

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG
TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN OBOX GROUP**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: LÊ GIA HÂN

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2254030095

KHÓA HỌC: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG
TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN OBOX GROUP

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Phan Thị Thu Hà

Sinh viên thực hiện: Lê Gia Hân

Mã số sinh viên: 2254030095

Khóa học: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

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 Gia Hân
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP”

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

Các số liệu về quá trình hình thành và phát triển, cơ cấu tổ chức, nguồn nhân lực, cơ sở vật chất, tình hình tài sản – nguồn vốn, kết quả hoạt động kinh doanh, tình hình tuyển dụng nhân sự, nhu cầu tuyển dụng, các kênh tuyển dụng, chi phí tuyển dụng, quy trình tuyển dụng, kết quả sàng lọc hồ sơ, kết quả phỏng vấn, kết quả thử việc, hiệu quả các kênh tuyển dụng và các hoạt động quản trị nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Obox Group trong giai đoạn 2023 – 2025.

4. Các bảng biểu

Bảng tình hình cơ sở vật chất (trang thiết bị) của Công ty Cổ phần Obox Group; bảng thống kê nhân sự chính thức của công ty; bảng tình hình tài sản – nguồn vốn của công ty giai đoạn 2023 – 2025; bảng kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn 2023 – 2025; bảng tình hình tuyển dụng các vị trí nhân viên văn phòng tại Obox Group; bảng mô tả công việc vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng và Designer; bảng tổng hợp các kênh tuyển dụng và chi phí tuyển dụng; bảng tần suất và thời gian đăng tin tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group; bảng tổng hợp kết quả hồ sơ ứng viên gửi về văn phòng tại Obox Group; bảng tổng hợp kết quả phỏng vấn ứng viên tại Obox Group;

bảng tổng hợp kết quả thử việc ứng viên tại Obox Group; bảng các chỉ số đánh giá hiệu quả tuyển dụng; bảng so sánh kết quả bài test với hiệu quả làm việc thực tế; bảng đánh giá hiệu quả các kênh tuyển dụng.

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS. Phan Thị Thu Hà

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 kinh tế Việt Nam năm 2025 tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực với tốc độ tăng GDP đạt khoảng 8,02%, nền kinh tế ghi nhận nhiều tín hiệu phục hồi và phát triển mạnh mẽ. Cùng với đó, số lượng doanh nghiệp đang hoạt động trên cả nước đã vượt mốc 1 triệu doanh nghiệp, cho thấy sự gia tăng đáng kể về quy mô và mức độ sôi động của khu vực kinh tế. Trong tổng số đó, doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) chiếm tỷ trọng áp đảo, khoảng trên 97% tổng số doanh nghiệp, đóng góp khoảng 45% GDP và tạo ra hơn 50% việc làm cho xã hội. Những con số này khẳng định vai trò quan trọng của khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người lao động.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng và sự cạnh tranh trên thị trường ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt là trong việc thu hút và duy trì nguồn nhân lực chất lượng cao. Nguồn lực hạn chế, khả năng cạnh tranh về thương hiệu tuyển dụng chưa mạnh cùng với yêu cầu ngày càng cao về trình độ và kỹ năng của người lao động đã khiến hoạt động tuyển dụng trở thành một vấn đề then chốt đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Việc tuyển dụng đúng người, phù hợp với vị trí không chỉ giúp nâng cao năng suất lao động, cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ mà còn góp phần gia tăng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Ngược lại, nếu tuyển dụng không hiệu quả có thể gây ra những hệ quả tiêu cực như lãng phí chi phí, giảm hiệu quả hoạt động và ảnh hưởng đến hình ảnh của doanh nghiệp.

Công ty Cổ phần Obox Group hiện đang xây dựng và áp dụng quy trình tuyển dụng tương đối đầy đủ; tuy nhiên, trong quá trình triển khai vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định như chưa tối ưu hiệu quả ở từng bước, khả năng thu hút ứng viên còn hạn chế và thương hiệu tuyển dụng chưa thực sự nổi bật trên thị trường lao động. Do đó, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group là hết sức cần thiết và mang tính cấp thiết, góp phần nâng cao hiệu quả quản trị nguồn nhân lực cũng như tăng cường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong bối cảnh hiện nay.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa các kiến thức về quản trị nguồn nhân lực và hoạt động tuyển dụng nguồn nhân lực.

Phân tích thực trạng hoạt động tuyển dụng nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Obox Group và các hoạt động liên quan.

Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động tuyển dụng tại công ty.

3. Đối tượng nghiên cứu

Các hoạt động trong quy trình tuyển dụng nhân sự hiện tại của Công ty Cổ phần OBOX Group.

Phạm vi nghiên cứu:

Không gian: Công ty Cổ phần OBOX Group, văn phòng tại 267 Hoàng Diệu, phường Bình Hiên, quận Hải Châu, TP Đà Nẵng.

Thời gian: Đề tài nghiên cứu thu thập dữ liệu trong khoảng thời gian từ năm 2023 - 2025

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu như: Quan sát, thu thập dữ liệu, tổng hợp, so sánh, phân tích.

