuyên môn, trắc nghiệm IQ, trắc nghiệm tính cách, hoặc bài kiểm tra kỹ năng thực hành. Các bài kiểm tra này giúp đánh giá trình độ chuyên môn, khả năng tư duy logic, trí nhớ, tốc độ xử lý thông tin và một số kỹ năng đặc thù của vị trí tuyển dụng.

Việc thiết kế và áp dụng các hình thức kiểm tra, trắc nghiệm phù hợp sẽ góp phần nâng cao tính chính xác và khoa học trong quá trình tuyển chọn nhân sự.

1.3.5.5. Phỏng vấn lần 2:

Sau khi vượt qua phỏng vấn sơ bộ và các bài kiểm tra, ứng viên sẽ được mời tham gia phỏng vấn chi tiết với ban lãnh đạo hoặc bộ phận chuyên môn.

Trong phỏng vấn lần hai, doanh nghiệp tập trung tìm hiểu sâu về kinh nghiệm làm việc, trình độ chuyên môn, kỹ năng giải quyết vấn đề, cũng như các đặc điểm cá nhân như tính cách, đạo đức, thái độ làm việc và động lực làm việc của ứng viên. Đây cũng là cơ hội để ứng viên tìm hiểu rõ hơn về công việc, môi trường và văn hóa tổ chức.

Phỏng vấn lần hai thường được thực hiện bởi nhiều người nhằm đảm bảo tính khách quan và đa chiều trong đánh giá.

1.3.5.6. Xác minh, điều tra:

Đây là bước làm rõ thêm những thông tin chưa rõ ràng hoặc cần kiểm chứng về ứng viên có triển vọng. Quá trình này giúp doanh nghiệp thu thập thêm thông tin từ các nguồn bên ngoài để đánh giá chính xác hơn về ứng viên.

Thông qua việc liên hệ với đồng nghiệp cũ, bạn bè, thầy cô giáo hoặc lãnh đạo cũ của ứng viên, doanh nghiệp có thể biết thêm về trình độ chuyên môn, kinh nghiệm thực tế, tính cách, thái độ làm việc và đạo đức nghề nghiệp. Đối với một số vị trí đòi hỏi tính an ninh cao (như thủ quỹ, tiếp viên hàng không...), công tác xác minh có thể cần tìm hiểu thêm về nguồn gốc, lý lịch gia đình và các mối quan hệ của ứng viên.

Việc xác minh, điều tra giúp giảm thiểu rủi ro tuyển dụng sai người và đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực.

1.3.5.7. Khám sức khỏe:

Trong quy trình tuyển dụng, việc khám sức khỏe nhằm đảm bảo ứng viên có đủ sức khỏe để thực hiện tốt công việc. Dù ứng viên có trình độ học vấn cao, kinh nghiệm phong phú và phẩm chất tốt, nhưng nếu sức khỏe không đáp ứng yêu cầu của vị trí thì cũng không nên tuyển dụng.

Việc tuyển dụng người không đủ sức khỏe không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả công việc và năng suất lao động mà còn có thể gây ra nhiều rủi ro về mặt pháp lý và chi phí y tế cho doanh nghiệp. Do đó, khám sức khỏe phải được thực hiện tại các cơ quan y tế có thẩm quyền theo đúng quy định.

1.3.5.8. Ra quyết định tuyển dụng:

Đây là giai đoạn tổng hợp toàn bộ kết quả từ các bước trước để đưa ra quyết định chính thức về việc tuyển chọn hoặc loại bỏ ứng viên. Để nâng cao tính chính xác của quyết định, doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống đánh giá và bảng điểm chi tiết, xem xét một cách toàn diện các yếu tố về năng lực, kinh nghiệm, phẩm chất cá nhân và sự phù hợp với văn hóa tổ chức. Quyết định tuyển dụng cần được thực hiện một cách khách quan, công bằng và dựa trên cơ sở dữ liệu đầy đủ từ tất cả các bước tuyển chọn trước đó.

1.3.6. Chi phí tuyển dụng:

Chi phí tuyển dụng bao gồm: chi phí thời gian để xác định và xây dựng nhu cầu tuyển dụng, thù lao trả cho văn phòng tuyển dụng.

- Chi phí thời gian trong việc duyệt các thư và hồ sơ xin việc cũng như phỏng vấn ứng viên

- Chi phí liên quan đến việc sắp xếp cho nhân viên mới, mất mát của nhân viên mới dưới mức bình thường trong khoảng thời gian làm quen với công việc cũng như thích nghi với môi trường làm việc.

- Số lượng nhân viên mới bỏ việc hay số người được tuyển không tham gia làm việc tại doanh nghiệp.

- Chi phí đào tạo lại: Khi tuyển dụng và nhân viên mới được bắt đầu công việc đó, khi đó có những yêu cầu mà nhân viên mới không hoặc chưa đáp ứng được do chưa có kinh nghiệm hoặc chưa quen môi trường làm việc mới. Điều này có mối quan hệ mật thiết với chi phí đào tạo lại. Nếu chi phí đào tạo lại mà thấp tức kết quả làm việc của nhân viên mới là cao thì so sánh với chi phí tuyển dụng sẽ cho hiệu quả tuyển dụng là cao và ngược lại.

1.3.7. Đánh giá hiệu quả tuyển dụng:

Để đánh giá hiệu quả tuyển dụng doanh nghiệp cần đo lường dựa trên các chỉ số:

Số lượng nhân sự được tuyển dụng: Đây là chỉ số phản ánh rõ nhất hiệu quả tuyển dụng thường được thể hiện trong báo cáo hiệu quả tuyển dụng, báo cáo này được chia

theo các vị trí tuyển dụng hoặc từng nhân sự phụ trách. Mỗi năm doanh nghiệp đều có kế hoạch tuyển dụng tương ứng với chiến lược kinh doanh. Bộ phận tuyển dụng chịu trách nhiệm tuyển dụng theo đúng kế hoạch. Nếu không tuyển đủ người có thể ảnh hưởng tới việc sản xuất kinh doanh.

Tổng số CV sau mỗi đợt tuyển dụng: Đây cũng là chỉ số đo lường hiệu quả tuyển dụng với những người làm nhân sự. Càng nhiều ứng viên thì càng chứng tỏ rằng nhà tuyển dụng đã thực hiện thành công việc thu hút ứng viên và xây dựng thương hiệu tuyển dụng tốt. Nếu như không làm tốt ngay từ những bước đầu của quy trình tuyển dụng, HR khó mà tuyển đủ và tuyển đúng người về cho doanh nghiệp.

Thời gian tuyển dụng: Tương ứng với số lượng ứng viên cần tuyển, doanh nghiệp cũng thường đưa ra thời hạn nhất định để HR tuyển người. Thời gian tuyển dụng được coi là hiệu quả khi có nhân viên đi làm đúng với mục tiêu đề ra. Tùy vào nhiều yếu tố sẽ quyết định thời gian tuyển dụng, nhưng phần lớn lãnh đạo đều sẽ cân nhắc và đưa ra thời gian phù hợp để HR tuyển mộ nhân tài.

Tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu: Con số này càng cao càng chứng minh đầu vào của quy trình tuyển dụng là những ứng viên chất lượng. Nhà tuyển dụng có thể tiếp tục áp dụng chiến lược tuyển dụng đó cho những đợt tuyển dụng sau nếu như cần tuyển cùng vị trí. Nếu như tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu thấp, HR nên xem lại các yếu tố như: nguồn tuyển dụng, nội dung của các tin đăng tuyển dụng đã đầy đủ, chính xác chưa? Các câu hỏi đưa ra để khai thác ứng viên đã đủ sâu và đúng vấn đề chưa?

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

1.4.1. Các yếu tố thuộc môi trường bên trong:

Có nhiều nhân tố bên trong có thể ảnh hưởng đến kết quả thu hút, tuyển chọn ứng viên cho công việc của công ty. Bao gồm các nhân tố sau:

Mục tiêu phát triển của doanh nghiệp: Trong thực tế khi tiến hành mọi hoạt động của doanh nghiệp nói chung và đối với công tác tuyển dụng nói riêng thì nhà quản trị đều phải căn cứ vào mục tiêu phát triển, chiến lược của doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp đều có một sứ mệnh, một mục tiêu riêng và tất cả các hoạt động đều được tiến hành để theo đuổi mục tiêu đó. Để theo đuổi mục đích và chiến lược đó các bộ phận lại căn cứ vào đó để bố trí công việc, bố trí nhân sự sao cho phù hợp. Do vậy, công tác tuyển dụng nhân sự cũng phụ thuộc vào từng bộ phận đó, từng loại mục tiêu mà đưa ra kế hoạch và thực hiện kế hoạch tuyển dụng cho đúng.

Hình ảnh, uy tín của doanh nghiệp: Người lao động luôn mong muốn được làm việc ở một công ty có cơ hội thăng tiến, ít bị đe dọa mất việc làm, có khả năng phát triển được khả năng của mình. Đây là điều kiện tốt để một công ty thu hút được nhiều ứng viên giỏi. Nếu một công ty có uy tín về chất lượng sản phẩm thì cũng có nghĩa là công ty đang sở hữu nhiều lao động giỏi và có khả năng thu hút các ứng cử viên có trình độ và năng lực cao. Ngược lại, nếu hình ảnh và uy tín của công ty bị đánh giá là thấp thì triển vọng thu hút ứng cử viên là thấp, khó có khả năng thu hút ứng viên giỏi.

Hình ảnh và uy tín của công ty được các ứng viên đánh giá bao gồm cả lợi thế theo giá trị hữu hình và giá trị vô hình. Vì vậy, các doanh nghiệp cần chú ý nâng cao cả hai mặt này để có sức hút mạnh đối với các ứng viên.

Khả năng tài chính của doanh nghiệp: đây là một nhân tố rất quan trọng khi đưa ra quyết định tuyển dụng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí trả lương cho cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp trả lương cao và có nhiều hình thức đãi ngộ nhân viên thì sẽ thu hút được nhiều ứng viên, kích thích lao động làm việc hăng say, nhiệt tình, tích cực sáng tạo... như vậy sẽ mang lại lợi ích cho doanh nghiệp cao hơn. Nguồn chi phí tuyển dụng sẽ quyết định đến chiến lược tuyển dụng của công ty như các chi phí quảng cáo, thi tuyển... Một công ty có tiềm lực tài chính mạnh có thể sử dụng nhiều hình thức chiêu mộ để thu hút ứng viên hơn cũng như đầu tư cho thực hiện quá trình tuyển dụng một cách thích hợp.

Năng lực của bộ máy đảm nhận công tác tuyển dụng: Về năng lực của chuyên viên tuyển dụng: Quy trình tuyển dụng có hợp lý song người thực hiện lại không có đầy đủ chuyên môn, trình độ mà thực hiện một cách máy móc thì sẽ không có hiệu quả và ngược lại, nếu đội ngũ chuyên viên tuyển dụng trình độ chuyên môn cao, có kinh nghiệm và năng lực thì công tác tuyển dụng sẽ có chất lượng tốt hơn. Về sự phối hợp của các cấp quản lý trong tổ chức: Khi các cấp quản lý trong tổ chức đều tham gia phối hợp thực hiện hoặc trực tiếp lập kế hoạch tuyển dụng theo một quy trình chuẩn thì luôn tác động tích cực tới hiệu quả của công tác tuyển dụng.

Quan hệ lao động trong tổ chức: Quan hệ lao động hài hòa, lành mạnh thì việc khai thác, tuyển mộ bên trong tổ chức sẽ tiến hành thuận lợi hơn. Dễ dàng thu hút ứng viên từ các nguồn bên ngoài tổ chức do phần lớn người lao động muốn làm việc trong môi trường có quan hệ lao động tốt, không có mâu thuẫn giữa chủ và thợ.

Văn hóa doanh nghiệp: Văn hóa đóng vai trò quan trọng vì đó là một trong những yếu tố quyết định sự thu hút của một doanh nghiệp đối với ứng viên tiềm năng và nhân viên hiện tại. Những tổ chức chỉ tuyển dụng “các cá nhân theo phong cách hay văn hoá riêng của mình” trong hoạt động lãnh đạo hay những vị trí chủ chốt sẽ gặp khó khăn trong việc đa dạng hoá nền văn hoá và ngược lại nó sẽ làm thu hẹp phạm vi tuyển dụng.

1.4.2. Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài:

Yếu tố chính trị: Khi một quốc gia có tình hình chính trị ổn định, nền kinh tế sẽ có điều kiện phát triển bền vững, thu nhập của người lao động được cải thiện, do vậy đời sống của nhân dân ngày càng được nâng cao về cả vật chất lẫn tinh thần. Đây là điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả, hoàn thiện công tác của mình và mở rộng quy mô. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải tuyển dụng thêm lao động mới.

Yếu tố văn hóa - xã hội: Văn hóa - xã hội của một nước có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động quản trị nhân sự cũng như công tác tuyển dụng nhân sự của doanh nghiệp. Nếu yếu tố này phát triển nó sẽ giúp phẩm chất và ý thức con người được nâng cao. Vì thế sẽ nâng cao chất lượng của các ứng viên tham gia vào quá trình tuyển dụng. Điều này sẽ ảnh hưởng tới chính sách và mục tiêu của công tác tuyển dụng của doanh nghiệp, chúng phải phù hợp với sự phát triển của xã hội.

Hệ thống pháp luật và các chính sách, quy định của nhà nước về công tác tuyển dụng: Các chính sách và pháp luật hiện hành của nhà nước cũng ảnh hưởng đến công tác tuyển dụng. Các doanh nghiệp có những phương pháp tuyển dụng khác nhau, nhưng áp dụng phương pháp nào thì cũng phải chấp hành các quy định của luật lao động.

Doanh nghiệp phải chấp hành các quy định về đối tượng chính sách, đối tượng ưu tiên của nhà nước trong tuyển dụng. Chẳng hạn khi nhà nước yêu cầu ưu tiên tuyển dụng quân nhân xuất ngũ thì trong trường hợp này cùng với các ứng viên có đủ tiêu chuẩn, trình độ và điều kiện như nhau doanh nghiệp phải xếp thứ tự ưu tiên cho lực lượng lao động trên.

Môi trường cạnh tranh của doanh nghiệp: Cạnh tranh là một yếu tố ảnh hưởng tới việc tiến hành tuyển dụng và chất lượng công tác tuyển dụng. Khi môi trường cạnh tranh gay gắt thì các doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh cao sẽ thu hút được nhiều lao động trên thị trường và ngược lại các doanh nghiệp sức cạnh tranh kém thì sẽ gặp khó khăn trong công tác tuyển dụng nhân tài. Do đó cạnh tranh buộc các doanh nghiệp phải đa

dạng hóa các hình thức và phương pháp tuyển dụng, và đối phó với sự cạnh tranh của các doanh nghiệp khác thực tế thời đại thông tin và toàn cầu hoá, cạnh tranh của doanh nghiệp hiện đại đã chuyển từ cạnh tranh sản phẩm thành cạnh tranh con người. Quan niệm này đã được rất nhiều doanh nghiệp nhận thức được.

Quan hệ cung cầu trên thị trường lao động: Yếu tố này có ảnh hưởng lớn đến doanh nghiệp và công tác tuyển dụng, nếu trên thị trường lao động đang dư thừa loại lao động mà doanh nghiệp cần tức là cung lớn hơn cầu điều này sẽ có lợi cho công tác tuyển dụng. Doanh nghiệp sẽ tuyển dụng được lao động có trình độ cao và khá dễ dàng. Thông thường tỷ lệ lao động thất nghiệp càng cao thì nguồn cung ứng viên càng nhiều và công ty càng dễ thu hút và tuyển chọn lao động.

Trình độ khoa học kỹ thuật: Chúng ta đang sống trong thời đại bùng nổ công nghệ thông tin. Như vậy, để đủ sức cạnh tranh trên thị trường các công ty phải cải tiến kỹ thuật, cải tiến trang thiết bị. Sự thay đổi này cũng ảnh hưởng đến tuyển dụng nhân sự của tổ chức, đòi hỏi phải có thêm nhân viên mới có khả năng và tuyển dụng những người này không phải là chuyện dễ. Sự thay đổi của khoa học kỹ thuật cũng đồng nghĩa với sự kiện là chỉ cần ít nhân sự hơn.

Các xu hướng kinh tế: Một trong những tác động chủ yếu của toàn cầu hóa là xu hướng phát triển nguồn nhân lực. Nó xuất phát không chỉ từ những thay đổi về công nghệ và sự giảm xuống liên tục các chi phí truyền thông và vận chuyển, mà còn từ sự tương tác giữa các quốc gia phát triển và vai trò tăng lên của các nước đang phát triển vào sự gia tăng nền kinh tế toàn cầu. Toàn cầu hóa đã làm cho các nền kinh tế phát triển nhanh chóng hơn và trở thành một thị trường toàn cầu, tương tác và phụ thuộc lẫn nhau.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH MINH KHANG GROUP

2.1. Tổng quan về đơn vị thực tập:

2.1.1. Thông tin chung:

2.1.1.1. Tổng quan về công ty:

- Tên công ty: Công Ty TNHH Dịch vụ & Du lịch Minh Khang Group
- Công ty TNHH Thương mại và Du lịch Minh Khang Group là công ty chuyên cung cấp dịch vụ bất động sản cho thuê và du lịch - lữ hành, hoạt động trên thị trường Đà Nẵng và cả nước. Với hơn 5 năm xây dựng và phát triển, Minh Khang Group đã và đang được nhiều khách hàng tin tưởng lựa chọn để đồng hành.
- Địa chỉ: 56-58 Nại Nam, quận Hải Châu, TP Đà Nẵng
- Website: Minhkhanguroup.vn

2.1.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi:

Tầm nhìn: “Minh Khang Group định hướng phát triển thành tập đoàn thương mại dịch vụ và du lịch hàng đầu châu Á”.

Bằng khát vọng phát triển bền vững, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống cũng như vị thế của thương hiệu Việt trên trường quốc tế. Minh Khang Group không ngừng đổi mới, sáng tạo nhằm đem đến cho khách hàng những trải nghiệm theo tiêu chuẩn quốc tế và phong cách sống hiện đại.