Quan sát các hoạt động kinh doanh của công ty, cách thức tổ chức, vận hành.

Thu thập và tổng hợp các số liệu về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty.

So sánh, phân tích các số liệu để đưa ra nhận xét và đánh chung về công ty.

Trong từng thời điểm trong quá trình nghiên cứu về đề tài mà các phương pháp được vận dụng một cách linh hoạt, kết hợp hoặc riêng lẻ để giải quyết vấn đề hiệu quả.

5. Kết cấu khóa luận tốt nghiệp

Kết cấu khóa luận tốt nghiệp gồm 3 chương:

- CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC

- CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP

- CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, hướng dẫn và hỗ trợ quý báu từ thầy cô, nhà trường và đơn vị thực tập. Đây là nền tảng quan trọng giúp em có thể hoàn thành báo cáo này một cách nghiêm túc và đầy đủ hơn.

Trước hết, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô Khoa Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, những người đã tận tình giảng dạy, trang bị cho em kiến thức chuyên môn, tư duy quản trị và kỹ năng cần thiết trong suốt thời gian học tập. Những kiến thức đó không chỉ giúp em hoàn thành chương trình học mà còn hỗ trợ rất nhiều trong quá trình thực tập và nghiên cứu thực tế.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến cô Phan Thị Thu Hà – giảng viên hướng dẫn, người đã luôn dành thời gian theo dõi, hướng dẫn và đưa ra những nhận xét, góp ý kịp thời để em có thể điều chỉnh nội dung và phương pháp thực hiện báo cáo. Sự tận tâm và nghiêm túc của cô đã giúp em hoàn thiện bài báo cáo theo hướng khoa học và thực tế hơn.

Đồng thời, em xin chân thành cảm ơn Công ty Cổ phần Obox Group cùng các anh chị tại bộ phận Tuyển dụng, đặc biệt là chị Trà và chị Vy, đã tạo điều kiện thuận lợi để em được tiếp cận công việc thực tế tại vị trí Thực tập sinh Tuyển dụng. Trong quá trình thực tập, em đã học hỏi được nhiều kiến thức thực tiễn, kỹ năng làm việc cũng như hiểu rõ hơn về môi trường doanh nghiệp và lĩnh vực tuyển dụng nhân sự.

Bài báo cáo không thể tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được sự góp ý và chỉ dẫn từ quý thầy cô để em có thể rút kinh nghiệm và hoàn thiện bản thân hơn trong quá trình học tập và làm việc sau này.

Em xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	iii
LỜI CẢM ƠN	v
DANH MỤC BẢNG BIỂU	ix
DANH MỤC SƠ ĐỒ.....	x
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	xi
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	xii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC	1
1.1. Khái niệm về tuyển dụng nguồn nhân lực.....	1
1.1.1. Khái niệm tuyển dụng nhân lực.....	1
1.1.2. Khái niệm tuyển mộ nhân lực	1
1.1.3. Khái niệm tuyển chọn nhân lực.....	1
1.2. Vai trò của tuyển dụng nguồn nhân lực	1
1.2.1. Vai trò đối với doanh nghiệp.....	1
1.2.2. Vai trò đối với lao động	2
1.2.3. Vai trò đối với xã hội	3
1.3. Các nguồn tuyển dụng nhân lực trong doanh nghiệp.....	3
1.3.1. Nguồn nội bộ doanh nghiệp	3
1.3.2. Các nguồn bên ngoài doanh nghiệp.....	4
1.4. Quy trình tuyển dụng nguồn nhân lực	5
1.4.1. Xác định nhu cầu và lên kế hoạch tuyển dụng.....	6
1.4.2. Nghiên cứu và tạo mô tả công việc	7
1.4.3. Thông báo tuyển dụng.....	7
1.4.4. Nhận hồ sơ và tiến hành sàng lọc	8
1.4.5. Phỏng vấn và thực hiện bài test.....	8
1.4.6. Gửi thư mời nhận việc tới ứng viên.....	9
1.4.7. Giới thiệu và chào đón nhân sự mới.....	10
1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình tuyển dụng	10
1.5.1. Nhân tố bên trong doanh nghiệp	10
1.5.2. Nhân tố bên ngoài doanh nghiệp	12

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP	15
2.1 Tổng quan về Công ty Cổ phần Obox Group	15
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển	15
2.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi.....	16
2.1.3. Lĩnh vực kinh doanh của công ty	17
2.1.3.1. Design POD	17
2.1.3.2. R&D.....	17
2.1.3.3. Obox Academy (Cung cấp các khóa học đào tạo).....	18
2.1.3.4. Talentmate.....	18
2.1.4. Cơ cấu tổ chức và chức năng các phòng ban	19
2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh của Obox Group	22
2.2.1. Môi trường vi mô.....	22
2.2.2. Môi trường vĩ mô.....	26
2.3. Các nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh...30	30
2.3.1. Cơ sở vật chất	30
2.3.2. Nguồn nhân lực.....	31
2.3.3. Nguồn lực tài chính.....	33
2.3.4. Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh.....	36
2.4. Thực trạng công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group	38
2.4.1. Tình hình công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group.....	38
2.4.2. Quy trình tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group	40
2.4.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group	56
2.4.3.1. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp	56
2.4.3.2. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp	58
2.5. Đánh giá chung về công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group .59	59
2.5.1. Những ưu điểm	59
2.5.2. Những hạn chế và nguyên nhân của hạn chế	60
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP	62

3.1. Cơ sở của giải pháp	62
3.1.1. Phương hướng phát triển nguồn nhân lực phục vụ hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới	62
3.1.2. Mục tiêu công tác tuyển dụng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới.....	63
3.2. Một số giải pháp cụ thể hoàn thiện công tác tuyển dụng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới	64
3.2.1. Nâng cao tính khách quan trong quá trình đánh giá ứng viên	64
3.2.2. Thực hiện công tác đánh giá hiệu quả sau khi tuyển dụng	68
3.2.3. Mở rộng và nâng cao hiệu quả các kênh tuyển dụng	72
3.2.4. Một số kiến nghị khác	74
TÀI LIỆU THAM KHẢO	77
MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI	
NHẬN XÉT THỰC TẬP	

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Trang thiết bị	30
Bảng 2.2: Thông kê nhân sự chính thức tại Obox Group	32
Bảng 2.3: Tình hình tài sản – nguồn vốn của công ty trong giai đoạn 2023-2025	33
Bảng 2.4: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh của CTCP Obox Group giai đoạn 2023-2025.....	36
Bảng 2.5: Tình hình tuyển dụng các vị trí nhân viên văn phòng tại Obox Group trong quý IV/2025.....	39
Bảng 2.6: Bảng mô tả công việc vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng và Designer	42
Bảng 2.7: Bảng tổng hợp các kênh tuyển dụng và chi phí tuyển dụng	43
Bảng 2.8: Bảng tần suất và thời gian đăng tin tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group	46
Bảng 2.9: Tổng hợp kết quả hồ sơ ứng viên gửi về văn phòng tại Obox Group trong quý IV/2025	48
Bảng 2.10: Tổng hợp kết quả phỏng vấn ứng viên tại Obox Group trong quý IV/2025	54
Bảng 2.11: Tổng hợp kết quả thử việc ứng viên tại Obox Group trong quý IV/2025 ..	55
Bảng 3.1: Các chỉ số đánh giá hiệu quả tuyển dụng.....	69
Bảng 3.2: Bảng so sánh kết quả bài test với hiệu quả làm việc thực tế	70
Bảng 3.3: Bảng đánh giá hiệu quả các kênh tuyển dụng.....	71

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1: Sơ đồ quy trình tuyển dụng	5
Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Obox Group	19
Sơ đồ 2.2: Quy trình tuyển dụng tại Obox Group	41

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Logo Công ty Cổ phần Obox Group.....	15
Hình 2.2: Sản phẩm của Obox Designs	17
Hình 2.3: Fanpage của Obox Academy	18
Hình 2.4: Sự kiện SMEs	19
Hình 2.5: Bài đăng tuyển dụng Designer trên Facebook.....	45
Hình 2.6: Bài đăng tuyển dụng Sale & Chăm sóc khách hàng trên Facebook	45
Hình 2.7: Bài đăng tuyển dụng trên website.....	46
Hình 2.8: Hồ sơ ứng viên gửi về mail	49
Hình 2.9: Hồ sơ ứng viên được tiếp nhận và đánh giá đạt yêu cầu ban đầu	49
Hình 2.10: Mail bài test cho ứng viên ứng tuyển Designer	50
Hình 2.11: Mail hẹn lịch phỏng vấn.....	51
Hình 2.12: Danh sách ứng viên tham gia phỏng vấn chính thức	51
Hình 2.13: Khung lộ trình đào tạo Designer của Obox Group	56

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	TỪ VIẾT TẮT	NGHĨA
1	POD	Print On Demand
2	TNHH MTV	Trách nhiệm hữu hạn một thành viên
3	CTCP	Công ty Cổ phần
4	CĐ/ĐH	Cao đẳng/Đại học
5	HCNS	Hành chính nhân sự
6	PV	Phòng vấn

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC

1.1. Khái niệm về tuyển dụng nguồn nhân lực

1.1.1. Khái niệm tuyển dụng nhân lực

Tuyển dụng nhân lực được hiểu là quá trình doanh nghiệp tìm kiếm và lựa chọn những cá nhân phù hợp để đáp ứng nhu cầu công việc. Quá trình này không chỉ dừng lại ở việc lựa chọn ứng viên mà còn bao gồm các hoạt động liên quan đến thu hút, đánh giá và bố trí người lao động vào vị trí thích hợp.

Nói cách khác, tuyển dụng là một chuỗi các hoạt động liên kết với nhau nhằm đảm bảo doanh nghiệp có được nguồn nhân lực phù hợp cả về số lượng lẫn chất lượng, phục vụ cho mục tiêu phát triển lâu dài.