Minh Khang Group không ngừng nỗ lực để trở thành một trong những đơn vị tiên phong cung cấp các dịch vụ bất động sản cho thuê, vận hành tòa nhà - khách sạn và đơn vị lữ hành uy tín, chuyên nghiệp. Là người bạn đồng hành cùng quý khách hàng trên hành trình chinh phục, khám phá những miền đất mới.

Sứ mệnh: “Là đối tác Uy Tín hàng đầu tại Việt Nam cũng như là Người Bạn đồng hành cùng du khách trong mọi nẻo đường”.

Với biểu tượng là chú chim bồ câu trắng đang tung cánh bay về phía trước mạnh mẽ trên bầu trời đầy nắng – Là hình tượng cho sự hoà bình, tự do, bình đẳng và là đặc trưng cho trí thức con người, là biểu tượng của sự kết nối, sự thống nhất. Bố trí xen kẽ với chú chim là màu vàng của ánh nắng ban mai thể hiện sự nhẹ nhàng, ấm áp, chăm chỉ, chu đáo và tươm tất mà dịch vụ Minh Khang Group mang đến cho khách hàng.

Minh Khang Group không chỉ mang đến cho khách hàng những trải nghiệm hoàn hảo nhất thông qua dịch vụ vận hành bất động sản dòng tiền – du lịch lữ hành mà còn là một sứ giả hoà bình lan toả tình yêu, hạnh phúc, khát vọng mang thương hiệu Việt vươn tầm ra khu vực và trên thế giới.

Giá trị cốt lõi: “Uy tín – Tận Tâm – Chuyên Nghiệp”.

Minh Khang Group đặt chữ Tín lên vị trí hàng đầu. Lấy chữ tín làm kim chỉ nam trong mọi hành động. Chữ Tâm là nguồn cội của việc thành bại trong kinh doanh. Chúng tôi luôn lấy khách hàng làm trung tâm. Đặt lợi ích và mong muốn của khách hàng lên hàng đầu; Nỗ lực mang đến cho khách hàng những trải nghiệm dịch vụ hoàn hảo nhất. Coi sự hài lòng của khách hàng là thước đo thành công.

Với đội ngũ nhân viên có chuyên môn cao, năng động, sáng tạo và được đào tạo chuyên nghiệp. Minh Khang Group tự tin cung cấp đến khách hàng những dịch vụ, những trải nghiệm hoàn hảo nhất.

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển:

Giai đoạn 2019 - Khởi đầu và ra mắt thương hiệu Minh Khang Home:

Ngày 24 tháng 7 năm 2019 đánh dấu cột mốc quan trọng đầu tiên trong hành trình phát triển của công ty. Lúc này, đơn vị đã kết nối và vận hành thành công 2 tòa căn hộ Minh Hưng Apartment thuộc Công ty TNHH Đầu tư Du lịch Minh Hưng. Từ nền tảng này, thương hiệu Minh Khang Home chính thức được ra mắt và bắt đầu hoạt động như một đơn vị chuyên cung cấp dịch vụ cho thuê căn hộ cũng như quản lý vận hành tòa nhà. Giai đoạn khởi đầu tập trung vào việc chuyển đổi từ mô hình môi giới truyền thống sang mô hình quản lý chuyên nghiệp, hợp tác chặt chẽ với các chủ đầu tư nhằm tối ưu hóa lợi nhuận từ bất động sản cho thuê tại thị trường Đà Nẵng – khu vực đang phát triển mạnh mẽ về căn hộ du lịch và lưu trú ngắn hạn.

Giai đoạn 2019 – 2023 - Xây dựng nền tảng và mở rộng quy mô Minh Khang Home:

Trong khoảng thời gian từ năm 2019 đến năm 2023, Minh Khang Home đã phát triển nhanh chóng và khẳng định vị thế là một trong những đơn vị hàng đầu trong phân khúc bất động sản cho thuê tại miền Trung Việt Nam. Công ty đã hợp tác với hàng trăm chủ nhà, quản lý và cung cấp hơn 2.000 sản phẩm căn hộ đa dạng từ phân khúc bình dân đến cao cấp. Đội ngũ nhân sự trẻ trung, năng động được xây dựng phù hợp với văn hóa làm việc của thế hệ Gen Z. Trụ sở chính được đặt tại 56-58 Nại Nam, quận Hải Châu,

thành phố Đà Nẵng, trở thành địa chỉ quen thuộc đối với khách hàng và đối tác. Giai đoạn này giúp Minh Khang Home tạo dựng uy tín vững chắc, trở thành đơn vị cung cấp chuỗi căn hộ cho thuê hàng đầu tại khu vực.

Giai đoạn 2023 - Mở rộng sang lĩnh vực du lịch - lữ hành với Minh Khang Travel:

Ngày 01 tháng 10 năm 2023, công ty thực hiện bước ngoặt chiến lược quan trọng khi chính thức mở rộng sang lĩnh vực du lịch – lữ hành thông qua việc thành lập đơn vị Minh Khang Travel. Việc ra mắt thương hiệu này tận dụng lợi thế sẵn có về mạng lưới khách hàng từ mảng bất động sản cho thuê (đặc biệt là khách lưu trú dài hạn và ngắn hạn) để phát triển các dịch vụ tour du lịch, vé máy bay, đặt phòng khách sạn và các gói du lịch trọn gói. Minh Khang Travel nhanh chóng định vị mình là đơn vị lữ hành uy tín, chuyên nghiệp, hướng tới việc trở thành người bạn đồng hành đáng tin cậy của du khách trong và ngoài nước, đồng thời mở ra cơ hội tăng trưởng đa ngành cho toàn bộ hệ thống.

Giai đoạn 2024 - Sáp nhập và hình thành pháp nhân thống nhất Minh Khang Group:

Ngày 08 tháng 01 năm 2024, hai lĩnh vực vận hành bất động sản (Minh Khang Home) và du lịch – lữ hành (Minh Khang Travel) được sáp nhập chính thức thành một pháp nhân duy nhất mang tên Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group. Việc tái cấu trúc này mang ý nghĩa chiến lược sâu sắc: thống nhất thương hiệu, tối ưu hóa quản trị và nguồn lực, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc bán chéo dịch vụ giữa hai mảng kinh doanh chính. Sau sáp nhập, công ty hoạt động dưới mã số thuế 0402219835, với định hướng rõ ràng hơn trong việc phát triển bền vững và hướng tới tầm nhìn trở thành tập đoàn thương mại dịch vụ và du lịch hàng đầu khu vực châu Á.

2.1.3. Lĩnh vực kinh doanh/sản phẩm kinh doanh:

Minh Khang Group là một doanh nghiệp hoạt động đa ngành tại Đà Nẵng, tập trung vào hai lĩnh vực kinh doanh chính: du lịch - lữ hành và bất động sản cho thuê cùng quản lý vận hành.

Trong lĩnh vực du lịch - lữ hành, Minh Khang Group hoạt động như một đại lý uy tín, cung cấp đầy đủ các dịch vụ du lịch toàn diện. Công ty chuyên bán vé máy bay, đặt phòng khách sạn và tổ chức các tour du lịch trong nước tại ba miền Bắc - Trung - Nam, cũng như các tour quốc tế đến Châu Âu, Châu Á và Châu Mỹ. Minh Khang Group cam

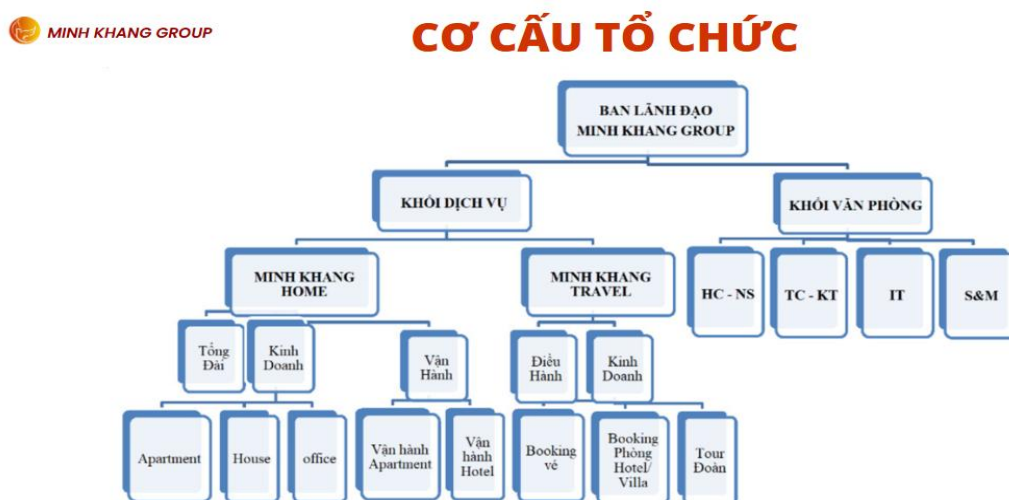
kết mang đến cho khách hàng trải nghiệm dịch vụ hoàn hảo, chuyên nghiệp và tận tâm, đồng thời nhận thức rõ rằng chất lượng sản phẩm và dịch vụ chính là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển lâu dài của doanh nghiệp.

Về lĩnh vực kinh doanh bất động sản cho thuê và quản lý vận hành, tập trung chủ yếu tại thành phố Đà Nẵng – nơi được mệnh danh là “Thành phố Đáng Sống”. Minh Khang Group cung cấp các sản phẩm bất động sản chất lượng cao như căn hộ dịch vụ, mặt bằng kinh doanh và văn phòng cho thuê. Các sản phẩm này được thiết kế để đáp ứng đầy đủ nhu cầu về tiện ích, an ninh và tiện nghi của khách thuê, đồng thời cam kết mang lại trải nghiệm tốt nhất cho cả khách hàng và chủ đầu tư.

Đặc biệt, mảng quản lý và vận hành tòa nhà là một thế mạnh nổi bật của Minh Khang Group với hơn 10 năm kinh nghiệm. Công ty cung cấp các giải pháp tối ưu giúp chủ đầu tư gia tăng lợi nhuận, đẩy nhanh quá trình thu hồi vốn và tối đa hóa giá trị tài sản. Minh Khang Home luôn đồng hành, lắng nghe và chia sẻ cùng chủ đầu tư nhằm xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững, lâu dài.

2.1.4. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ các phòng ban:

2.1.4.1. Sơ đồ tổ chức:



Hình 2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại Minh Khang Group

2.1.4.2. Chức năng nhiệm vụ các phòng ban:

- Ban Lãnh đạo Minh Khang Group Là cơ quan lãnh đạo cao nhất, chịu trách nhiệm định hướng chiến lược tổng thể, ra quyết định quan trọng, giám sát hoạt động của toàn tập đoàn, đảm bảo sự phát triển bền vững và đạt được các mục tiêu kinh doanh dài hạn.

- Khối Dịch vụ Khối này tập trung vào các hoạt động kinh doanh cốt lõi liên quan đến dịch vụ trực tiếp cho khách hàng, bao gồm hai đơn vị chính: Minh Khang Home và Minh Khang Travel.

- Minh Khang Home (đơn vị chuyên về bất động sản cho thuê và quản lý vận hành): Chịu trách nhiệm phát triển, kinh doanh và quản lý các sản phẩm bất động sản cho thuê như căn hộ dịch vụ, nhà ở, văn phòng, mặt bằng kinh doanh. Đơn vị này đảm bảo chất lượng sản phẩm, tối ưu hóa lợi nhuận cho chủ đầu tư thông qua quản lý vận hành chuyên nghiệp.

- Tổng đài: Quản lý tổng đài chăm sóc khách hàng, tiếp nhận thông tin, hỗ trợ tư vấn và giải đáp thắc mắc liên quan đến dịch vụ bất động sản cho thuê.

- Kinh doanh: Thực hiện các hoạt động bán hàng, tìm kiếm khách thuê, đàm phán hợp đồng cho thuê căn hộ, nhà ở, văn phòng và mặt bằng.

- Vận hành: Quản lý vận hành hàng ngày các tòa nhà, căn hộ dịch vụ, bao gồm bảo trì, vệ sinh, an ninh, tiện ích và đảm bảo trải nghiệm tốt nhất cho khách thuê.

- Vận hành Apartment: Chuyên trách vận hành và quản lý các căn hộ dịch vụ.

- Vận hành House: Quản lý vận hành các loại hình nhà ở cho thuê (house/villa riêng lẻ).

- Vận hành Office: Quản lý vận hành các văn phòng cho thuê, mặt bằng kinh doanh.

- Minh Khang Travel (đơn vị chuyên về du lịch - lữ hành): Chịu trách nhiệm cung cấp các dịch vụ du lịch toàn diện, bao gồm bán vé máy bay, đặt phòng khách sạn, tổ chức tour trong nước và quốc tế.

- Điều hành: Phụ trách lập kế hoạch, điều phối và giám sát thực hiện các tour du lịch, đảm bảo chương trình diễn ra đúng lịch trình và chất lượng.

- Kinh doanh: Thực hiện bán hàng, tư vấn và ký kết hợp đồng với khách hàng cá nhân/doanh nghiệp cho các dịch vụ du lịch.

- Vận hành: Quản lý vận hành các hoạt động hỗ trợ tour, bao gồm phối hợp hướng dẫn viên, phương tiện, lưu trú.

- Vận hành Apartment/Hotel: Quản lý vận hành các căn hộ dịch vụ và khách sạn (có thể liên kết với mảng bất động sản của Minh Khang Home).

- Booking vé: Chuyên xử lý đặt vé máy bay, vé tàu/xe và các dịch vụ vận chuyển.

- Booking Hotel/Villa: Chuyên đặt phòng khách sạn, villa, resort cho khách du lịch.

- Tour Đoàn: Tổ chức và điều hành các tour đoàn (group tour), tour công ty, team building.

- Khối Văn phòng Khối hỗ trợ (back-office) đảm bảo các hoạt động hành chính, công nghệ và tiếp thị được vận hành hiệu quả, hỗ trợ cho hai khối kinh doanh chính.

- HC - NS: Quản lý hành chính tổng hợp, nhân sự (tuyển dụng, đào tạo, lương thưởng, chế độ phúc lợi), văn thư lưu trữ và các công việc hỗ trợ nội bộ.

- TC – KT: Chịu trách nhiệm quản lý tài chính, kế toán, báo cáo tài chính, thanh toán, kiểm soát chi phí và tuân thủ quy định thuế.

- IT: Quản lý hệ thống CNTT, website, phần mềm quản lý (booking, CRM), bảo mật dữ liệu và hỗ trợ kỹ thuật cho toàn tập đoàn.

- S&M: Phụ trách chiến lược tiếp thị tổng thể, quảng bá thương hiệu, digital marketing, SEO, mạng xã hội, sự kiện và hỗ trợ bán hàng cho cả Minh Khang Home và Minh Khang Travel.

2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

2.2.1. Các yếu tố vi mô:

2.2.1.1. Khách hàng:

Khách hàng là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của Minh Khang Group, được chia thành hai nhóm lớn tương ứng với hai lĩnh vực kinh doanh chính. Trong mảng bất động sản (Minh Khang Home), khách hàng chính bao gồm cá nhân nước ngoài, chuyên gia, du học sinh, người lao động dài hạn tại Đà Nẵng, cùng các doanh nghiệp nhỏ và vừa cần văn phòng hoặc mặt bằng kinh doanh. Nhóm khách này đặc biệt coi trọng vị trí thuận lợi gần các tiện ích lớn như siêu thị Lotte, cầu Tiên Sơn, Công viên Châu Á và các trường đại học Đông Á, Kiến Trúc. Họ đòi hỏi chất lượng cao về an ninh 24/7, vệ sinh sạch sẽ, bảo trì nhanh chóng và giá thuê linh hoạt theo thời gian dài hạn. Sự phát triển mạnh mẽ của Đà Nẵng đã đẩy nhu cầu căn hộ dịch vụ, nhà ở và văn phòng cho thuê tăng cao, đặc biệt từ khách lưu trú dài hạn sau đại dịch.

Trong mảng du lịch - lữ hành (Minh Khang Travel), khách hàng gồm du khách nội địa ba miền, khách quốc tế đi đến Châu Âu - Châu Á - Châu Mỹ, và các đoàn doanh nghiệp cần tour team building hoặc sự kiện. Nhóm này nhạy cảm mạnh với giá cả cạnh tranh, lịch trình linh hoạt, hướng dẫn viên chuyên nghiệp và dịch vụ đặt vé máy bay,

phòng khách sạn nhanh chóng. Họ thường tìm kiếm trải nghiệm cá nhân hóa, kết hợp lưu trú tại căn hộ dịch vụ của Minh Khang Home để tối ưu chi phí. Minh Khang Group đã xây dựng lòng trung thành khách hàng thông qua chữ tín, dịch vụ tận tâm và kênh tương tác đa dạng như tổng đài, website, Facebook, giúp duy trì tỷ lệ khách quay lại cao trong bối cảnh du lịch Đà Nẵng phục hồi mạnh mẽ.

2.2.1.2. Nhà cung cấp:

Nhà cung cấp đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng đầu vào và kiểm soát chi phí cho Minh Khang Group. Trong lĩnh vực bất động sản (Minh Khang Home), nhà cung cấp chính là các chủ đầu tư tòa nhà, chung cư và dự án bất động sản tại Đà Nẵng. Công ty hợp tác chặt chẽ với họ để quản lý vận hành hai tòa nhà 42-56 Nại Nam (mỗi tòa 600m², 4 tầng, 8 phòng), đồng thời chia sẻ lợi nhuận từ hoạt động cho thuê. Ngoài ra, các nhà cung cấp dịch vụ phụ trợ như công ty vệ sinh chuyên nghiệp, bảo trì kỹ thuật điện nước, an ninh và nội thất cũng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm. Với kinh nghiệm hơn 10 năm, Minh Khang Group đã xây dựng mối quan hệ lâu dài, giảm rủi ro phụ thuộc và đàm phán hợp đồng có lợi, giúp tối ưu hóa chi phí vận hành.