1.1.2. Khái niệm tuyển mộ nhân lực

Tuyển mộ nhân lực là hoạt động nhằm thu hút người lao động từ nhiều nguồn khác nhau tham gia ứng tuyển vào doanh nghiệp. Đây là bước khởi đầu trong quá trình tuyển dụng, đóng vai trò tạo ra nguồn ứng viên để doanh nghiệp lựa chọn.

Các hoạt động tuyển mộ thường bao gồm việc xác định nguồn ứng viên, xây dựng thông tin tuyển dụng, đăng tải thông báo và tiếp nhận hồ sơ. Chất lượng của công tác tuyển mộ sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của các bước tuyển dụng tiếp theo.

1.1.3. Khái niệm tuyển chọn nhân lực

Tuyển chọn nhân lực là quá trình sàng lọc và đánh giá các ứng viên nhằm lựa chọn ra những người phù hợp nhất với yêu cầu công việc. Đây là giai đoạn mang tính quyết định trong tuyển dụng, giúp doanh nghiệp chọn đúng người có năng lực và phẩm chất phù hợp.

Quá trình tuyển chọn thường được thực hiện thông qua các hình thức như xem xét hồ sơ, kiểm tra, phỏng vấn và đánh giá năng lực. Kết quả của tuyển chọn sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

1.2. Vai trò của tuyển dụng nguồn nhân lực

1.2.1. Vai trò đối với doanh nghiệp

Trong bối cảnh môi trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh và biến động, tuyển dụng nguồn nhân lực không chỉ đơn thuần là hoạt động bổ sung nhân sự mà còn giữ vai trò chiến lược đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Một quy trình tuyển dụng hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp thu hút và lựa chọn được những ứng viên phù hợp,

từ đó tạo nền tảng vững chắc cho việc nâng cao hiệu quả hoạt động và phát triển bền vững. Vì vậy, tuyển dụng nguồn nhân lực có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với doanh nghiệp, thể hiện qua các khía cạnh sau:

Thứ nhất, tuyển dụng nhân lực giữ vai trò quan trọng trong việc tạo ra yếu tố đầu vào cho doanh nghiệp – đó là nguồn nhân lực, góp phần bổ sung lực lượng lao động cần thiết. Nếu công tác tuyển dụng được thực hiện hiệu quả sẽ là nền tảng quan trọng cho việc triển khai các hoạt động khác của quản trị nhân lực.

Thứ hai, tuyển dụng nhân lực góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cốt lõi và lâu dài của doanh nghiệp – cạnh tranh dựa trên yếu tố con người. Trên thực tế, con người luôn được xem là nhân tố mang tính quyết định đối với sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp.

Thứ ba, tuyển dụng nhân lực giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí và sử dụng hiệu quả các nguồn lực khác, đồng thời tạo điều kiện nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Việc tuyển chọn được nhân sự phù hợp sẽ giảm chi phí đào tạo, nâng cao hiệu quả sử dụng lao động. Với vai trò là chủ thể của mọi hoạt động, con người trực tiếp vận hành máy móc, vốn, thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật,... nên khi tuyển đúng người sẽ góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực này.

Thứ tư, trong trường hợp tuyển dụng từ nguồn nội bộ, hoạt động này còn góp phần tạo ra bầu không khí thi đua và cạnh tranh lành mạnh giữa người lao động trong doanh nghiệp. Thứ năm, tuyển dụng nhân lực giúp cải thiện môi trường và bầu không khí làm việc, đồng thời thúc đẩy sự phát triển văn hóa doanh nghiệp theo hướng tích cực, hỗ trợ hoạt động kinh doanh. Việc tuyển được những “nhân tố mới” có thể tác động đến phong cách làm việc, cách giao tiếp và ứng xử trong doanh nghiệp theo chiều hướng tốt hơn.

1.2.2. Vai trò đối với lao động

Thứ nhất, tuyển dụng nhân lực của doanh nghiệp giúp người lao động có việc làm, mở ra cơ hội thăng tiến và nâng cao thu nhập. Khi công tác tuyển dụng được thực hiện hiệu quả, người lao động sẽ có cơ hội làm việc ở những vị trí phù hợp với năng lực, trình độ, sở trường cũng như tính cách của bản thân. Đồng thời, điều này còn góp phần tạo ra môi trường thi đua, tinh thần cạnh tranh và sự sáng tạo trong công việc giữa các cá nhân trong doanh nghiệp.

Thứ hai, tuyển dụng nhân lực của doanh nghiệp tạo điều kiện để người lao động có cơ hội nhìn nhận và đánh giá bản thân, từ đó có nhận thức đúng đắn về năng lực cá nhân và định hướng phát triển phù hợp. Bên cạnh đó, quá trình tuyển dụng cũng giúp người lao động hiểu rõ hơn về triết lý, quan điểm quản trị của doanh nghiệp, qua đó xây dựng lộ trình phát triển nghề nghiệp trong tương lai.