Trong mảng du lịch (Minh Khang Travel), nhà cung cấp bao gồm các hãng hàng không lớn (Vietnam Airlines, Vietjet Air, Bamboo Airways), hệ thống khách sạn - resort - villa, công ty vận chuyển và điểm tham quan. Nguồn cung tại Đà Nẵng rất dồi dào nhờ vị trí trung tâm du lịch, nhưng giá cả thường biến động mạnh theo mùa cao điểm (tháng 6-8, Tết Nguyên đán) hoặc các sự kiện quốc tế. Minh Khang Group giảm thiểu rủi ro bằng cách ký hợp đồng dài hạn, đa dạng hóa đối tác và tận dụng lợi thế liên kết nội bộ giữa Minh Khang Home và Minh Khang Travel (cung cấp lưu trú căn hộ dịch vụ). Nhờ đó, công ty duy trì được mức chi phí hợp lý và chất lượng dịch vụ ổn định.

2.2.1.3. Nhà trung gian:

Nhà trung gian giúp Minh Khang Group tiếp cận và phân phối dịch vụ đến khách hàng một cách hiệu quả hơn. Trong cả hai mảng kinh doanh, công ty hợp tác chặt chẽ với các nền tảng trực tuyến như Booking.com, Agoda, Traveloka (mảng du lịch) và Batdongsan.com.vn, Chotot (mảng bất động sản cho thuê). Những đối tác này đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá căn hộ dịch vụ, văn phòng và tour du lịch đến khách hàng tiềm năng, đặc biệt là khách quốc tế và khách trẻ tuổi. Ngoài ra, các sàn giao dịch

bất động sản và đại lý môi giới địa phương tại Đà Nẵng cũng hỗ trợ tìm kiếm khách thuê nhanh chóng cho các sản phẩm tại vị trí 42-56 Nại Nam.

Bên cạnh đó, kênh truyền thông số như Facebook, Google Ads, SEO và influencer du lịch - bất động sản tại Đà Nẵng được Minh Khang Group sử dụng như nhà trung gian quan trọng. Khối S&M (Sales & Marketing) phối hợp với các đối tác này để tổ chức sự kiện, chạy chiến dịch quảng cáo và xây dựng thương hiệu. Nhờ hệ thống nhà trung gian đa kênh, Minh Khang Group giảm đáng kể chi phí tiếp thị truyền thông, mở rộng phạm vi tiếp cận từ khách địa phương đến khách toàn quốc và quốc tế, đồng thời tăng tốc độ chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành khách hàng thực tế.

2.2.1.4. Đối thủ cạnh tranh:

Bảng 2.1. Bảng phân tích các đối thủ cạnh tranh

Minh Khang Group	Điểm mạnh	Điểm yếu
	- Minh Khang Group sở hữu đội ngũ lãnh đạo và cán bộ chất lượng cao, với trình độ chuyên môn vững vàng, hơn 10 năm kinh nghiệm thực tiễn, khả năng tư duy logic, phán đoán nhanh nhạy và giải quyết vấn đề hiệu quả. Điều này giúp công ty duy trì sự ổn định nội bộ, ra quyết định kịp thời và xây dựng văn hóa doanh nghiệp nhân văn, thiện chí – yếu tố quan trọng trong ngành dịch vụ. - Mô hình kinh doanh bổ trợ lẫn nhau giữa bất động sản và du lịch là lợi thế nổi bật. Minh Khang Home cung cấp căn hộ dịch vụ, văn phòng, mặt bằng cho thuê, trong khi	- Quy mô doanh nghiệp còn nhỏ đến trung bình. So với các đối thủ lớn như Savills, CBRE (quản lý bất động sản) hay Vietravel, Saigontourist (du lịch), công ty chưa có lợi thế về nguồn lực tài chính mạnh, mạng lưới rộng lớn hoặc thương hiệu quốc gia. Điều này có thể hạn chế khả năng mở rộng nhanh chóng hoặc đầu tư vào công nghệ cao cấp. - Phụ thuộc lớn vào thị trường địa phương Đà Nẵng và khu vực miền Trung. Hoạt động chủ yếu tập trung tại Đà Nẵng (các trụ sở tại Nại Nam, Phước

	Minh Khang Travel tổ chức tour và đặt phòng. Sự liên kết này cho phép tạo gói dịch vụ toàn diện, giúp tiết kiệm chi phí cho khách hàng, tăng giá trị trải nghiệm và tạo sự khác biệt so với đối thủ chuyên một ngành. - Vị trí địa lý chiến lược tại Đà Nẵng – mang lại lợi thế lớn. Đà Nẵng đang phát triển mạnh về du lịch, kinh tế, thu hút chuyên gia, doanh nghiệp và du khách nội/ngoại địa. Các sản phẩm bất động sản cho thuê của công ty đáp ứng nhu cầu lưu trú dài hạn. Với chữ tín được nhấn mạnh, công ty xây dựng được niềm tin từ nhà đầu tư và khách hàng, góp phần vào sự phát triển xã hội thông qua giải pháp vận hành hiệu quả, tiết kiệm thời gian và tối đa hóa giá trị. - Cuối cùng, kinh nghiệm vận hành lâu năm giúp công ty cung cấp giải pháp chuyên nghiệp, từ bảo trì, an ninh đến	Tường), chưa có dấu hiệu mở rộng mạnh ra các tỉnh thành khác hoặc quốc tế. Trong khi đó, ngành du lịch và bất động sản chịu ảnh hưởng lớn từ yếu tố mùa vụ (cao điểm hè, lễ Tết) và biến động kinh tế (dịch bệnh, lạm phát), dẫn đến rủi ro doanh thu không ổn định nếu không đa dạng hóa thị trường. - Cạnh tranh gay gắt trong cả hai lĩnh vực có thể làm lộ rõ điểm yếu về quy mô và nguồn lực. Trong bất động sản cho thuê, công ty phải cạnh tranh với các đơn vị quốc tế có thương hiệu mạnh và công nghệ quản lý tiên tiến. Trong du lịch, các nền tảng lớn: Booking.com, Traveloka và công ty lữ hành lớn chiếm ưu thế về giá cả và đa dạng sản phẩm. Minh Khang Group cần đầu tư mạnh hơn vào marketing số và hệ thống đặt chỗ trực tuyến để duy trì lợi thế địa phương. - Tình trạng hoạt động kinh doanh theo một số nguồn công khai cho thấy có giai đoạn tạm ngừng kinh doanh có thời hạn
--	--	---

	tối ưu lợi nhuận cho chủ đầu tư, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững.	(dữ liệu mã số thuế), điều này có thể phản ánh khó khăn nội tại hoặc tái cấu trúc, ảnh hưởng đến hình ảnh uy tín và khả năng thu hút đối tác mới.
Đối thủ cạnh tranh	Điểm mạnh	Điểm yếu
Savills Việt Nam (BDS)	- Sở hữu mạng lưới toàn cầu rộng lớn kết hợp kinh nghiệm quốc tế hơn 29 năm, cho phép áp dụng các tiêu chuẩn quản lý cao cấp (ISO 14001, ISO 45001) và các giải pháp ESG hiện đại. - Tập trung mạnh vào phân khúc dự án lớn, cao cấp, giúp tối ưu hóa chi phí vận hành và nâng cao giá trị tài sản cho chủ đầu tư quy mô lớn. - Thương hiệu uy tín toàn cầu, tạo lợi thế cạnh tranh cao trong việc thu hút nhà đầu tư nước ngoài và các dự án trọng điểm tại Đà Nẵng.	- Tập trung chủ yếu vào phân khúc cao cấp và dự án lớn, ít chú trọng đến các tòa nhà quy mô trung bình hoặc nhỏ (căn hộ dịch vụ, nhà ở, văn phòng cho thuê địa phương). - Mức phí dịch vụ cao, làm giảm khả năng tiếp cận chủ đầu tư nhỏ và vừa – phân khúc đang chiếm tỷ lệ lớn tại thị trường Đà Nẵng. - Thiếu sự linh hoạt và hiểu biết sâu về đặc thù địa phương so với các doanh nghiệp Việt Nam.
CBRE Việt Nam (BDS)	- Đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm và nền tảng dữ liệu toàn cầu, cho phép áp dụng các công nghệ quản lý hiện đại và giải pháp ESG tiên tiến. - Mạng lưới rộng khắp, khả năng tư vấn chiến lược toàn	- Tập trung vào phân khúc cao cấp và dự án lớn, ít cạnh tranh trực tiếp ở mảng căn hộ dịch vụ hoặc mặt bằng nhỏ – phân khúc chủ lực của Minh Khang Home. - Quy trình quản lý phức tạp và chi phí cao, hạn chế khả

	diện từ lập kế hoạch đến quản lý dài hạn, rất phù hợp với nhà đầu tư quốc tế và dự án thương mại lớn. - Vị thế dẫn đầu trong các báo cáo thị trường bất động sản Việt Nam, giúp tăng cường uy tín và khả năng thu hút khách hàng cao cấp.	năng đáp ứng nhu cầu linh hoạt của chủ đầu tư địa phương quy mô trung bình. - Sự hiện diện tại Đà Nẵng chưa mạnh bằng tại Hà Nội và TP.HCM, dẫn đến lợi thế địa phương còn hạn chế.
Vietravel (Du lịch)	- Mạng lưới đối tác rộng lớn và kinh nghiệm lâu năm, cho phép cung cấp hơn 1.000 tour chất lượng cao, đáp ứng đa dạng nhu cầu từ du lịch cá nhân đến đoàn thể. - Thương hiệu mạnh, được công nhận là “Thương hiệu vàng” của ngành du lịch Việt Nam, với hệ thống bán hàng trực tuyến và ngoại tuyến hiệu quả. - Khả năng phục hồi nhanh sau đại dịch, doanh thu tăng trưởng ổn định nhờ đa dạng hóa sản phẩm và đối tác quốc tế.	- Biên lợi nhuận thấp do áp lực cạnh tranh từ các nền tảng trực tuyến, dẫn đến chiến lược giá cạnh tranh gay gắt. - Một số hạn chế về chất lượng dịch vụ (phản hồi về chậm trễ vận chuyển và hỗ trợ khách hàng), ảnh hưởng đến uy tín tổng thể. - Chuyển đổi số chưa hoàn chỉnh, khiến công ty kém linh hoạt so với các đối thủ công nghệ cao.
Saigontourist (Du lịch)	- Thương hiệu uy tín lâu năm, kinh nghiệm phong phú trong phục vụ đoàn lớn, tàu biển và du lịch cao cấp, kết hợp hệ thống khách sạn	- Giá dịch vụ thường cao hơn mặt bằng chung, hạn chế khả năng tiếp cận phân khúc khách hàng thu nhập trung bình.

	và điểm tham quan mạnh mẽ. - Mạng lưới đối tác quốc tế rộng, khả năng cung cấp dịch vụ toàn diện và bền vững, đặc biệt phù hợp với khách đoàn và khách quốc tế. - Nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, tạo nền tảng vững chắc cho chất lượng dịch vụ ổn định.	- Chất lượng dịch vụ không đồng đều ở một số chi nhánh (phản hồi về thái độ nhân viên và lập kế hoạch), ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. - Chuyển đổi số chậm và sự tập trung chủ yếu tại miền Nam, khiến vị thế tại Đà Nẵng (miền Trung) chưa thực sự mạnh mẽ.
--	---	---

(Nguồn : Tổng hợp của tác giả)

2.2.2. Các yếu tố vĩ mô:

2.2.2.1. Chính trị và Pháp lý:

Môi trường chính trị - pháp lý tại Việt Nam ổn định, hỗ trợ mạnh mẽ cho phát triển du lịch và bất động sản, tạo nền tảng thuận lợi cho Minh Khang Group. Chính phủ tiếp tục ưu tiên du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, với mục tiêu quốc gia đón 25 triệu khách quốc tế năm 2026 (tăng 16% so với 2025). Tại Đà Nẵng, các chính sách địa phương như Kế hoạch phát triển du lịch 2025-2030 nhấn mạnh du lịch xanh, bền vững, chất lượng cao, với mục tiêu đón 19-19,5 triệu lượt khách năm 2026 (trong đó 8,7-9 triệu khách quốc tế) và doanh thu du lịch gần 70.000 tỷ đồng. Các chương trình kích cầu như “Return to Origin – Chạm về nguyên bản” và “Tôi yêu Đà Nẵng” thúc đẩy lưu trú dài ngày, trải nghiệm sâu, phù hợp với mô hình kết hợp lưu trú căn hộ dịch vụ của Minh Khang Home.

Về pháp lý bất động sản, Luật Đất đai 2024 (hiệu lực chính từ 2025, bảng giá đất mới áp dụng từ 01/01/2026) và Nghị quyết 254/2025/QH15 mang lại nhiều thay đổi tích cực: giảm 70% tiền sử dụng đất khi chuyển mục đích đất nông nghiệp sang đất ở (chỉ nộp 30% chênh lệch trong hạn mức), miễn giấy phép xây dựng nhà riêng lẻ dưới 7 tầng, áp dụng mã định danh điện tử cho bất động sản từ tháng 3/2026, và sửa đổi Luật Nhà ở, Luật Kinh doanh bất động sản nhằm minh bạch hóa thị trường, giảm đầu cơ. Những chính sách này giúp giảm chi phí, thúc đẩy nguồn cung căn hộ dịch vụ, văn phòng cho

thuê tại Đà Nẵng – lợi thế cho Minh Khang Home khi quản lý các tòa nhà như 42-56 Nại Nam. Tuy nhiên, quy trình triển khai bảng giá đất mới và các quy định thu hồi đất bổ sung có thể gây chậm trễ tạm thời trong dự án mới.

2.2.2.2. Kinh tế:

Kinh tế Việt Nam duy trì tăng trưởng ổn định, tạo động lực cho hai lĩnh vực của Minh Khang Group. Năm 2025, GRDP Đà Nẵng đạt 9,18% (xếp thứ 9/34 tỉnh/thành), quy mô 316,1 nghìn tỷ đồng, với đóng góp lớn từ dịch vụ (du lịch, bất động sản tăng 21,18%). Năm 2026 được xác định là năm bản lề, mục tiêu tăng trưởng GRDP từ 11% trở lên (dịch vụ tăng 11,5-12,5%, công nghiệp-xây dựng 12,5-13,5%), bình quân đầu người 4.900-5.000 USD. Du lịch Đà Nẵng bứt phá với 17,3-17,5 triệu lượt khách năm 2025 (tăng 15%), doanh thu vượt 60.000 tỷ đồng, dự kiến 19-19,5 triệu lượt năm 2026 và doanh thu gần 70.000 tỷ đồng. Sự phục hồi mạnh mẽ của du lịch quốc tế (tăng mạnh từ Đông Bắc Á, châu Âu, Úc, Ấn Độ, Trung Đông) thúc đẩy nhu cầu lưu trú dài hạn, đặt phòng khách sạn/villa và tour – cơ hội trực tiếp cho Minh Khang Travel và Minh Khang Home.

Thị trường bất động sản Đà Nẵng phục hồi tích cực năm 2025-2026 với giao dịch tăng gấp đôi, tỷ lệ hấp thụ 60%, đặc biệt phân khúc căn hộ dịch vụ và văn phòng nhờ dòng vốn FDI và du lịch. Tuy nhiên, lạm phát, lãi suất và biến động toàn cầu có thể ảnh hưởng đến chi phí vận hành và khả năng chi tiêu của khách hàng.

2.2.2.3. Xã hội và Văn hóa:

Xã hội Việt Nam đang chuyển dịch mạnh mẽ hướng tới du lịch trải nghiệm, bền vững và đa thế hệ, phù hợp với định hướng của Minh Khang Group. Tại Đà Nẵng – “Thành phố Đáng Sống”, dân cư trẻ, thu nhập tăng, kết hợp với dòng khách nội địa (team building, nghỉ dưỡng gia đình) và quốc tế (chuyên gia, du học sinh lưu trú dài hạn) tạo nhu cầu cao về căn hộ dịch vụ, văn phòng cho thuê chất lượng cao gần tiện ích (siêu thị Lotte, cầu Tiên Sơn, Công viên Châu Á). Xu hướng du lịch “chạm về nguyên bản”, kết nối văn hóa - thiên nhiên - cộng đồng, và du lịch xanh thúc đẩy trải nghiệm sâu sắc, lưu trú dài ngày – lợi thế cho gói dịch vụ kết hợp tour + căn hộ của công ty.

Xã hội ngày càng chú trọng văn minh ứng xử, bảo vệ môi trường và du lịch có trách nhiệm, đòi hỏi doanh nghiệp như Minh Khang Group phải nâng cao chất lượng dịch vụ, đào tạo nhân lực và tích hợp yếu tố văn hóa địa phương vào sản phẩm.

2.2.2.4. Công nghệ:

Công nghệ số và chuyển đổi số là xu hướng đột phá năm 2025-2026, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của Minh Khang Group. Tại Việt Nam, AI được 99% du khách sử dụng hàng ngày (theo Booking.com), với xu hướng lập kế hoạch hành trình bằng AI, chatbot hỗ trợ đặt chỗ, và tour thực tế ảo để trải nghiệm điểm đến trước khi đến. Thị trường du lịch trực tuyến dự kiến tăng gấp đôi đến 8 tỷ USD năm 2030. Trong bất động sản, tour thực tế ảo cho phép xem nhà mẫu ảo, chatbot AI tư vấn khách thuê, và hệ thống quản lý tòa nhà thông minh giúp tối ưu vận hành.

Đà Nẵng đặt mục tiêu kinh tế số chiếm 27% GRDP năm 2026 (tăng trưởng 15-20%/năm ở lĩnh vực cốt lõi), thúc đẩy Minh Khang Group đầu tư website, booking online, CRM (quản lý quan hệ khách hàng) và tích hợp AI để cạnh tranh với đại lý du lịch trực tuyến lớn (Booking.com, Agoda). Đây là cơ hội nâng cao hiệu quả đặt vé, phòng và quản lý tòa nhà, nhưng cũng là thách thức nếu công ty chậm chuyển đổi số.

2.2.2.5. Môi trường và Toàn cầu:

Biến đổi khí hậu và xu hướng toàn cầu hướng tới phát triển bền vững tạo cả cơ hội lẫn thách thức cho Minh Khang Group. Đà Nẵng thường xuyên chịu bão lũ, nước biển dâng, đòi hỏi quy hoạch đô thị thích ứng (Nghị định 35/2026/NĐ-CP lồng ghép thích ứng biến đổi khí hậu vào phát triển đô thị). Du lịch Đà Nẵng định hướng “du lịch xanh” là trụ cột đến 2045, với kế hoạch giảm nhựa dùng một lần, phân loại rác, tiết kiệm năng lượng tại khách sạn, khu nghỉ dưỡng.

Toàn cầu, du lịch bền vững và các tiêu chuẩn: môi trường tài nguyên, mối quan hệ xã hội, đạo đức kinh doanh ngày càng quan trọng, thúc đẩy nhu cầu lưu trú xanh, thân thiện môi trường – lợi thế nếu Minh Khang Home áp dụng quản lý tòa nhà tiết kiệm năng lượng, giảm phát thải. Tuy nhiên, rủi ro từ thiên tai (mưa bão ảnh hưởng du lịch mùa cao điểm) và áp lực bảo tồn sinh thái (đa dạng sinh học suy giảm do đô thị hóa) đòi hỏi công ty tích hợp các giải pháp xanh vào vận hành tòa nhà và tour du lịch để duy trì uy tín và thu hút khách quốc tế có ý thức môi trường cao.

2.3. Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh

2.3.1. Cơ sở vật chất:

Bảng 2.2. Bảng cơ sở vật chất

	ĐVT	Số lượng
Bàn	Cái	15
Ghế	Cái	60
Tủ đồ	Cái	2
Điều hòa	Cái	2
Quạt	Cái	4
Tủ hồ sơ	Cái	2
Máy lọc nước	Cái	2
Máy chấm công	Cái	1
Máy in	Cái	2
Ổ điện	Cái	5

(Nguồn: Phòng Hành chính Nhân sự - Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group)

Cơ sở vật chất hiện tại của Minh Khang Group bao gồm 15 bàn làm việc, 60 ghế, 2 tủ đồ, 2 điều hòa, 4 quạt, 2 tủ hồ sơ, 2 máy lọc nước, 1 máy chấm công, 2 máy in và 5 ổ điện. Tổng thể, hệ thống cơ sở vật chất của công ty ở mức cơ bản, đáp ứng được nhu cầu làm việc hàng ngày của một doanh nghiệp có quy mô nhỏ đến trung bình.

Với 15 bàn làm việc và 60 ghế, văn phòng có khả năng sắp xếp chỗ ngồi cho khoảng khoảng 45-50 nhân viên (bao gồm dự phòng cho họp nội bộ hoặc tiếp khách). Việc trang bị đầy đủ các thiết bị văn phòng thiết yếu như tủ hồ sơ, máy in, máy chấm công và máy lọc nước cho thấy công ty đã đảm bảo các điều kiện tối thiểu để nhân viên thực hiện công việc hành chính, lưu trữ tài liệu và quản lý chấm công một cách thuận tiện. Hệ thống điều hòa và quạt cũng giúp duy trì môi trường làm việc ở mức chấp nhận được trong điều kiện khí hậu nóng ẩm của Đà Nẵng.

Tuy nhiên, cơ sở vật chất của Minh Khang Group vẫn còn một số hạn chế đáng kể. Trang thiết bị còn khá đơn giản, thiếu các dụng cụ hỗ trợ công việc chuyên môn như máy tính để bàn, máy chiếu, màn hình trình chiếu hoặc bảng trắng – những thiết bị quan trọng trong lĩnh vực du lịch - lữ hành và quản lý bất động sản. Số lượng máy in chỉ có 2 chiếc có thể gây ùn tắc khi khối lượng công việc in ấn hợp đồng, vé máy bay hoặc tài

liệu tour tăng cao. Ngoài ra, hệ thống điều hòa và quạt chưa thực sự đồng đều, có thể ảnh hưởng đến sự thoải mái của nhân viên trong mùa hè.

Về lâu dài, cơ sở vật chất hiện tại phù hợp với quy mô hoạt động hiện nay của công ty nhưng sẽ trở nên hạn chế khi Minh Khang Group mở rộng quy mô nhân sự hoặc nâng cao chất lượng dịch vụ. Không gian làm việc còn thiếu các tiện ích hỗ trợ như khu vực nghỉ ngơi, bếp ăn nhân viên hoặc hệ thống an ninh, phòng cháy chữa cháy hiện đại. Điều này phần nào phản ánh định hướng tiết kiệm chi phí của doanh nghiệp trong giai đoạn phát triển hiện tại.

2.3.2. Nguồn nhân lực:

Bảng 2.3. Nguồn nhân lực của Minh Khang Group qua các năm

Chỉ tiêu	2024		2025		2025/2024	
	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Chênh lệch	%
Tổng số lượng	32	100.00%	58	100.00%	26	81.25%
I. Giới tính						
1. Nam	15	46.88%	24	41.38%	9	60.00%
2. Nữ	17	53.13%	34	58.62%	17	100.00%
II. Trình độ học vấn						
ĐH & Cao đẳng	31	96.88%	55	94.83%	24	77.42%
Lao động phổ thông	1	3.13%	3	5.17%	2	200.00%
III. Độ tuổi						
1. Dưới ≤ 25	29	90.63%	52	89.66%	23	79.31%
2. Từ $25 \leq 35$	3	9.38%	6	10.34%	3	100.00%

(Nguồn: Phòng Hành chính Nhân sự - Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group)

Từ số liệu trên, có thể thấy:

Trong giai đoạn từ năm 2024 đến năm 2025, tổng số lượng đối tượng nghiên cứu đã tăng mạnh từ 32 người lên 58 người, tương đương mức tăng 26 người và đạt tốc độ tăng trưởng 81,25%. Sự gia tăng đáng kể về quy mô này cho thấy đơn vị nghiên cứu đã có những bước phát triển tích cực trong năm 2023.

Về cơ cấu giới tính, tỷ trọng lao động nữ chiếm ưu thế và có xu hướng tăng dần. Cụ thể, năm 2024 lao động nữ chiếm 53,13% (17 người), đến năm 2025 tỷ lệ này tăng lên 58,62% (34 người). Số lượng nữ tăng 17 người, tương đương tăng 100%, cao hơn hẳn so với nhóm nam (tăng 60%). Điều này phản ánh xu hướng nữ hóa dần trong cơ cấu nguồn nhân lực của đơn vị.

Về trình độ học vấn, đội ngũ lao động vẫn duy trì ở mức chất lượng cao khi tỷ trọng lao động có trình độ đại học và cao đẳng chiếm 96,88% năm 2024 và 94,83% năm 2025. Mặc dù tỷ trọng nhóm này giảm nhẹ, số lượng tuyệt đối vẫn tăng mạnh từ 31 lên 55 người (tăng 77,42%). Bên cạnh đó, nhóm lao động phổ thông tăng từ 1 người lên 3 người, tương đương mức tăng 200%, cho thấy sự đa dạng hóa hơn trong nhu cầu nhân sự khi quy mô hoạt động mở rộng.

Về độ tuổi, cơ cấu lao động của đơn vị vẫn rất trẻ. Nhóm lao động dưới hoặc bằng 25 tuổi chiếm tỷ trọng áp đảo với 90,63% năm 2024 và 89,66% năm 2025. Số lượng nhóm này tăng từ 29 lên 52 người (tăng 79,31%). Trong khi đó, nhóm từ 25 đến 35 tuổi tăng từ 3 lên 6 người (tăng 100%), nhưng vẫn chỉ chiếm tỷ lệ khiêm tốn khoảng 10%. Điều này cho thấy đội ngũ chủ yếu là lao động trẻ, mới ra trường, có sức khỏe dồi dào và khả năng tiếp thu, thích ứng tốt với môi trường làm việc.

Tổng thể, số liệu cho thấy sự phát triển nhanh chóng về quy mô nguồn nhân lực, kèm theo xu hướng nữ hóa, duy trì chất lượng trình độ cao và độ tuổi trẻ hóa. Những đặc điểm này vừa là lợi thế cạnh tranh, vừa đặt ra những thách thức nhất định cho công tác quản trị nguồn nhân lực trong thời gian tới.

2.3.3. Nguồn lực tài chính:

Bảng 2.4. Bảng cân đối tài sản tại Minh Khang Group

DVT: Đồng

CHỈ TIÊU	2023	2024	2025	2024/2023		2025/2024	
				Giá trị	%	Giá trị	%
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	5.384.726.518	8.926.483.275	10.842.593.684	3.541.756.757	66%	1.916.110.409	21%
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	1.748.502.410	5.739.088.043	7.033.285.370	3.990.858.633	228%	1.294.197.327	23%
II. Các khoản thu ngắn hạn	3.636.224.108	3.187.088.043	3.845.308.314	(449.136.065)	(12%)	657.913.837	21%
1. Phải thu của khách hàng	1.648.375.284	1.248.593.716	1.964.385.314	(399.781.568)	(24%)	715.792.207	57%
2. Trả trước cho người bán	846.482.375	528.174.936	682.943.615	(318.307.439)	(38%)	154.768.679	29%
3. Phải thu khác	1.141.366.499	1.410.319.391	1.197.979.385	268.952.942	24%	(212.340.006)	(15%)
B. TÀI SẢN DÀI HẠN	3.142.518.407	2.964.842.518	3.846.828.941	(177.675.889)	(6%)	822.086.423	(30%)
I. TSCĐ	2.936.482.315	2.584.926.317	3.597.24.716	(351.555.998)	(12%)	1.012.358.399	39%
II. Tài sản dài hạn khác	206.036.092	379.916.201	249.644.225	173.880.109	84%	(130.971.976)	34%
TỔNG TÀI SẢN	8.527.244.925	11.891.325.793	14.689.422.625	3.364.080.868	39%	2.798.196.832	24%

(Nguồn: Phòng Hành chính Nhân sự - Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group)

Từ số liệu trên, có thể thấy:

Trong giai đoạn 2023–2025, quy mô tài sản của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group có xu hướng tăng trưởng liên tục, phản ánh quá trình mở rộng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Cụ thể, tổng tài sản năm 2024 tăng 39% so với năm 2023 và tiếp tục tăng 24% vào năm 2025. Mặc dù tốc độ tăng trưởng có dấu hiệu chậm lại, song mức tăng này vẫn cho thấy doanh nghiệp đang duy trì được đà phát triển tương đối ổn định.

Xét về cơ cấu, tài sản ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn và tăng mạnh qua các năm, từ 5.384 tỷ đồng năm 2023 lên 10.842 tỷ đồng năm 2025. Đáng chú ý, khoản mục tiền và các khoản tương đương tiền tăng đột biến, đặc biệt trong năm 2024 với mức tăng 228%, cho thấy khả năng thanh khoản của doanh nghiệp được cải thiện rõ rệt, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc chủ động trong thanh toán và đầu tư ngắn hạn. Tuy nhiên, các khoản phải thu ngắn hạn, nhất là phải thu khách hàng, có xu hướng tăng trở lại trong năm 2025 (tăng 57%), điều này có thể phản ánh chính sách bán chịu nhằm thúc đẩy doanh thu nhưng cũng tiềm ẩn rủi ro về khả năng thu hồi công nợ.

Đối với tài sản dài hạn, biến động chưa thực sự ổn định khi giảm nhẹ 6% trong năm 2024 nhưng lại tăng mạnh 30% vào năm 2025. Trong đó, tài sản cố định giảm trong năm 2024 rồi tăng mạnh trở lại vào năm 2025, cho thấy doanh nghiệp có thể đã thực hiện đầu tư mới vào cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ hoạt động kinh doanh. Ngược lại, tài sản dài hạn khác biến động khá lớn giữa các năm, cho thấy cần được xem xét kỹ hơn về tính chất và hiệu quả sử dụng.

Tổng thể, cơ cấu tài sản của công ty nghiêng về tài sản ngắn hạn, phản ánh đặc điểm của doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ và du lịch với yêu cầu cao về tính thanh khoản. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần chú trọng kiểm soát các khoản phải thu và xây dựng chiến lược đầu tư dài hạn hợp lý nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững trong những năm tiếp theo.

Bảng 2.5. Bảng cân đối nguồn vốn tại Minh Khang Group

ĐVT: Đồng

CHỈ TIÊU	2023	2024	2025	2024/2023		2025/2024	
				<u>Giá trị</u>	%	<u>Giá trị</u>	%
A. NỢ PHẢI TRẢ	5.842.316.517	8.264.592.841	9.874.385.918	2.422.276.324	41%	1.609.793.077	19%
1. Vay và thuê tài chính	4.216.482.375	5.936.284.593	6.842.518.306	1.719.802.218	41%	906.233.713	15%
2. Người thuê trả trước	1.218.593.742	1.874.285.936	2.426.593.784	655.692.194	54%	552.307.848	29%
3. Phải trả khác	407.240.400	454.022.312	605.273.828	46.781.912	11%	151.251.516	33%
B. VỐN CHỦ SỞ HỮU	2.684.928.408	3.626.732.952	4.815.136.707	941.804.544	35%	1.188.403.755	33%
4. Vốn góp CSH	2.000.000.000	2.000.000.000	2.000.000.000	0	0%	0	0%
5. LNST chưa phân phối	684.928.408	1.626.732.952	2.815.136.707	941.804.544	137%	1.188.403.755	73%
TỔNG NGUỒN VỐN	8.527.244.925	11.891.325.793	14.689.522.625	3.364.080.368	39%	2.798.196.832	24%

(Nguồn: Phòng Hành chính Nhân sự - Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group)

Từ số liệu trên, có thể thấy:

Trong giai đoạn 2023–2025, cơ cấu nguồn vốn của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group có sự gia tăng đáng kể, phù hợp với xu hướng mở rộng quy mô tài sản. Tổng nguồn vốn tăng lần lượt 39% trong năm 2024 và 24% trong năm 2025, cho thấy doanh nghiệp đã huy động thêm nguồn lực tài chính để phục vụ hoạt động kinh doanh. Trong đó, nợ phải trả chiếm tỷ trọng lớn và tăng mạnh từ 5.842 tỷ đồng năm 2023 lên 9.874 tỷ đồng năm 2025, với tốc độ tăng tương ứng 41% và 19% qua hai năm. Điều này phản ánh doanh nghiệp đang có xu hướng sử dụng đòn bẩy tài chính khá cao, đặc biệt là thông qua khoản vay và thuê tài chính – khoản mục chiếm tỷ trọng lớn nhất trong nợ phải trả và tăng đều qua các năm. Bên cạnh đó, khoản người mua trả tiền trước cũng tăng mạnh (54% năm 2024 và 29% năm 2025), cho thấy doanh nghiệp có khả năng huy động vốn từ khách hàng, góp phần cải thiện dòng tiền trong ngắn hạn. Tuy nhiên, việc phụ thuộc nhiều vào nợ vay cũng tiềm ẩn rủi ro về áp lực trả nợ và chi phí lãi vay trong tương lai.

Song song với sự gia tăng của nợ phải trả, vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp cũng có xu hướng tăng trưởng tích cực, từ 2.685 tỷ đồng năm 2023 lên 4.815 tỷ đồng năm 2025. Đáng chú ý, vốn góp của chủ sở hữu được giữ nguyên ở mức 2.000 tỷ đồng trong suốt giai đoạn, cho thấy sự ổn định về nguồn vốn góp ban đầu. Sự gia tăng của vốn chủ

sở hữu chủ yếu đến từ lợi nhuận sau thuế chưa phân phối, với mức tăng rất cao (137% năm 2024 và 73% năm 2025), phản ánh hiệu quả kinh doanh khả quan và khả năng tích lũy nội bộ của doanh nghiệp. Điều này góp phần nâng cao mức độ tự chủ tài chính và giảm bớt áp lực phụ thuộc vào nguồn vốn vay.

Tổng thể, cơ cấu nguồn vốn của công ty vẫn nghiêng về nợ phải trả, song vốn chủ sở hữu đang có xu hướng cải thiện rõ rệt. Điều này cho thấy doanh nghiệp đang trong quá trình cân đối lại cấu trúc tài chính theo hướng bền vững hơn. Tuy nhiên, để đảm bảo an toàn tài chính trong dài hạn, công ty cần kiểm soát hợp lý tỷ lệ nợ, đặc biệt là các khoản vay tài chính, đồng thời tiếp tục nâng cao hiệu quả kinh doanh nhằm gia tăng nguồn vốn chủ sở hữu.