Thứ ba, tuyển dụng nhân lực là động lực thúc đẩy người lao động chủ động học tập, nâng cao kỹ năng, kiến thức và kinh nghiệm. Đồng thời, khi được doanh nghiệp đánh giá và ghi nhận năng lực thông qua quá trình tuyển dụng, người lao động sẽ có xu hướng nỗ lực nhiều hơn để hoàn thiện bản thân và gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

1.2.3. Vai trò đối với xã hội

Thứ nhất, công tác tuyển dụng nhân sự của các doanh nghiệp và tổ chức giữ vai trò vô cùng quan trọng trong việc góp phần giải quyết vấn đề việc làm và tình trạng thất nghiệp của xã hội hiện nay. Tuyển dụng hiệu quả sẽ giúp gia tăng số lượng lao động có việc làm, đồng thời góp phần kiểm chế và giảm thiểu tỷ lệ thất nghiệp đang có xu hướng gia tăng.

Thứ hai, tuyển dụng cũng là đầu ra của quá trình đào tạo nguồn nhân lực, giúp xã hội sử dụng nguồn lao động một cách hiệu quả và hợp lý. Bên cạnh đó, tuyển dụng nhân sự còn định hướng người lao động đến những hành vi tích cực, sử dụng sức lao động của bản thân để tạo ra của cải, qua đó góp phần hạn chế các tệ nạn xã hội. Tóm lại, công tác tuyển dụng nhân sự luôn giữ vai trò quan trọng không chỉ đối với doanh nghiệp, đối với người lao động mà còn đối với toàn xã hội. Vì vậy, các nhà quản trị cần coi tuyển dụng là một nền tảng quan trọng, và nền tảng đó cần được xây dựng vững chắc để đảm bảo cho việc thực hiện các mục tiêu của tổ chức, bất kể quy mô lớn hay nhỏ.

1.3. Các nguồn tuyển dụng nhân lực trong doanh nghiệp

1.3.1. Nguồn nội bộ doanh nghiệp

Doanh nghiệp có thể tìm kiếm ứng viên cho các vị trí còn trống từ nhiều nguồn khác nhau như nguồn nội bộ, các kênh quảng cáo tuyển dụng hoặc thông qua các tổ chức trung gian về lao động. Trong đó, tuyển dụng từ nội bộ doanh nghiệp là hình thức sử dụng chính những nhân viên đang làm việc để bổ sung vào các vị trí cần thiết. Khác với việc đề bạt hay bổ nhiệm mang tính chủ quan, tuyển dụng nội bộ thường được triển khai một cách minh bạch với các tiêu chí cụ thể, tạo cơ hội cạnh tranh công bằng cho toàn bộ nhân viên.

Nguồn ứng viên nội bộ thường được các doanh nghiệp ưu tiên sử dụng bởi những lợi thế nổi bật. Trước hết, những nhân viên hiện tại đã được kiểm chứng trong quá trình làm việc về thái độ, ý thức kỷ luật, tinh thần trách nhiệm cũng như mức độ trung thành, do đó rủi ro nghỉ việc thường thấp hơn. Đồng thời, họ đã quen thuộc với môi trường, quy trình và mục tiêu hoạt động của doanh nghiệp nên có thể nhanh chóng thích nghi với vị trí mới mà không mất nhiều thời gian làm quen. Bên cạnh đó, việc tuyển dụng nội bộ còn góp phần tạo động lực cạnh tranh tích cực giữa các nhân viên, thúc đẩy họ nỗ lực hơn trong công việc và nâng cao hiệu quả lao động.

Tuy vậy, tuyển dụng nội bộ cũng tồn tại một số hạn chế. Việc sử dụng nguồn nhân lực sẵn có có thể khiến doanh nghiệp thiếu đi những ý tưởng mới, do nhân viên dễ bị ảnh hưởng bởi lối làm việc cũ, từ đó hạn chế tính sáng tạo và đổi mới. Điều này có thể gây bất lợi trong bối cảnh doanh nghiệp cần cải tiến hoặc đang hoạt động kém hiệu quả. Ngoài ra, quá trình lựa chọn có thể tạo ra tâm lý không hài lòng đối với những nhân viên không được chọn, dẫn đến sự thiếu hợp tác, hình thành các nhóm lợi ích và ảnh hưởng đến sự đoàn kết nội bộ.

Để tận dụng hiệu quả nguồn ứng viên nội bộ, doanh nghiệp cần xây dựng hệ thống quản lý thông tin nhân sự đầy đủ và cập nhật. Các thông tin như trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc, kết quả thực hiện công việc, kỹ năng, định hướng nghề nghiệp hay khả năng phát triển cần được lưu trữ và theo dõi thường xuyên. Thông qua đó, doanh nghiệp có thể dễ dàng xác định và lựa chọn những cá nhân phù hợp cho các vị trí mới, góp phần nâng cao hiệu quả công tác tuyển dụng.

1.3.2. Các nguồn bên ngoài doanh nghiệp

Nguồn tuyển dụng bên ngoài là nguồn ứng viên được thu hút từ thị trường lao động bên ngoài doanh nghiệp. Đây là hình thức tuyển dụng phổ biến, trong đó doanh nghiệp tìm kiếm và lựa chọn những người lao động chưa làm việc tại tổ chức nhằm đáp ứng nhu cầu nhân sự. Khi tiến hành tuyển dụng từ nguồn bên ngoài, doanh nghiệp cần xem xét nhiều yếu tố như tình hình cung – cầu trên thị trường lao động, đặc điểm của vị trí công việc cần tuyển, uy tín và hình ảnh của doanh nghiệp, chính sách nhân sự hiện hành, cũng như các quy định của địa phương nơi doanh nghiệp hoạt động. Bên cạnh đó, khả năng tài chính cũng là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến phạm vi và hiệu quả của hoạt động tuyển dụng.

Việc sử dụng nguồn tuyển dụng bên ngoài mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. Trước hết, nguồn này giúp doanh nghiệp bổ sung lực lượng lao động cả về số lượng lẫn chất lượng, đặc biệt trong trường hợp nguồn nội bộ không đáp ứng đủ nhu cầu. Đồng thời, tuyển dụng từ bên ngoài còn giúp doanh nghiệp tiếp cận với những ứng viên có kiến thức, kỹ năng mới, góp phần đổi mới tư duy, cải tiến phương thức làm việc và nâng cao hiệu quả hoạt động. Ngoài ra, nguồn nhân lực mới cũng có thể mang đến những kinh nghiệm và góc nhìn khác biệt, tạo động lực thay đổi tích cực trong tổ chức.

Xét theo đối tượng tuyển dụng, nguồn tuyển bên ngoài có thể được chia thành nhiều nhóm khác nhau. Thứ nhất là những lao động đã qua đào tạo, có trình độ chuyên môn và kỹ năng nghề nghiệp, phù hợp với các vị trí yêu cầu kinh nghiệm hoặc chuyên môn cao. Thứ hai là những lao động chưa qua đào tạo hoặc mới tốt nghiệp, thường phù hợp với các vị trí cần đào tạo thêm hoặc công việc đơn giản. Thứ ba là nhóm lao động đang trong tình trạng thất nghiệp hoặc đang tìm kiếm cơ hội việc làm mới. Đối với mỗi nhóm đối tượng, doanh nghiệp cần có phương thức tiếp cận và tiêu chí tuyển chọn phù hợp nhằm đạt hiệu quả cao nhất trong tuyển dụng.

1.4. Quy trình tuyển dụng nguồn nhân lực



Sơ đồ 1.1: Sơ đồ quy trình tuyển dụng

Nguồn: SHiring - Quản trị Tuyển dụng hiệu suất cao

1.4.1. Xác định nhu cầu và lên kế hoạch tuyển dụng

Xác định nhu cầu và lập kế hoạch tuyển dụng là bước khởi đầu, đồng thời giữ vai trò nền tảng trong toàn bộ quy trình tuyển dụng nhân lực của doanh nghiệp. Đây là giai đoạn mang tính định hướng, quyết định đến hiệu quả của các bước tuyển dụng tiếp theo. Việc xác định chính xác nhu cầu nhân sự không chỉ giúp doanh nghiệp tuyển đúng người, đúng vị trí mà còn đảm bảo sự phù hợp giữa nguồn nhân lực và mục tiêu phát triển trong từng giai đoạn cụ thể.

Trước hết, doanh nghiệp cần tiến hành phân tích nhu cầu kinh doanh nhằm xác định rõ mục tiêu sản xuất kinh doanh trong ngắn hạn và dài hạn. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp xác định những vị trí công việc cần bổ sung để đáp ứng yêu cầu phát triển, mở rộng quy mô hoặc nâng cao hiệu quả hoạt động. Bên cạnh đó, việc đánh giá nguồn nhân lực hiện tại cũng là một nội dung quan trọng, giúp doanh nghiệp nắm bắt được số lượng, chất lượng, trình độ chuyên môn, kỹ năng và hiệu suất làm việc của đội ngũ nhân viên. Thông qua quá trình này, doanh nghiệp có thể xác định được những khoảng trống nhân sự cần được bổ sung hoặc điều chỉnh.

Tiếp theo, doanh nghiệp cần dự báo nhu cầu nhân sự trong tương lai dựa trên kế hoạch kinh doanh, xu hướng phát triển và sự biến động của lực lượng lao động hiện tại. Hoạt động dự báo giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong công tác tuyển dụng, tránh tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa nhân sự. Đồng thời, việc xác định rõ yêu cầu công việc cho từng vị trí tuyển dụng là điều cần thiết, bao gồm các tiêu chí về trình độ chuyên môn, kỹ năng, kinh nghiệm cũng như các phẩm chất cá nhân phù hợp với văn hóa doanh nghiệp.