2.3.4. Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh:

Bảng 2.6. Bảng kết quả hoạt động kinh doanh tại Minh Khang Group

DVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	2024/2023		2025/2024	
	Giá trị	Giá trị	Giá trị	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
1.Doanh thu bán hàng	16.248.562.430	17.593.421.775	18.982.314.688	1.344.859.345	8,28%	1.388.892.913	7,89%
2.Các khoản giảm trừ doanh thu	10.452.350	15.735.689	20.568.432	5.283.339	50,54%	4.832.743	30,71%
3.Doanh thu thuần (1-2)	16.238.110.080	17.577.686.086	18.961.746.256	1.339.576.006	8,25%	1.384.060.170	7,87%
4.Giá vốn hàng bán	8.023.564.120	8.711.352.489	9.422.586.734	687.788.369	8,57%	711.234.245	8,17%
5.Lợi nhuận gộp (3-4)	8.214.545.960	8.866.333.597	9.539.159.522	651.787.637	7,93%	672.825.925	7,59%
6.Doanh thu hoạt động tài chính	501.234.567	548.987.654	602.345.789	47.753.087	9,53%	53.358.135	9,73%
7.Chỉ phí tài chính	401.235.678	421.987.654	449.876.543	20.751.976	5,17%	27.888.889	6,61%
8.Chỉ phí bán hàng	1.198.765.432	1.354.876.543	1.498.765.432	156.111.111	13,02%	143.888.889	10,62%
S9.Chỉ phí quản lý doanh nghiệp	952.345.678	999.876.543	1.053.987.654	47.530.865	4,99%	54.111.111	5,41%
10.Lợi nhuận thuần từ hoạt động KD (5+6-7-8-9)	6.163.433.739	6.638.580.511	7.138.875.682	475.146.772	7,71%	500.295.171	7,54%
11.Thu nhập khác	598.765.432	647.876.543	702.345.678	49.111.111	8,20%	54.469.135	8,41%
12.Chỉ phí khác	351.234.567	372.345.678	399.876.543	21.111.111	6,01%	27.530.865	7,39%
13.Lợi nhuận khác (10-11)	247.530.865	275.530.865	302.469.135	28.000.000	11,31%	26.938.270	9,78%
14.Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	6.410.964.604	6.914.111.376	7.441.344.817	503.146.772	7,85%	527.233.441	7,63%
15.Chỉ phí thuế TNDN hiện hành	1.282.192.921	1.382.822.275	1.488.268.963	100.629.354	7,85%	105.446.688	7,63%
16.LNST (14-15)	5.128.771.683	5.531.286.101	5.953.075.854	402.517.418	7,85%	421.786.753	7,63%

(Nguồn: Phòng Hành chính Nhân sự - Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group)

Từ số liệu trên, có thể thấy:

Trong giai đoạn 2023–2025, tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group ghi nhận xu hướng tăng trưởng ổn định và tương đối bền vững. Doanh thu bán hàng liên tục gia tăng qua các năm, với mức tăng 8,28% 2024 và 7,89% 2025, kéo theo doanh thu thuần cũng tăng tương ứng 8,25% và 7,87%. Điều này cho thấy doanh nghiệp duy trì được khả năng mở rộng thị trường và ổn định nguồn thu, mặc dù tốc độ tăng trưởng có xu hướng chậm lại nhẹ trong năm 2025. Các khoản giảm trừ doanh thu tăng khá mạnh, đặc biệt năm 2024 tăng trên 50%, phản ánh khả năng doanh nghiệp đã đẩy mạnh các chính sách chiết khấu, khuyến mại nhằm kích cầu tiêu dùng.

Về hiệu quả hoạt động, giá vốn hàng bán tăng tương ứng với doanh thu (8,57% năm 2024 và 8,17% năm 2025), giúp lợi nhuận gộp vẫn duy trì đà tăng trưởng ổn định (7,93% và 7,59%). Tuy nhiên, biên lợi nhuận gộp có thể đang chịu áp lực do tốc độ tăng của giá vốn có xu hướng tiệm cận với tốc độ tăng doanh thu. Bên cạnh đó, doanh thu hoạt động tài chính tăng đều qua các năm (trên 9%), góp phần hỗ trợ cải thiện kết quả kinh doanh chung, trong khi chi phí tài chính chỉ tăng ở mức thấp hơn, cho thấy doanh nghiệp có sự kiểm soát tương đối tốt đối với chi phí sử dụng vốn.

Các loại chi phí hoạt động như chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp đều gia tăng, trong đó chi phí bán hàng tăng khá mạnh (13,02% năm 2024 và 10,62% năm 2025), phản ánh việc doanh nghiệp đầu tư nhiều hơn cho hoạt động marketing, phân phối và mở rộng thị trường. Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng ở mức vừa phải (khoảng 5%), cho thấy doanh nghiệp vẫn duy trì được sự kiểm soát chi phí quản trị tương đối hiệu quả.

Kết quả là lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh tăng trưởng ổn định (7,71% năm 2024 và 7,54% năm 2025). Đồng thời, lợi nhuận khác cũng tăng trưởng khá tốt, góp phần làm cho tổng lợi nhuận kế toán trước thuế và lợi nhuận sau thuế đều tăng đều qua các năm, với tốc độ khoảng 7–8%/năm. Điều này phản ánh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đang vận hành hiệu quả, có khả năng tạo lợi nhuận ổn định và tích lũy tốt.

Tổng thể, Công ty Minh Khang Group đang duy trì được đà tăng trưởng tích cực cả về doanh thu và lợi nhuận. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần chú trọng kiểm soát tốt hơn

chi phí, đặc biệt là chi phí bán hàng và giá vốn, đồng thời tối ưu hóa các chính sách bán hàng để cải thiện biên lợi nhuận trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng.

2.4. Thực trạng tuyển dụng nhân lực tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group

Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group đang trong giai đoạn phát triển nhanh chóng sau sáp nhập năm 2024, với quy mô nhân sự tăng mạnh từ 32 người (2022) lên 58 người (2023) và tiếp tục mở rộng các khối kinh doanh (Minh Khang Home và Minh Khang Travel). Công tác tuyển dụng nhân sự đóng vai trò quan trọng nhằm bổ sung nguồn lực cho các vị trí kinh doanh, vận hành, marketing và hành chính – nhân sự. Tuy nhiên, do quy mô còn nhỏ đến trung bình và đặc thù ngành dịch vụ – du lịch mang tính mùa vụ, hoạt động tuyển dụng của công ty vẫn mang tính linh hoạt, chủ yếu tập trung vào thực tập sinh (TTS) và nhân viên kinh doanh.

2.4.1. Xác định nhu cầu tuyển dụng:

Việc xác định nhu cầu tuyển dụng tại Minh Khang Group chủ yếu dựa trên kế hoạch phát triển kinh doanh ngắn hạn và nhu cầu bổ sung nhân sự cho các khối vận hành, kinh doanh. Công ty chưa xây dựng hệ thống phân tích công việc bài bản và định kỳ, mà thường xác định nhu cầu theo từng đợt mở rộng dịch vụ (ví dụ: tăng số lượng căn hộ quản lý, mở tour du lịch mới, hoặc hỗ trợ mùa cao điểm du lịch).

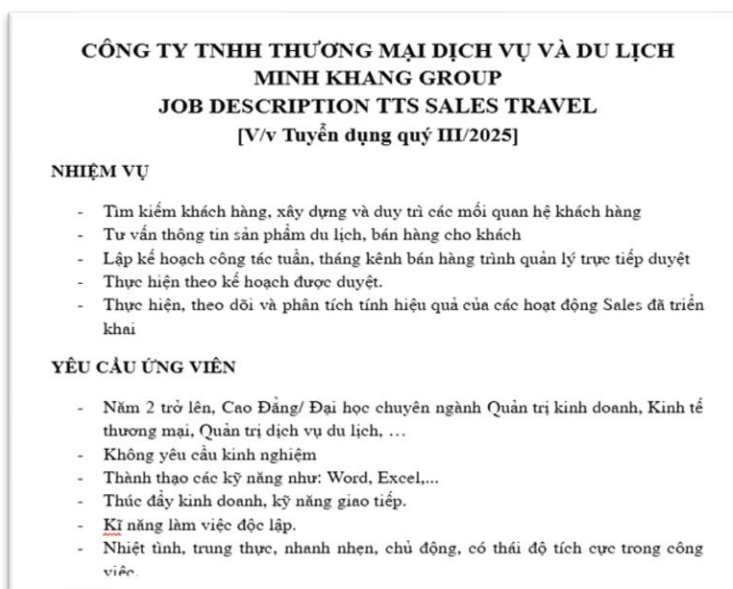
Nhu cầu tuyển dụng chủ yếu phát sinh từ:

- Mở rộng quy mô quản lý vận hành tòa nhà và căn hộ dịch vụ (Minh Khang Home).
- Tăng cường lực lượng kinh doanh tour, đặt vé, booking hotel (Minh Khang Travel) trong mùa cao điểm du lịch.
- Hỗ trợ khối văn phòng (HC-NS, S&M).

Thực tiễn tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group cho thấy việc xác định nhu cầu tuyển dụng vẫn còn nhiều hạn chế và chưa đạt được tính khoa học. Cụ thể, nhu cầu tuyển dụng chủ yếu được xác định theo kiểu “theo nhu cầu tức thì” và mang tính mùa vụ rõ nét, thay vì dựa trên phân tích công việc định kỳ và kế hoạch phát triển dài hạn. Nhu cầu nhân sự thường phát sinh từ việc mở rộng quy mô quản lý vận hành các tòa nhà, căn hộ dịch vụ (Minh Khang Home), tăng cường lực lượng kinh doanh tour, đặt vé máy bay và booking khách sạn (Minh Khang Travel) trong mùa cao điểm du lịch, hoặc hỗ trợ các hoạt động hành chính – nhân sự và marketing.

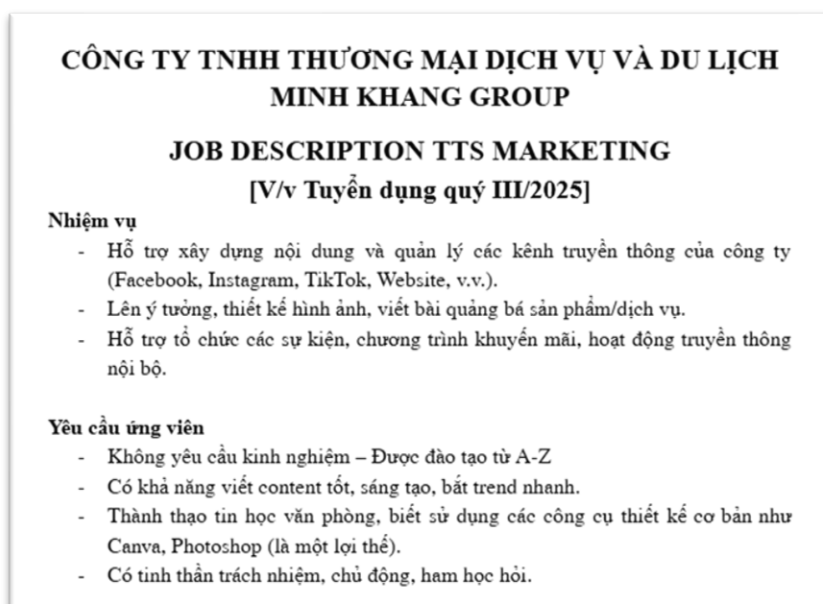
Hiện nay, công ty cũng đã có bản mô tả công việc và bản tiêu chuẩn công việc cho các vị trí như: TTS Kinh doanh; TTS Marketing; TTS Hành chính Nhân sự ; TTS Vận hành toà nhà và Chuyên viên Kinh doanh. Tuy nhiên, các yêu cầu tuyển dụng trong tin đăng thường được nêu chung chung, ví dụ: “sinh viên năm 3-4 hoặc mới tốt nghiệp, giao tiếp tốt, chăm chỉ, năng động”.

TTS Kinh doanh:



Hình 2.2. Bản mô tả công việc TTS Kinh doanh

TTS Marketing:



Hình 2.3. Bản mô tả công việc TTS Marketing

TTS Hành chính Nhân sự:

**CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH
MINH KHANG GROUP**

JOB DESCRIPTION TTS HÀNH CHÍNH NHÂN SỰ

[V/v Tuyển dụng quý III/2025]

NHIỆM VỤ

- Thực hiện hỗ trợ công tác truyền thông tuyển dụng
- Thực hiện công tác sàng lọc hồ sơ, tổ chức phỏng vấn, công tác liên hệ và đánh giá ứng viên
- Phối hợp đề xuất định hướng chính sách tuyển dụng mới.
- Làm các công việc hành chính nhân sự khác

YÊU CẦU ỨNG VIÊN

- Là sinh viên năm 3, năm 4 hoặc các sinh viên mới ra trường. Theo học các chuyên ngành như Quản trị nguồn nhân lực, Quản trị kinh doanh, Luật, Pháp lý,...hay các chuyên ngành liên quan khác.
- Có kỹ năng giao tiếp và tư duy logic.
- Biết tôn trọng và tuân thủ các nguyên tắc và quy trình làm việc
- Chăm chỉ, nhanh nhẹn và chủ động trong công việc.
- Thành thạo các kỹ năng như: Word, Excel,...

Hình 2.4. Bản mô tả công việc TTS Hành chính Nhân sự

TTS Vận hành toà nhà:

**CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH
MINH KHANG GROUP**

JOB DESCRIPTION TTS VẬN HÀNH TÒA NHÀ
[V/v Tuyển dụng quý III/2025]

Nhiệm vụ

- Hỗ trợ giám sát và kiểm tra hệ thống kỹ thuật của tòa nhà (điện, nước, điều hòa, thang máy...).
- Ghi nhận và xử lý các yêu cầu, phản ánh từ cư dân/khách thuê liên quan đến vận hành tòa nhà.
- Hỗ trợ công tác quản lý an ninh, vệ sinh, cảnh quan trong tòa nhà.
- Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của cấp trên.

Yêu cầu ứng viên

- Có tinh thần trách nhiệm, chủ động trong công việc.
- Sinh viên năm cuối hoặc mới tốt nghiệp chuyên ngành: Quản trị kinh doanh, Kinh doanh bất động sản
- Kỹ năng xử lý tình huống và giao tiếp tốt

Hình 2.5. Bản mô tả công việc TTS Vận hành toà nhà

Chuyên viên kinh doanh:

CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH ELITE CAPITAL JOB DESCRIPTION NHÂN VIÊN KINH DOANH	
MÔ TẢ CÔNG VIỆC	• Tìm kiếm, khai thác và phát triển khách hàng tiềm năng có nhu cầu mua bán bất động sản. • Tư vấn, giới thiệu sản phẩm phù hợp nhu cầu khách hàng, hỗ trợ khách hàng trong quá trình giao dịch. • Xây dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ khách hàng bền vững. • Thực hiện các hoạt động marketing cá nhân: đăng tin, chia sẻ sản phẩm, xây dựng thương hiệu cá nhân trên các kênh truyền thông. • Cập nhật thông tin thị trường bất động sản, đối thủ cạnh tranh và xu hướng phát triển để đề xuất chiến lược bán hàng phù hợp. • Đảm bảo chỉ tiêu doanh số theo kế hoạch được giao. • Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của quản lý.
YÊU CẦU CÔNG VIỆC	• Tốt nghiệp Cao đẳng/Đại học (ưu tiên chuyên ngành Kinh tế, Quản trị kinh doanh, Marketing...). • Có kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh/bán hàng (ưu tiên ứng viên từng làm trong ngành bất động sản). • Kỹ năng giao tiếp, thuyết phục, đàm phán tốt. • Năng động, kiên trì, có tinh thần cầu tiến, sẵn sàng học hỏi. • Khả năng làm việc độc lập và theo nhóm, chịu được áp lực doanh số. • Ưu tiên ứng viên có định hướng gắn bó lâu dài.

Hình 2.6. Bản mô tả công việc Chuyên viên Kinh doanh

Bản mô tả công việc trên dẫn đến khó khăn trong việc đánh giá mức độ phù hợp giữa ứng viên với vị trí công việc, đồng thời làm giảm tính chính xác khi xác định số lượng và chất lượng nhân sự cần tuyển.

2.4.2. Mục tiêu tuyển dụng nhân sự:

Mục tiêu ngắn hạn: Công ty tập trung vào việc lấp nhanh vị trí trống để đảm bảo hoạt động kinh doanh không gián đoạn, đặc biệt trong mùa cao điểm du lịch Đà Nẵng (tháng 6-8, Tết). Các mục tiêu cụ thể bao gồm giảm thời gian tuyển dụng, bổ sung thực tập sinh và nhân viên kinh doanh part-time/full-time để hỗ trợ tổng đài, dẫn khách xem nhà, đặt tour. Việc tuyển dụng thực tập sinh đa vị trí (Nhân sự, Marketing, Kinh doanh, Vận hành) giúp kiểm soát chi phí và duy trì sự ổn định số lượng lao động trẻ.

Mục tiêu dài hạn: Chưa được thể hiện rõ ràng. Công ty hướng tới xây dựng đội ngũ gắn bó với giá trị cốt lõi “Uy tín – Tận Tâm – Chuyên Nghiệp”, nhưng thực tế vẫn ưu tiên tuyển dụng theo nhu cầu tức thì hơn là xây dựng nguồn nhân tài kế thừa hoặc đa

dạng hóa lực lượng lao động. Điều này phù hợp với giai đoạn chuyển mình sau sáp nhập 2024, nhưng có nguy cơ dẫn đến tỷ lệ nghỉ việc cao nếu chỉ tập trung ngắn hạn.

2.4.3. Nguồn tuyển dụng nhân sự:

Nguồn tuyển dụng nội bộ: Ít được khai thác vì số lượng nhân sự hiện tại chưa lớn và ít vị trí thăng tiến rõ ràng. Công ty chủ yếu giới thiệu nội bộ qua chương trình “nhân viên giới thiệu nhân viên”, Công ty tận dụng đội ngũ nhân viên trẻ để giới thiệu bạn bè, người quen tham gia ứng tuyển, đặc biệt là các vị trí thực tập sinh. Ưu điểm nổi bật của nguồn này là chi phí tuyển dụng thấp, ứng viên đã phần nào hiểu biết về môi trường làm việc và nhanh chóng thích nghi với giá trị cốt lõi “Uy tín – Tận Tâm – Chuyên Nghiệp” của công ty. Tuy nhiên, nguồn nội bộ cũng tiềm ẩn những hạn chế nhất định như phạm vi lựa chọn hẹp, dễ dẫn đến tình trạng “chai lý” trong tư duy và thiếu sáng tạo mới. Trong bối cảnh công ty đang hướng tới tầm nhìn trở thành tập đoàn hàng đầu châu Á, việc phụ thuộc quá nhiều vào nguồn nội bộ có thể làm giảm khả năng đổi mới và đa dạng hóa đội ngũ.

Nguồn tuyển dụng bên ngoài: là nguồn tuyển dụng chính và chiếm ưu thế tuyệt đối tại Minh Khang Group. Công ty tập trung thu hút ứng viên từ lực lượng lao động xã hội, đặc biệt là sinh viên năm 3-4 và người mới tốt nghiệp từ các trường đại học, cao đẳng tại Đà Nẵng như Đại học Đông Á, Đại học Kiến Trúc và một số trường khác. Các vị trí thường tuyển dụng từ nguồn này bao gồm thực tập sinh (TTS) cho nhiều bộ phận: TTS Nhân sự (hỗ trợ sàng lọc hồ sơ, công việc hành chính – nhân sự), TTS Marketing (hỗ trợ viết nội dung, thiết kế hình ảnh bằng Canva/Photoshop, truyền thông trên các kênh online), TTS Kinh doanh (tìm kiếm khách hàng, dẫn xem nhà/căn hộ, tư vấn tour), và TTS Vận hành (hỗ trợ quản lý vận hành toà nhà, tour đoàn).

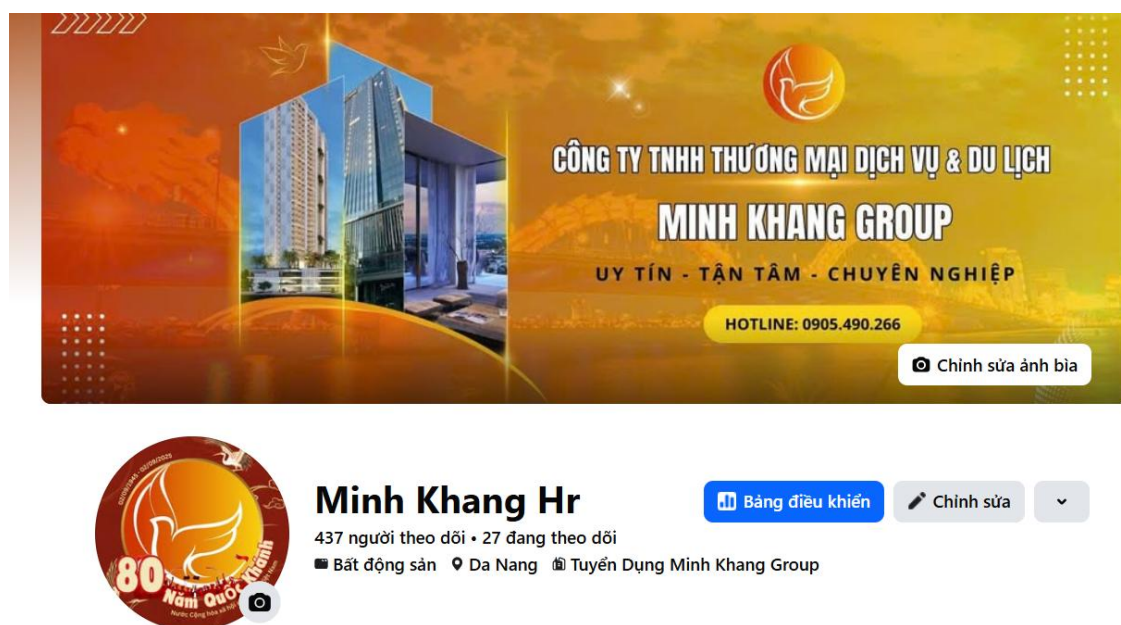
Nguồn bên ngoài mang lại nhiều lợi thế rõ nét. Thứ nhất, nguồn ứng viên phong phú và đa dạng về trình độ, giúp công ty dễ dàng bổ sung nhân sự nhanh chóng trong các mùa cao điểm du lịch. Thứ hai, việc tuyển dụng từ bên ngoài mang lại “luồng gió mới”, ý tưởng sáng tạo và cách tiếp cận hiện đại, rất phù hợp với đội ngũ Gen Z hiện tại của công ty. Thứ ba, hình thức này hỗ trợ đa dạng hóa lực lượng lao động và giảm nguy cơ thiếu linh hoạt trong nội bộ. Thực tế cho thấy, hầu hết các tin tuyển dụng quý I/2026 của công ty trên Facebook “Tuyển Dụng Minh Khang Group” và các group việc làm Đà Nẵng đều tập trung vào vị trí TTS đa ngành, với địa điểm làm việc tại 56-58 Nại Nam, Hải Châu, Đà Nẵng.

Tuy nhiên, nguồn bên ngoài cũng tồn tại những hạn chế đáng kể. Rủi ro tuyển sai người cao hơn do doanh nghiệp chưa có thông tin đầy đủ về ứng viên (chủ yếu dựa vào CV và phỏng vấn ngắn), dẫn đến chi phí đào tạo ban đầu tăng và hiệu suất làm việc trong giai đoạn thử việc có thể chưa cao. Ngoài ra, ứng viên mới thường cần thời gian dài hơn để thích nghi với văn hóa tổ chức và quy trình nội bộ, đặc biệt trong môi trường dịch vụ đòi hỏi sự tận tâm và chuyên nghiệp cao.

2.4.4. *Kênh tuyển dụng:*

Thực tiễn cho thấy, kênh tuyển dụng của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group chủ yếu là kênh bên ngoài và mang tính số hóa ở mức cơ bản, phù hợp với quy mô doanh nghiệp nhỏ đến trung bình (25-100 nhân viên năm 2026) và đặc thù ngành dịch vụ du lịch – bất động sản. Công ty chưa xây dựng hệ thống kênh tuyển dụng đa dạng và chuyên nghiệp như các doanh nghiệp lớn trong cùng ngành.

Kênh chính mà công ty đang sử dụng là mạng xã hội Facebook. Trang Facebook riêng “Tuyển Dụng Minh Khang Group” và “Minh Khang Hr” là hai kênh quan trọng nhất, nơi công ty đăng tin tuyển dụng thực tập sinh (TTS) và nhân viên kinh doanh một cách thường xuyên, gần như hàng quý.



Hình 2.7. Fanpage tuyển dụng Minh Khang Hr



Hình 2.8. Fanpage Tuyển Dụng Minh Khang Group

Các tin tuyển dụng thường tập trung vào vị trí TTS đa ngành như Nhân sự, Marketing, Kinh doanh Home/Travel và Vận hành. Bên cạnh đó, công ty còn đăng tải thông tin tuyển dụng trên nhiều group Facebook việc làm tại Đà Nẵng như HR Share & Connect, SEO Đà Nẵng, Internships & Jobs in Da Nang, Tuyển Sinh Viên Thực Tập Đà Nẵng... Ngoài ra, một số nền tảng việc làm trực tuyến khác cũng được sử dụng với tần suất thấp hơn, bao gồm TopCV, Vieclam24h và Hoteljob.

Kênh phụ bao gồm giới thiệu qua quan hệ đối tác, mạng lưới cá nhân của lãnh đạo và nhân viên hiện tại, cũng như hợp tác gián tiếp với các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn Đà Nẵng thông qua việc tiếp nhận thực tập sinh. Những kênh này giúp công ty tiếp cận một phân ứng viên mà không phải chi trả chi phí quảng cáo.

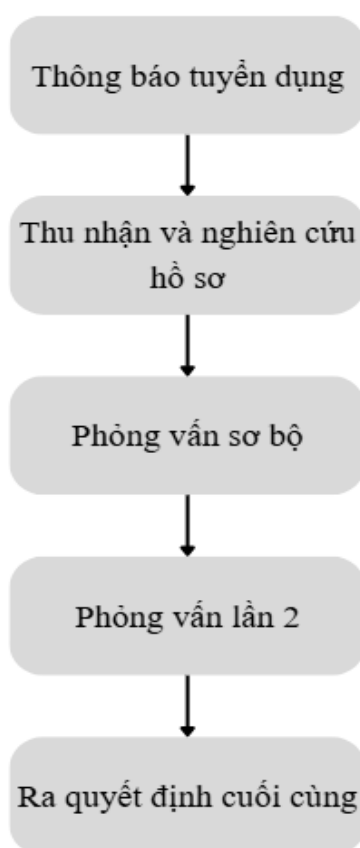
Hiện nay, Minh Khang Group chưa khai thác mạnh các kênh tuyển dụng chuyên nghiệp và hiện đại. Công ty chưa sử dụng LinkedIn – nền tảng phù hợp để thu hút ứng viên có kinh nghiệm và chuyên môn cao, cũng chưa hợp tác với các công ty săn đầu người (headhunter). Đặc biệt, trên website chính thức của công ty (minhkhanguroup.vn) vẫn chưa có trang “Tuyển dụng” hoặc “Career” riêng biệt để giới thiệu văn hóa doanh nghiệp, thông tin vị trí tuyển dụng và quy trình nộp hồ sơ một cách chuyên nghiệp.

Việc lựa chọn kênh tuyển dụng hiện tại mang lại một số ưu điểm rõ nét. Thứ nhất, chi phí tuyển dụng rất thấp, phù hợp với khả năng tài chính của doanh nghiệp trong giai đoạn phát triển. Thứ hai, các kênh mạng xã hội giúp tiếp cận nhanh chóng và hiệu quả đối tượng sinh viên năm cuối và lao động trẻ tại Đà Nẵng – lực lượng chiếm tỷ lệ lớn

trong đội ngũ hiện tại của công ty. Thứ ba, tính linh hoạt cao, cho phép công ty đăng tin và nhận hồ sơ chỉ trong thời gian ngắn, đáp ứng kịp thời nhu cầu nhân sự mùa vụ.

Tuy nhiên, kênh tuyển dụng hiện tại cũng tồn tại nhiều hạn chế đáng kể. Phạm vi tiếp cận bị giới hạn chủ yếu trong cộng đồng sinh viên và lao động trẻ tại địa phương, dẫn đến khó thu hút được ứng viên có kinh nghiệm cao hoặc chuyên môn sâu (ví dụ: quản lý dự án bất động sản quy mô lớn, điều hành tour quốc tế, chuyên viên marketing digital chuyên sâu). Do đó, chất lượng ứng viên thường không đồng đều, tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu trung bình chỉ khoảng 30-40%. Ngoài ra, việc thiếu trang “Tuyển dụng” trên website chính thức làm giảm khả năng xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng, khiến công ty khó tạo ấn tượng chuyên nghiệp với ứng viên tiềm năng.

2.4.5. Quy trình tuyển dụng:



Hình 2.9. Quy trình tuyển dụng tại Minh Khang Group

Thông báo tuyển dụng: Đây là bước mở đầu và được thực hiện thường xuyên. Công ty đăng tin tuyển dụng ngắn gọn trên trang Facebook “Tuyển Dụng Minh Khang Group” và các group việc làm tại Đà Nẵng (HR Share & Connect, Internships & Jobs in Da Nang...). Nội dung tin tuyển dụng thường chỉ nêu rõ vị trí cần tuyển (TTS Nhân sự, TTS Marketing, TTS Kinh doanh, TTS Vận hành...), địa chỉ làm việc (56-58 Nại Nam,

Hòa Cường Bắc, quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng), thời gian làm việc (5 buổi/tuần, linh hoạt), và một số quyền lợi cơ bản như “đào tạo thực tế, phụ cấp theo năng lực”. Tin tuyển dụng ít nhấn mạnh giá trị thương hiệu, văn hóa doanh nghiệp hay cơ hội thăng tiến dài hạn, nên sức hút với ứng viên chất lượng cao còn hạn chế.

Tuyển Dụng Minh Khang Group
 Đã ghim · 7 thg 10, 2025 ·

CƠ HỘI DÀNH CHO THỰC TẬP SINH NHÀ MINH KHANG GROUP
 Chúng tôi đang mở đơn cho Gen Z năng động, ham học hỏi ở 3 vị trí cực hot:

- 1. Thực tập sinh Quản lý Vận hành**
 - Hỗ trợ kiểm tra, giám sát hệ thống kỹ thuật tòa nhà
 - Tiếp nhận & xử lý phản ánh cư dân, hỗ trợ vận hành
- 2. Thực tập sinh Hành chính – Nhân sự (HCNS)**
 - Hỗ trợ tuyển dụng, lưu trữ hồ sơ, soạn thảo văn bản
 - Tham gia các hoạt động nội bộ & sự kiện công ty
- 3. Thực tập sinh Kinh doanh Căn hộ**
 - Tìm kiếm & tư vấn khách hàng, hỗ trợ giao dịch
 - Tham gia đào tạo kỹ năng bán hàng và làm việc thực tế

QUYỀN LỢI

- Giấy xác nhận & hỗ trợ số liệu báo cáo thực tập
- Hoa hồng hấp dẫn
- Được đào tạo thực tế từ A→Z
- Lịch làm việc linh hoạt

Còn chần chờ gì nữa, apply ngay để cùng nhau viết nên hành trình rực rỡ nhé.

Website: minhkhanguroup.vn
 Email: hrm.minhkhanguroup@gmail.com
 Hotline: 0905 490 266
[#minhkhanguroup](#) [#tuyendungminhkhanguroup](#)
[#Thuctapsinh](#) [#tuyendung](#) [#job](#)

Hình 2.10. Thông báo tuyển dụng tại Fanpage Tuyển Dụng Minh Khang Group

Minh Khang Hr
 5 thg 9, 2025 ·

THỰC TẬP SINH 2025 – NHIỀU VỊ TRÍ
 Cơ hội cho sinh viên trải nghiệm môi trường làm việc thực tế và định hướng nghề nghiệp tại MINH KHANG GROUP!

Vị trí tuyển dụng:
 TTS Nhân sự (HR)
 TTS Kinh doanh (Sales)
 TTS Marketing
 TTS Quản lý vận hành (Operation)

Xem JD quét mã bên dưới hoặc tại đây: <https://tinyurl.com/2wyfyf2a>

✦ Quyền lợi:
 Được đào tạo & hướng dẫn trực tiếp từ mentor
 Môi trường năng động, trẻ trung, nhiều cơ hội phát triển
 Có xác nhận thực tập & cơ hội trở thành nhân viên chính thức
 Hỗ trợ phụ cấp (nếu có)

🎯 Yêu cầu:
 Sinh viên năm 3, 4 hoặc mới tốt nghiệp
 Năng động, cầu tiến, ham học hỏi

📍 Địa điểm: 56 Nại Nam, Hòa Cường, Đà Nẵng
🕒 Thời gian: Linh hoạt, 5 buổi/tuần, tối thiểu 3 tháng

👉 Ứng tuyển:
 Gửi CV về địa chỉ: hrm.minhkhanguroup@gmail.com
 Điền form ứng tuyển nhanh tại: <https://forms.gle/ztUWXCVQiwNpx29h7>

Hình 2.11. Thông báo tuyển dụng tại Fanpage Minh Khang Hr



Hình 2.12. Thông báo tuyển dụng tại Group
HR Share & Connect | Đà Nẵng JOB



Hình 2.13. Thông báo tuyển dụng tại Group
Internship & Jobs in Da Nang

Thu nhận và nghiên cứu hồ sơ: Ứng viên nộp hồ sơ chủ yếu qua email hrm.minhkhanguroup@gmail.com hoặc điền trực tiếp vào form Google Forms. Bộ phận Hành chính – Nhân sự (HC-NS) thực hiện sàng lọc sơ bộ dựa trên CV và thông tin trong form. Bước này diễn ra khá nhanh, thường chỉ trong 1-3 ngày. Tuy nhiên, việc sàng lọc còn mang tính thủ công, thiếu hệ thống lưu trữ và phân loại hồ sơ chuyên nghiệp, dẫn đến khó khăn trong việc quản lý dữ liệu ứng viên lâu dài.

Phỏng vấn sơ bộ: Đây là bước quan trọng nhất trong quy trình hiện tại của công ty. Phỏng vấn thường được thực hiện qua cuộc gọi điện thoại, Zalo hoặc gặp trực tiếp/online trong thời gian ngắn (5-15 phút). Mục tiêu chính là đánh giá nhanh giao tiếp, thái độ làm việc, sự nhiệt tình và mức độ phù hợp cơ bản với vị trí. Do tính chất công việc dịch vụ đòi hỏi giao tiếp tốt, bước này đóng vai trò quyết định việc loại bỏ hoặc giữ lại ứng viên.

Ở Minh Khang Group, ứng viên sẽ nhận được câu hỏi cho vòng phỏng vấn sơ bộ:

Câu 1: Bạn có thể giới thiệu ngắn gọn về bản thân được không?

Câu 2: Điểm mạnh, điểm yếu của bạn là gì?

Câu 3: Bạn đã tìm hiểu về công việc của bạn trong kì thực tập này chưa?

Câu 4: Bạn mong đợi điều gì khi tham gia thực tập tại Minh Khang Group?

Câu 5: Bạn đã từng có kinh nghiệm làm việc nhóm hoặc thực tập ở vị trí bạn đang ứng tuyển chưa?

Câu 6: Bạn biết gì về công ty chúng tôi ?

Câu 7: Bạn có câu hỏi nào muốn hỏi về vị trí hoặc công ty không?

Phỏng vấn lần 2: Ứng viên vượt qua vòng sơ bộ sẽ được mời tham gia phỏng vấn lần hai với lãnh đạo khối (Minh Khang Home hoặc Minh Khang Travel) hoặc trực tiếp với Ban lãnh đạo. Hình thức phỏng vấn thường là quy mô nhỏ. Nội dung tập trung vào kinh nghiệm thực tế (dù phần lớn là sinh viên), kỹ năng chuyên môn cơ bản và mong muốn gắn bó lâu dài với công ty.

Ứng viên sẽ nhận được các câu hỏi cho vòng phỏng vấn lần 2:

Về mảng nhân sự:

Câu 1: Bạn thường tìm kiếm việc làm qua đâu? Hãy cho biết 3 kênh tuyển dụng mà bạn cho là phổ biến hiện nay?

Câu 2: Bạn hãy cho biết nhân sự gồm những mảng nào?

Câu 3: Quy trình tuyển dụng gồm những bước nào?

Về mảng Sale:

Câu 1: Theo bạn vị trí kinh doanh sẽ làm những công việc gì và đối tượng kinh doanh mà công ty hướng tới là những ai không?

Câu 2: Bạn ứng tuyển TTS mảng nào: bất động sản hay du lịch- mục tiêu và động lực nào để ứng tuyển vào đó?

Câu 3: Bạn biết đến những kênh bán hàng nào? Theo bạn kênh nào là hiệu quả nhất trong quá trình tiếp cận khách hàng hiện nay?

Câu 4: Theo bạn, yếu tố quan trọng nhất trong bán hàng là gì?

Câu 5: Giả sử bạn được giao chỉ tiêu tìm 20 khách hàng mới mỗi tuần, nhưng đã đến thứ 6 bạn mới được 10 khách. Bạn sẽ làm gì?

Về mảng Marketing:

Câu 1: Bạn thường cập nhật kiến thức/ xu hướng Marketing từ những kênh nào?