Trên cơ sở những nội dung đã phân tích, doanh nghiệp tiến hành xây dựng kế hoạch tuyển dụng một cách cụ thể và chi tiết. Kế hoạch này cần xác định rõ mục tiêu tuyển dụng, số lượng nhân sự cần tuyển, thời gian thực hiện, ngân sách dự kiến, nguồn và phương thức tuyển dụng, cũng như quy trình và tiêu chí đánh giá ứng viên. Ngoài ra, kế hoạch tuyển dụng cũng cần tính đến việc đào tạo và hội nhập cho nhân viên mới nhằm đảm bảo họ nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc.

Có thể thấy rằng, việc thực hiện tốt bước xác định nhu cầu và lập kế hoạch tuyển dụng sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả tuyển dụng, tiết kiệm chi phí, sử dụng hợp lý các nguồn lực và hạn chế tối đa các rủi ro phát sinh. Ngược lại, nếu bước này không được thực hiện một cách khoa học và chính xác sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng

nguồn nhân lực, từ đó tác động tiêu cực đến hiệu quả hoạt động và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

1.4.2. Nghiên cứu và tạo mô tả công việc

Nghiên cứu và xây dựng mô tả công việc là một nội dung quan trọng trong giai đoạn chuẩn bị tuyển dụng, góp phần đảm bảo quá trình tuyển dụng được thực hiện hiệu quả và đúng định hướng. Trước hết, doanh nghiệp cần tiến hành nghiên cứu công việc thông qua việc thu thập và phân tích các thông tin liên quan đến vị trí cần tuyển, bao gồm nhiệm vụ cụ thể, trách nhiệm, điều kiện làm việc, mối quan hệ trong công việc cũng như các yêu cầu về trình độ, kỹ năng và kinh nghiệm. Hoạt động này có thể được thực hiện thông qua nhiều phương pháp như quan sát thực tế, phỏng vấn nhân viên đang đảm nhiệm công việc, tham khảo tài liệu nội bộ hoặc đối chiếu với các vị trí tương tự trên thị trường lao động.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, doanh nghiệp tiến hành xây dựng bản mô tả công việc một cách đầy đủ và rõ ràng. Mô tả công việc không chỉ giúp làm rõ nội dung công việc mà còn là căn cứ để xác định tiêu chuẩn tuyển dụng, đánh giá ứng viên và phân công công việc sau khi tuyển dụng. Một bản mô tả công việc hoàn chỉnh thường bao gồm các nội dung cơ bản như: tên vị trí, mục tiêu công việc, nhiệm vụ và trách nhiệm chính, yêu cầu về trình độ chuyên môn, kỹ năng, kinh nghiệm, các phẩm chất cá nhân cần thiết, quyền lợi và điều kiện làm việc.

Việc xây dựng mô tả công việc chi tiết và chính xác sẽ giúp doanh nghiệp thu hút đúng đối tượng ứng viên, hạn chế tình trạng ứng tuyển không phù hợp, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các bước tiếp theo trong quy trình tuyển dụng. Ngược lại, nếu mô tả công việc không rõ ràng hoặc thiếu chính xác có thể dẫn đến việc tuyển dụng sai người, ảnh hưởng đến hiệu quả công việc và gây lãng phí nguồn lực của doanh nghiệp.

1.4.3. Thông báo tuyển dụng

Thông báo tuyển dụng là hoạt động nhằm truyền tải thông tin về nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp đến với người lao động, qua đó thu hút các ứng viên tiềm năng tham gia ứng tuyển. Đây là một bước quan trọng trong quy trình tuyển dụng, đóng vai trò tạo nguồn ứng viên ban đầu cho doanh nghiệp lựa chọn.

Để đạt hiệu quả cao, nội dung thông báo tuyển dụng cần được xây dựng rõ ràng, đầy đủ và hấp dẫn. Thông thường, một thông báo tuyển dụng sẽ bao gồm các thông tin cơ bản như: tên vị trí tuyển dụng, mô tả công việc, yêu cầu đối với ứng viên, quyền lợi

được hưởng, địa điểm làm việc và thời hạn nộp hồ sơ. Ngoài ra, thông tin về doanh nghiệp như lĩnh vực hoạt động, môi trường làm việc hoặc cơ hội phát triển cũng cần được đề cập nhằm tạo sức thu hút đối với ứng viên.

Bên cạnh nội dung, việc lựa chọn kênh đăng tải thông báo tuyển dụng cũng có ý nghĩa quan trọng. Doanh nghiệp có thể sử dụng nhiều kênh khác nhau như website chính thức, mạng xã hội, các trang tuyển dụng trực tuyến hoặc các phương tiện truyền thông khác để tiếp cận ứng viên. Việc lựa chọn kênh phù hợp sẽ giúp doanh nghiệp mở rộng phạm vi tiếp cận và nâng cao hiệu quả tuyển dụng.

Nếu thông báo tuyển dụng được xây dựng và triển khai hiệu quả, doanh nghiệp sẽ thu hút được nhiều ứng viên tiềm năng, từ đó nâng cao chất lượng nguồn ứng viên và tạo điều kiện thuận lợi cho các bước tuyển chọn tiếp theo.