Câu 2: Bạn biết được những công cụ, phần mềm nào phục vụ cho công việc marketing? Bạn biết sử dụng những công cụ nào? Bạn sử dụng nó để làm gì?

Câu 3: Bạn hay dùng mạng xã hội nào và chú ý điều gì ở quảng cáo?

Câu 4: Theo bạn, một bài đăng thu hút người đọc cần có những yếu tố nào?

Về mảng Vận hành tòa nhà:

Câu 1: Theo anh/chị, yếu tố quan trọng nhất để đảm bảo hệ thống kỹ thuật tòa nhà vận hành ổn định là gì?

Câu 2: Nếu cư dân phản ánh mất điện hoặc điều hòa không hoạt động vào giờ cao điểm, anh/chị sẽ xử lý như thế nào?

Câu 3: Theo anh/chị, nhân viên vận hành tòa nhà cần có những kỹ năng mềm nào ngoài chuyên môn kỹ thuật?

Ra quyết định tuyển dụng: Quyết định tuyển dụng được thông báo khá nhanh, thường trong vòng 1-2 tuần kể từ khi nộp hồ sơ. Sau khi nhận việc, ứng viên được giới thiệu công việc, phân công nhiệm vụ. Công ty không thực hiện đầy đủ các bước còn lại của quy trình chuẩn: không áp dụng kiểm tra – trắc nghiệm chuyên môn (IQ, tính cách, kiến thức chuyên ngành), không tiến hành xác minh lý lịch, điều tra thông tin từ người tham chiếu, và không yêu cầu khám sức khỏe bắt buộc (chỉ thực hiện khi cần thiết với một số vị trí vận hành).

2.4.6. Chi phí tuyển dụng:

Chi phí tuyển dụng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh tế của công tác nhân sự. Tại Minh Khang Group, do quy mô doanh nghiệp còn ở mức nhỏ đến trung bình và đặc thù ngành dịch vụ - du lịch mang tính mùa vụ cao, công ty chủ yếu áp dụng các kênh tuyển dụng chi phí thấp, tập trung vào mạng xã hội và nguồn ứng viên thực tập sinh.

Cụ thể, chi phí tuyển dụng tại công ty bao gồm chủ yếu các khoản sau: chi phí thời gian của bộ phận HC-NS trong việc soạn thảo, đăng tải tin tuyển dụng trên Facebook và các group việc làm; chi phí gián tiếp liên quan đến sàng lọc hồ sơ, phỏng vấn (điện thoại, Zalo, gặp trực tiếp). Vì hầu như không sử dụng các kênh trả phí cao như headhunter, hội chợ việc làm hay quảng cáo báo chí, chi phí trực tiếp cho một đợt tuyển dụng thường ở mức thấp. Việc ưu tiên tuyển dụng thực tập sinh (TTS) cũng giúp công ty giảm đáng kể chi phí lương khởi điểm và các khoản phúc lợi bắt buộc so với tuyển nhân viên chính thức.

Tuy nhiên, chi phí tuyển dụng của Minh Khang Group vẫn tồn tại một số khoản chi phí ẩn và gián tiếp đáng kể. Đó là chi phí đào tạo lại và thời gian thích nghi của nhân viên mới (đặc biệt là TTS và nhân viên kinh doanh), chi phí mất mát năng suất trong giai đoạn thử việc do ứng viên chưa quen với quy trình vận hành căn hộ dịch vụ hay

điều hành tour du lịch. Ngoài ra, do tỷ lệ nghỉ việc sau thử việc hoặc sau một thời gian ngắn có thể cao (đặc trưng của lực lượng lao động trẻ Gen Z), công ty phải tổ chức tuyển dụng thường xuyên, dẫn đến tổng chi phí tuyển dụng tích lũy qua các quý tăng lên

2.4.7. **Đánh giá hiệu quả tuyển dụng:**

Bảng 2.7. Bảng tổng hợp hồ sơ ứng tuyển tại Minh Khang Group

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	Ghi chú
Tổng số lượng hồ sơ nộp	180	260	340	Tăng nhờ mở rộng kênh Facebook
Số lượng hồ sơ đạt yêu cầu sơ bộ	65	92	125	Tỷ lệ đạt yêu cầu khoảng 35–37%
Số lượng ứng viên được phỏng vấn	48	68	88	Phỏng vấn sơ bộ và lần 2
Số lượng ứng viên được tuyển dụng	28	38	45	Chủ yếu là thực tập sinh (TTS)
Số lượng TTS chuyển sang nhân viên chính thức / part-time	5	8	11	Tỷ lệ chuyển đổi thấp
Tỷ lệ chuyển đổi từ TTS sang nhân viên chính thức (%)	18%	21%	24%	Còn hạn chế

(Nguồn: Phòng Hành chính Nhân sự - Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group)

Dựa trên bảng số liệu thống kê và thực tiễn hoạt động tuyển dụng tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group giai đoạn 2023–2025 cho thấy những kết quả sau:

Về quy mô tuyển dụng, Minh Khang Group đã cơ bản hoàn thành kế hoạch tuyển dụng ngắn hạn. Số lượng ứng viên được tuyển dụng tăng dần từ 28 người năm 2023 lên 45 người năm 2025, trong đó chủ yếu là thực tập sinh (TTS). Việc tuyển dụng thường xuyên qua kênh Facebook đã giúp công ty duy trì nguồn nhân lực trẻ, linh hoạt, kịp thời bổ sung cho các khối Minh Khang Home và Minh Khang Travel, đặc biệt trong mùa cao điểm du lịch. Tuy nhiên, số lượng nhân viên chính thức được chuyển đổi từ TTS vẫn còn hạn chế (chỉ từ 5 đến 11 người/năm), cho thấy hiệu quả chuyển đổi và giữ chân nhân tài chưa cao.

Về số lượng và chất lượng hồ sơ ứng tuyển, tổng số hồ sơ nộp tăng đáng kể từ 180 hồ sơ năm 2023 lên 340 hồ sơ năm 2025, phản ánh sức hút ngày càng cải thiện của các kênh tuyển dụng mạng xã hội đối với đối tượng sinh viên và lao động trẻ tại Đà Nẵng. Tuy nhiên, chất lượng hồ sơ chưa đồng đều. Tỷ lệ hồ sơ đạt yêu cầu sơ bộ chỉ dao động ở mức 35–37%, cho thấy nhiều ứng viên vẫn chưa đáp ứng được các tiêu chí cơ bản về kỹ năng giao tiếp, thái độ và kinh nghiệm thực tế.

Thời gian tuyển dụng là một trong những điểm mạnh của công ty. Với quy trình linh hoạt và hình thức phỏng vấn nhanh qua điện thoại hoặc Zalo, thời gian từ khi đăng

tin đến khi ứng viên đi làm thường chỉ từ 1–2 tuần đối với vị trí thực tập sinh. Điều này giúp doanh nghiệp giảm thiểu gián đoạn hoạt động kinh doanh, đặc biệt trong giai đoạn cao điểm du lịch.

Bên cạnh đó, tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu vẫn ở mức trung bình (khoảng 30–40%). Việc quy trình tuyển dụng chưa áp dụng đầy đủ các bước kiểm tra trắc nghiệm chuyên môn, xác minh lý lịch và khám sức khỏe (chỉ thực hiện khi cần thiết) đã làm giảm tính khoa học và khách quan trong đánh giá, dẫn đến rủi ro tuyển sai người vẫn tồn tại. Hậu quả là một số trường hợp nhân viên mới nghỉ việc sớm hoặc hiệu suất làm việc chưa đạt kỳ vọng.

Tổng thể, công tác tuyển dụng tại Minh Khang Group đạt hiệu quả ở mức khá về mặt số lượng và tốc độ, phù hợp với quy mô doanh nghiệp nhỏ đến trung bình và định hướng ưu tiên nguồn nhân lực trẻ, linh hoạt. Tuy nhiên, hiệu quả về chất lượng và chuyển đổi còn nhiều hạn chế. Việc thiếu hệ thống đánh giá bài bản, phụ thuộc nhiều vào phỏng vấn chủ quan cùng với quy trình onboarding chưa chuyên nghiệp đã khiến công ty chưa xây dựng được nguồn nhân tài ổn định và gắn bó lâu dài. Hiện nay, việc đánh giá hiệu quả tuyển dụng chủ yếu dựa trên kinh nghiệm thực tiễn của bộ phận HC-NS, chưa có báo cáo định lượng chi tiết và hệ thống chỉ số KPI rõ ràng.

2.5. Kết luận chung:

2.5.1. Ưu điểm:

Công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group đã và đang thể hiện một số ưu điểm nổi bật, phù hợp với quy mô doanh nghiệp nhỏ đến trung bình và đặc thù ngành dịch vụ - du lịch.

Thứ nhất, công ty duy trì được chi phí tuyển dụng ở mức thấp nhờ ưu tiên sử dụng các kênh tuyển dụng miễn phí hoặc chi phí thấp như Facebook (“Tuyển Dụng Minh Khang Group”, các group việc làm Đà Nẵng), kết hợp với việc tập trung tuyển dụng thực tập sinh (TTS). Điều này giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt ngân sách nhân sự trong giai đoạn phát triển sau sáp nhập năm 2024.

Thứ hai, quy trình tuyển dụng linh hoạt, thời gian tuyển dụng ngắn (thường chỉ từ 1-2 tuần cho vị trí TTS), giúp công ty nhanh chóng bổ sung nhân lực kịp thời cho nhu cầu mùa vụ, đặc biệt trong cao điểm du lịch tại Đà Nẵng.

Thứ ba, nguồn tuyển dụng bên ngoài phong phú, chủ yếu từ sinh viên năm cuối và lao động trẻ tại các trường đại học trên địa bàn đã giúp Minh Khang Group xây dựng

được đội ngũ nhân sự trẻ trung, năng động, có khả năng tiếp thu nhanh và thích ứng tốt với môi trường làm việc dịch vụ. Việc kết hợp giữa hai mảng kinh doanh (Minh Khang Home và Minh Khang Travel) cũng tạo điều kiện thuận lợi cho việc tuyển dụng đa vị trí và bán chéo dịch vụ nội bộ.

Tổng thể, công tác tuyển dụng hiện tại đã góp phần quan trọng vào việc duy trì hoạt động kinh doanh ổn định và hỗ trợ sự tăng trưởng quy mô nhân sự của công ty trong những năm gần đây.

2.5.2. Hạn chế và nguyên nhân của hạn chế:

2.5.2.1. Hạn chế:

Bên cạnh những ưu điểm trên, công tác tuyển dụng nhân sự tại Minh Khang Group vẫn tồn tại một số hạn chế khá rõ nét, ảnh hưởng đến chất lượng và hiệu quả lâu dài của nguồn nhân lực:

Thứ nhất, quy trình tuyển dụng chưa hoàn chỉnh và thiếu tính khoa học. Công ty chủ yếu dừng lại ở các bước thông báo tuyển dụng, thu nhận hồ sơ, phỏng vấn sơ bộ và phỏng vấn lần hai, trong khi hầu như không thực hiện các bước quan trọng như kiểm tra, trải nghiệm chuyên môn, xác minh lý lịch, điều tra thông tin ứng viên và khám sức khỏe định kỳ. Điều này dẫn đến rủi ro tuyển dụng sai người cao hơn và chất lượng nguồn nhân lực chưa đồng đều. Việc xác định nhu cầu tuyển dụng còn mang tính chủ quan, theo từng đợt và theo mùa vụ chứ chưa dựa trên phân tích công việc định kỳ, bản mô tả công việc và bản tiêu chuẩn công việc chi tiết, khoa học. Do đó, nhiều vị trí tuyển dụng có yêu cầu đưa ra còn chung chung, thiếu tính cụ thể và phù hợp.

Thứ hai, chất lượng nguồn nhân lực tuyển dụng chưa cao và thiếu tính ổn định. Tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu chỉ dao động ở mức trung bình 30–40%, trong khi tỷ lệ chuyển đổi từ thực tập sinh sang nhân viên chính thức/part-time còn thấp (18%–24%). Nhiều trường hợp nhân viên mới nghỉ việc sớm hoặc hiệu suất làm việc chưa đạt kỳ vọng.

Thứ ba, hệ thống kênh tuyển dụng còn hạn hẹp. Công ty chủ yếu phụ thuộc vào Facebook và các group việc làm địa phương, chưa khai thác hiệu quả các nền tảng chuyên nghiệp như LinkedIn, VietnamWorks hay các dịch vụ headhunter. Việc chưa có trang “Tuyển dụng” riêng trên website chính thức cũng làm giảm khả năng xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng.

Thứ tư, công tác đánh giá hiệu quả tuyển dụng chưa được thực hiện một cách hệ thống. Doanh nghiệp chưa xây dựng bộ chỉ số KPI cụ thể (thời gian tuyển dụng, chi phí

trên mỗi ứng viên, tỷ lệ giữ chân sau 6 tháng, chất lượng hiệu suất sau tuyển...) mà chủ yếu dựa vào kinh nghiệm thực tiễn của bộ phận HC-NS.

2.5.2.2. Nguyên nhân của hạn chế:

Nguyên nhân của các hạn chế trên xuất phát từ nhiều yếu tố. Thứ nhất là quy mô doanh nghiệp còn nhỏ, nguồn lực tài chính và nhân sự cho bộ phận HC-NS hạn chế, dẫn đến chưa đầu tư xây dựng hệ thống quản trị nhân sự chuyên nghiệp. Thứ hai, lãnh đạo công ty đang tập trung nguồn lực chính cho phát triển kinh doanh và mở rộng thị trường sau quá trình sáp nhập, nên công tác nhân sự chưa được coi là ưu tiên chiến lược dài hạn. Thứ ba, đặc thù ngành dịch vụ - du lịch với tính mùa vụ cao khiến công ty ưu tiên giải pháp tuyển dụng linh hoạt, nhanh chóng hơn là quy trình bài bản, dài hạn. Cuối cùng là sự thiếu hụt về chuyên môn và kinh nghiệm của đội ngũ làm nhân sự, dẫn đến việc áp dụng quy trình tuyển dụng còn mang tính truyền thống và chưa cập nhật theo xu hướng chuyển đổi số hiện nay.

Những hạn chế nêu trên, nếu không được khắc phục kịp thời, sẽ trở thành rào cản lớn đối với việc thực hiện tầm nhìn trở thành tập đoàn dịch vụ và du lịch hàng đầu châu Á của Minh Khang Group trong giai đoạn tới.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI MINH KHANG GROUP

3.1. Định hướng phát triển của công ty trong thời gian tới:

3.1.1. Mục tiêu phát triển của công ty trong thời gian tới:

Trong bối cảnh ngành du lịch và bất động sản dịch vụ tại Đà Nẵng tiếp tục phục hồi mạnh mẽ và hội nhập sâu rộng, Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group định hướng phát triển bền vững, hướng tới tầm nhìn trở thành một trong những tập đoàn thương mại dịch vụ và du lịch hàng đầu khu vực châu Á.

Cụ thể, trong giai đoạn 2026-2030, công ty đặt mục tiêu tăng trưởng quy mô doanh thu bình quân 25-30%/năm, mở rộng mạng lưới quản lý vận hành từ 2.000 lên trên 5.000 sản phẩm căn hộ, nhà ở, văn phòng cho thuê; đồng thời phát triển mạnh Minh Khang Travel trở thành đơn vị lữ hành uy tín với tỷ trọng doanh thu từ du lịch chiếm trên 40% tổng doanh thu. Công ty sẽ tập trung chuyển đổi số toàn diện, áp dụng công nghệ hiện đại trong quản lý vận hành tòa nhà và điều hành tour du lịch, mở rộng thị trường từ Đà Nẵng ra các tỉnh miền Trung và một số thị trường quốc tế trọng điểm. Để thực hiện được những mục tiêu chiến lược này, việc xây dựng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đóng vai trò then chốt, đòi hỏi công tác tuyển dụng phải được nâng tầm từ hình thức linh hoạt ngắn hạn lên quy trình chuyên nghiệp, chiến lược và gắn kết chặt chẽ với định hướng phát triển dài hạn của doanh nghiệp.

3.1.2. Mục tiêu và phương hướng tuyển dụng của công ty:

Mục tiêu tuyển dụng của Minh Khang Group trong thời gian tới là xây dựng đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, gắn bó, có năng lực chuyên môn cao và phù hợp với giá trị cốt lõi “Uy tín – Tận Tâm – Chuyên Nghiệp”. Cụ thể, công ty hướng tới tuyển dụng và giữ chân khoảng 80-120 nhân sự/năm, trong đó ưu tiên chuyển đổi tỷ lệ thực tập sinh lên nhân viên chính thức đạt trên 50%, giảm tỷ lệ nghỉ việc trong năm đầu xuống dưới 25%.

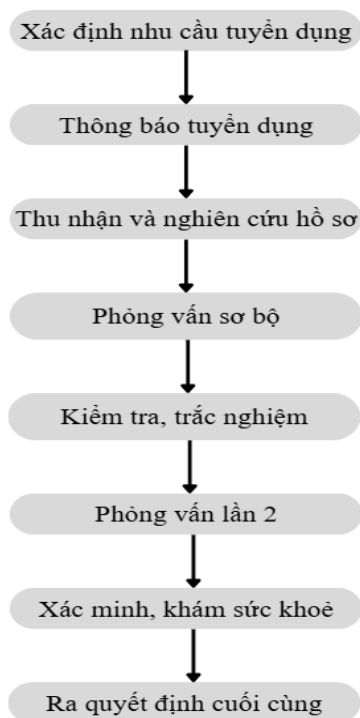
Phương hướng tuyển dụng tập trung vào hai nhóm chính: (i) bổ sung nhân sự chất lượng cho các vị trí kinh doanh, vận hành và marketing để hỗ trợ tăng trưởng mùa vụ và mở rộng quy mô; (ii) xây dựng nguồn nhân tài kế thừa cho các vị trí quản lý trung cấp và chuyên gia trong lĩnh vực du lịch - bất động sản dịch vụ. Công ty sẽ chuyển dần từ tuyển dụng theo nhu cầu tức thì sang tuyển dụng chiến lược, kết hợp hài hòa giữa nguồn

nội bộ và nguồn bên ngoài, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số nhằm nâng cao hiệu quả và chất lượng tuyển dụng.

3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tuyển dụng:

3.2.1. Hoàn thiện quy trình tuyển dụng:

Để khắc phục hạn chế quy trình tuyển dụng hiện còn đơn giản và thiếu một số bước quan trọng, Minh Khang Group cần xây dựng và áp dụng quy trình tuyển dụng chuẩn, gồm đầy đủ 8 bước:



Hình 3.1. Quy trình tuyển dụng hoàn thiện

Xác định nhu cầu tuyển dụng là bước nền tảng và quan trọng nhất. Công ty cần chuyển từ việc xác định nhu cầu theo kiểu “tức thì, mùa vụ” sang xây dựng kế hoạch nhân sự hàng năm và dài hạn dựa trên phân tích công việc. Mỗi khi có nhu cầu tuyển dụng, phải lập bản mô tả công việc và bản tiêu chuẩn công việc chi tiết, rõ ràng về số lượng, trình độ, kỹ năng, kinh nghiệm và phẩm chất cần thiết. Việc này giúp đảm bảo tính chính xác và khoa học ngay từ khâu đầu tiên.

Thông báo tuyển dụng cần được nâng cao về chất lượng nội dung và hình thức. Ngoài việc nêu rõ vị trí, số lượng, yêu cầu công việc và quyền lợi, tin tuyển dụng phải nhấn mạnh giá trị cốt lõi của công ty (“Uy tín – Tận Tâm – Chuyên Nghiệp”), môi trường làm việc, cơ hội phát triển nghề nghiệp và thương hiệu nhà tuyển dụng. Công

ty nên đa kênh thông báo (website, LinkedIn, VietnamWorks...) thay vì chỉ tập trung vào Facebook như hiện nay.

Thu nhận và nghiên cứu hồ sơ cần được thực hiện một cách có hệ thống. Công ty nên áp dụng form ứng tuyển chuẩn hóa hoặc phần mềm quản lý tuyển dụng để thu thập thông tin đầy đủ, phân loại và lưu trữ hồ sơ khoa học. Bộ phận HC-NS cần xây dựng ma trận đánh giá hồ sơ dựa trên bản tiêu chuẩn công việc để sàng lọc khách quan, tránh tình trạng đánh giá chủ quan như hiện nay.

Phòng vấn sơ bộ nên được chuẩn hóa với bộ câu hỏi cố định, tập trung đánh giá giao tiếp, thái độ, động lực làm việc và sự phù hợp ban đầu. Thời lượng phỏng vấn cần kiểm soát trong khoảng 10–15 phút và có bảng điểm chấm điểm rõ ràng để đảm bảo tính khách quan.

Kiểm tra, trắc nghiệm là bước quan trọng mà hiện nay Minh Khang Group đang thiếu. Công ty cần xây dựng và áp dụng các bài kiểm tra (kiến thức du lịch, bất động sản, marketing...), trắc nghiệm tính cách và bài kiểm tra kỹ năng thực hành (ví dụ: viết nội dung, thiết kế Canva, kỹ năng bán hàng...). Việc bổ sung bước này sẽ giúp đánh giá toàn diện và khách quan hơn năng lực ứng viên.

Phòng vấn lần 2 cần được tổ chức dưới hình thức hội đồng với sự tham gia của đại diện HC-NS, lãnh đạo khối trực tiếp. Nội dung phỏng vấn nên tập trung sâu vào kinh nghiệm, kỹ năng giải quyết vấn đề, sự phù hợp văn hóa tổ chức và động lực gắn bó lâu dài.

Xác minh, điều tra và khám sức khỏe là hai bước rất quan trọng nhưng hiện đang bị bỏ qua. Công ty cần liên hệ xác minh thông tin từ người tham chiếu, kiểm tra lý lịch và yêu cầu ứng viên khám sức khỏe tại cơ sở y tế uy tín trước khi ký hợp đồng chính thức. Điều này giúp giảm thiểu rủi ro tuyển dụng sai người về mặt đạo đức và sức khỏe.

Ra quyết định cuối cùng cần được thực hiện trên cơ sở tổng hợp điểm số từ tất cả các bước trước, có biên bản đánh giá rõ ràng và lý do cụ thể. Quyết định tuyển dụng nên được thông báo kịp thời, minh bạch cho ứng viên.

3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tỷ lệ chuyển đổi từ thực tập sinh sang nhân viên chính thức:

Một trong những hạn chế nổi bật nhất của công tác tuyển dụng tại Minh Khang Group là chất lượng nguồn nhân lực chưa cao và tỷ lệ chuyển đổi từ thực tập sinh (TTS) sang nhân viên chính thức hoặc part-time còn thấp, chỉ dao động từ 18% đến 24%. Tình

trạng này không chỉ làm tăng chi phí tuyển dụng và đào tạo lại mà còn gây gián đoạn hoạt động kinh doanh, ảnh hưởng đến sự ổn định đội ngũ nhân sự. Để khắc phục hạn chế này, công ty cần triển khai đồng bộ giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực từ khâu thu hút đến giữ chân và phát triển nhân tài.

Trước hết, cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đầu vào bằng cách chuyển từ hình thức tuyển dụng đại trà sang tuyển dụng có chọn lọc và định hướng rõ ràng. Công ty nên tăng cường hợp tác chiến lược với các trường đại học uy tín tại Đà Nẵng nhằm tiếp cận sinh viên có thành tích học tập tốt, kỹ năng cơ bản vững và định hướng nghề nghiệp rõ ràng. Đồng thời, cần áp dụng tiêu chí sàng lọc nghiêm ngặt hơn ngay từ khâu hồ sơ và phỏng vấn sơ bộ, ưu tiên những ứng viên có thái độ tích cực, khả năng giao tiếp tốt và mong muốn gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

Về khâu sau tuyển dụng, công ty cần xây dựng chương trình onboarding chuyên nghiệp và bài bản trong khoảng 30 đến 60 ngày đầu. Chương trình này nên bao gồm việc giới thiệu văn hóa doanh nghiệp, đào tạo chuyên môn theo từng vị trí cụ thể, kết hợp với nhân viên cũ có kinh nghiệm. Việc đánh giá tiến độ định kỳ sau 15 ngày, 30 ngày và 60 ngày sẽ giúp phát hiện sớm những khó khăn của nhân viên mới để có biện pháp hỗ trợ kịp thời.

Quan trọng hơn, để nâng cao tỷ lệ chuyển đổi, Minh Khang Group cần xây dựng hệ thống chính sách giữ chân và phát triển nhân tài hấp dẫn. Cụ thể, cần thiết kế lộ trình thăng tiến rõ ràng cho TTS xuất sắc, từ vị trí thực tập sinh lên nhân viên thử việc, nhân viên chính thức và chuyên viên sau 12–18 tháng. Đồng thời, áp dụng các chính sách đãi ngộ cạnh tranh như tăng phụ cấp thực tập, thưởng hiệu suất, hỗ trợ đào tạo, tổ chức team building và các phúc lợi thiết thực khác. Việc đánh giá hiệu suất định kỳ kết hợp với phản hồi hai chiều cũng cần được thực hiện nghiêm túc để kịp thời ghi nhận và khen thưởng những đóng góp của nhân viên.

Với việc triển khai đồng bộ các giải pháp trên, Minh Khang Group không chỉ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đầu vào mà còn tăng tỷ lệ chuyển đổi từ thực tập sinh lên mức mục tiêu 40% – 50% trong vòng 2 năm. Điều này sẽ góp phần giảm chi phí gián tiếp, xây dựng đội ngũ nhân sự ổn định, gắn bó và tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong dài hạn.

3.2.3. Đa dạng hóa kênh tuyển dụng và xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng:

Hạn chế lớn thứ ba của công tác tuyển dụng tại Minh Khang Group là hệ thống kênh tuyển dụng còn hẹp, thiếu đa dạng và chuyên nghiệp. Công ty hiện đang phụ thuộc quá nhiều vào Facebook và các group việc làm địa phương, dẫn đến phạm vi tiếp cận hạn chế, chủ yếu thu hút sinh viên và lao động trẻ chưa có kinh nghiệm. Việc chưa có trang “Tuyển dụng” trên website chính thức cũng làm giảm đáng kể khả năng xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và thu hút ứng viên chất lượng cao. Do đó, giải pháp đa dạng hóa kênh tuyển dụng kết hợp với xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng là rất cần thiết.

Trước hết, công ty cần đa dạng hóa các kênh tuyển dụng theo hai nhóm: kênh truyền thống và kênh số hiện đại. Cụ thể:

Kênh số: Xây dựng và vận hành trang “Tuyển dụng” chuyên nghiệp trên website minhkhanguroup.vn. Trang này cần giới thiệu rõ ràng về văn hóa doanh nghiệp, giá trị cốt lõi, môi trường làm việc, câu chuyện thành công của nhân viên, lộ trình thăng tiến và các quyền lợi hấp dẫn. Đồng thời, tăng cường sử dụng các nền tảng chuyên nghiệp như LinkedIn (để thu hút ứng viên có kinh nghiệm), VietnamWorks, TopCV, CareerViet và các nền tảng dành cho sinh viên Công ty cũng nên đầu tư chạy quảng cáo có target trên Facebook và TikTok với nội dung chất lượng cao thay vì đăng tin miễn phí như hiện nay.

Kênh truyền thống và quan hệ: Tăng cường hợp tác chiến lược với các trường đại học trên địa bàn Đà Nẵng (Đại học Đông Á, Đại học Kiến Trúc, Đại học Đà Nẵng...) thông qua chương trình thực tập, hội thảo việc làm, ngày hội việc làm. Tham gia các hội chợ việc làm lớn tại Đà Nẵng và khu vực miền Trung. Đồng thời, phát triển mạnh chương trình “Nhân viên giới thiệu nhân viên” với cơ chế thưởng rõ ràng và hấp dẫn để khai thác tối đa nguồn nội bộ.

Song song với đa dạng hóa kênh tuyển dụng, công ty cần xây dựng và phát triển mạnh mẽ thương hiệu nhà tuyển dụng. Thương hiệu nhà tuyển dụng là yếu tố quyết định khả năng thu hút ứng viên tài năng trong bối cảnh cạnh tranh nhân lực gay gắt hiện nay. Cụ thể, Minh Khang Group nên:

Xây dựng câu chuyện thương hiệu rõ ràng, nhấn mạnh các giá trị: môi trường năng động, cơ hội phát triển nhanh cho Gen Z, văn hóa “Uy tín – Tận Tâm – Chuyên Nghiệp”, và cơ hội làm việc thực tế trong hai lĩnh vực bất động sản và du lịch.

Sản xuất nội dung chất lượng: video “Một ngày làm việc tại Minh Khang”, chia sẻ câu chuyện nhân viên, hình ảnh hoạt động team building, và các hoạt động trách nhiệm xã hội.

Tăng cường tương tác với ứng viên qua các buổi livestream giới thiệu công ty và vị trí tuyển dụng.

Việc thực hiện đồng bộ hai nhóm giải pháp này sẽ giúp công ty chuyển từ tình trạng “chờ ứng viên nộp hồ sơ” sang “chủ động thu hút nhân tài”. Dự kiến sau 12–18 tháng triển khai, phạm vi tiếp cận ứng viên sẽ được mở rộng đáng kể, chất lượng hồ sơ ứng tuyển cải thiện rõ rệt, đồng thời nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của Minh Khang Group trên thị trường lao động Đà Nẵng và khu vực miền Trung.

3.2.4. Hoàn thiện hệ thống đánh giá hiệu quả tuyển dụng:

Một trong những hạn chế lớn nhất hiện nay của công tác tuyển dụng tại Minh Khang Group là hệ thống đánh giá hiệu quả còn mang tính chủ quan, thiếu hệ thống và chưa có cơ sở dữ liệu định lượng. Việc đánh giá chủ yếu dựa vào kinh nghiệm thực tiễn của bộ phận HC-NS mà chưa có bộ chỉ số KPI rõ ràng đã dẫn đến khó khăn trong việc nhận diện điểm mạnh, điểm yếu và điều chỉnh kịp thời các chính sách tuyển dụng. Do đó, hoàn thiện hệ thống đánh giá hiệu quả tuyển dụng là giải pháp then chốt, có tính chất nền tảng để nâng cao chất lượng toàn bộ quy trình tuyển dụng.

Trước hết, công ty cần xây dựng bộ chỉ số KPI đánh giá hiệu quả tuyển dụng một cách khoa học và toàn diện. Bộ KPI nên bao gồm các nhóm chỉ số sau:

- Nhóm chỉ số về hiệu quả thu hút: Tổng số hồ sơ nộp, số hồ sơ đạt yêu cầu, tỷ lệ hồ sơ đạt yêu cầu so với tổng hồ sơ.
- Nhóm chỉ số về chất lượng tuyển dụng: Tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu sau phỏng vấn, tỷ lệ chuyển đổi từ thực tập sinh sang nhân viên chính thức/part-time sau 3 tháng và 6 tháng, tỷ lệ nghỉ việc trong giai đoạn thử việc (90 ngày).
- Nhóm chỉ số về hiệu quả thời gian và chi phí: Thời gian tuyển dụng trung bình cho mỗi vị trí, chi phí tuyển dụng trên một ứng viên được tuyển dụng, chi phí đào tạo và onboarding trên một nhân viên mới.
- Nhóm chỉ số về chất lượng dài hạn: Đánh giá hiệu suất làm việc của nhân viên mới sau 6 tháng và 12 tháng (theo thang điểm hiệu suất), mức độ hài lòng của ứng viên và nhân viên mới.

Thứ hai, công ty cần xây dựng cơ chế báo cáo và phân tích định kỳ. Bộ phận HC-NS nên thực hiện báo cáo hiệu quả tuyển dụng hàng quý, trình Ban lãnh đạo xem xét. Báo cáo cần bao gồm so sánh giữa kế hoạch và thực tế, phân tích nguyên nhân của các chỉ số lệch và đề xuất các điều chỉnh cụ thể. Việc áp dụng công cụ số hóa (Google Data Studio, Excel nâng cao hoặc phần mềm HRM đơn giản) sẽ giúp theo dõi, trực quan hóa dữ liệu và hỗ trợ ra quyết định dựa trên cơ sở số liệu thay vì cảm tính.

Thứ ba, cần triển khai khảo sát và đánh giá đa chiều. Công ty nên xây dựng bộ công cụ khảo sát sự hài lòng của ứng viên, khảo sát đánh giá của người quản lý trực tiếp về chất lượng nhân viên mới sau 3 tháng và 6 tháng. Đồng thời, thực hiện phân tích chi phí – lợi ích cho từng đợt tuyển dụng để xác định kênh tuyển dụng và phương pháp nào mang lại hiệu quả kinh tế cao nhất.

Việc hoàn thiện hệ thống đánh giá hiệu quả tuyển dụng sẽ mang lại nhiều lợi ích quan trọng: giúp lãnh đạo có cái nhìn khách quan và toàn diện về thực trạng tuyển dụng, làm cơ sở để điều chỉnh kịp thời các chính sách, kênh tuyển dụng và quy trình; đồng thời tạo động lực để bộ phận HC-NS không ngừng cải tiến chất lượng công việc.

PHẦN 3: KẾT LUẬN

Công tác tuyển dụng nhân sự là khâu quan trọng hàng đầu, đóng vai trò then chốt quyết định chất lượng nguồn nhân lực và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Khóa luận tốt nghiệp đã tập trung nghiên cứu đề tài “Hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Du lịch Minh Khang Group”. Qua quá trình nghiên cứu, khóa luận đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về nhân sự và tuyển dụng nhân sự, phân tích thực trạng công tác tuyển dụng tại Minh Khang Group, chỉ ra những ưu điểm cũng như những hạn chế còn tồn tại. Trên cơ sở đó, khóa luận đề xuất một số giải pháp đồng bộ, khả thi nhằm hoàn thiện công tác tuyển dụng tại công ty. Các giải pháp đề xuất hướng tới việc xây dựng quy trình tuyển dụng khoa học, chuyên nghiệp hơn, đa dạng hóa kênh tuyển dụng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tăng cường hiệu quả quản trị nhân sự, góp phần thực hiện thành công tầm nhìn phát triển của Minh Khang Group. Đề tài có ý nghĩa thực tiễn rõ nét, cung cấp những gợi ý hữu ích giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả công tác tuyển dụng trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của ngành dịch vụ - du lịch. Tuy nhiên, do thời gian và phạm vi nghiên cứu có hạn, khóa luận không tránh khỏi một số hạn chế nhất định. Trong tương lai, cần tiếp tục nghiên cứu sâu hơn về vấn đề này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đinh Phúc – Khánh Linh “ Quản lý nhân sự ”, NXB Tài chính
- [2] ThS. Nguyễn Văn Điềm & PGS.TS. Nguyễn Ngọc Quân “ Giáo trình Quản trị nhân lực ”
- [3] ThS. Nguyễn Thị Lê Loan “ Bài giảng Quản trị Nguồn nhân lực ”
- [4] PGS.TS. Trần Kim Dung “ Quản trị Nguồn nhân lực ”, NXB Tài chính

Đà Nẵng, ngày 1 tháng 6 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, Lê Bảo Trân, 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:**

- GEMINI AI
- GROK 3 AI
- CHAT GPT

• **Mục đích sử dụng AI:**

- Tìm ý tưởng cho bài báo cáo
- Tóm tắt nội dung
- Gợi ý nội dung cho bài báo cáo

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

- Phần 2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp
- Phần 3.2. Một số giải pháp hoàn thiện công tác tuyển dụng

• **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.**

o ☐ 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: _____

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

1. Thông tin chung

- Họ tên sinh viên: Lê Bảo Trân
- Trường: Đại học Kiến trúc Đà Nẵng
- Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh tổng quát
- MSSV: 2254030074
- Đơn vị thực tập: CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ VÀ DU LỊCH MINH KHANG GROUP
- Vị trí thực tập: Thực tập sinh Hành chính - Nhân sự

2. Nhận xét của đơn vị về quá trình thực tập của sinh viên

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Người nhận xét

(Ghi rõ họ và tên, ký và đóng dấu)