1.4.4. Nhận hồ sơ và tiến hành sàng lọc

Nhận hồ sơ và tiến hành sàng lọc nhằm lựa chọn ra những ứng viên phù hợp để tiếp tục tham gia vào các vòng đánh giá tiếp theo. Sau khi doanh nghiệp đăng tải thông báo tuyển dụng, các hồ sơ ứng viên sẽ được gửi về thông qua nhiều hình thức khác nhau như nộp trực tiếp, gửi qua email hoặc thông qua các nền tảng tuyển dụng trực tuyến.

Doanh nghiệp cần tiến hành tiếp nhận và quản lý hồ sơ một cách khoa học, đảm bảo đầy đủ, chính xác và dễ dàng tra cứu. Trên cơ sở đó, hoạt động sàng lọc hồ sơ được thực hiện dựa trên các tiêu chí đã xây dựng trước đó như trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, kỹ năng chuyên môn và mức độ phù hợp với yêu cầu của vị trí tuyển dụng. Những hồ sơ không đáp ứng yêu cầu sẽ bị loại bỏ, trong khi các ứng viên tiềm năng sẽ được lựa chọn để tham gia các vòng kiểm tra và phỏng vấn tiếp theo.

Việc thực hiện tốt bước sàng lọc hồ sơ không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và chi phí mà còn nâng cao hiệu quả tuyển dụng, đảm bảo lựa chọn được những ứng viên có chất lượng phù hợp. Ngược lại, nếu quá trình sàng lọc không chặt chẽ hoặc thiếu tiêu chí rõ ràng có thể dẫn đến việc bỏ sót ứng viên tiềm năng hoặc lựa chọn không chính xác, ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực của doanh nghiệp.

1.4.5. Phỏng vấn và thực hiện bài test

Phỏng vấn và thực hiện bài test là bước quan trọng trong quy trình tuyển dụng, giúp doanh nghiệp đánh giá toàn diện năng lực và mức độ phù hợp của ứng viên đối với vị trí công việc. So với việc sàng lọc hồ sơ, giai đoạn này cho phép nhà tuyển dụng tiếp cận trực tiếp và kiểm chứng thông tin một cách chính xác hơn.

Thông thường, quá trình phỏng vấn có thể được tổ chức từ 1 đến 3 vòng, tùy thuộc vào tính chất và yêu cầu của vị trí tuyển dụng. Cụ thể, vòng đầu tiên thường là phỏng vấn sơ bộ nhằm đánh giá nhanh về thông tin cá nhân, thái độ và mức độ phù hợp ban đầu của ứng viên. Vòng tiếp theo là phỏng vấn chuyên môn, tập trung vào kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm liên quan đến công việc. Đối với một số vị trí quan trọng, doanh nghiệp có thể tổ chức thêm vòng phỏng vấn cuối với cấp quản lý hoặc lãnh đạo nhằm đánh giá tổng thể và đưa ra quyết định tuyển dụng.

Bên cạnh phỏng vấn, doanh nghiệp thường kết hợp từ 1 đến 2 bài kiểm tra để đánh giá năng lực thực tế của ứng viên. Các bài test này có thể bao gồm kiểm tra kiến thức chuyên môn, kỹ năng thực hành, khả năng xử lý tình huống hoặc bài test đánh giá tư duy và tính cách. Tùy theo từng vị trí, nội dung và hình thức bài kiểm tra sẽ được thiết kế phù hợp nhằm đảm bảo phản ánh đúng năng lực của ứng viên.

Việc tổ chức phỏng vấn và bài test một cách khoa học, có hệ thống và dựa trên tiêu chí rõ ràng sẽ giúp doanh nghiệp lựa chọn được những ứng viên phù hợp nhất, đồng thời hạn chế rủi ro trong tuyển dụng. Ngược lại, nếu thực hiện không chặt chẽ hoặc thiếu tiêu chuẩn đánh giá cụ thể, doanh nghiệp có thể đưa ra quyết định tuyển dụng chưa chính xác, ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực.

1.4.6. Gửi thư mời nhận việc tới ứng viên

Sau khi hoàn tất quá trình đánh giá và lựa chọn ứng viên phù hợp, doanh nghiệp tiến hành gửi thư mời nhận việc nhằm chính thức thông báo kết quả tuyển dụng. Đây là bước quan trọng trong việc xác lập mối quan hệ lao động giữa doanh nghiệp và ứng viên, đồng thời thể hiện sự chuyên nghiệp trong quy trình tuyển dụng.

Nội dung của thư mời nhận việc thường bao gồm các thông tin cơ bản như vị trí công việc, mức lương, chế độ đãi ngộ, thời gian làm việc, địa điểm làm việc và thời điểm bắt đầu công việc. Ngoài ra, thư mời nhận việc cũng có thể đề cập đến các điều khoản liên quan như thời gian thử việc, quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động. Những thông tin này cần được trình bày rõ ràng, minh bạch nhằm giúp ứng viên nắm bắt đầy đủ trước khi đưa ra quyết định.

Sau khi nhận được thư mời, ứng viên sẽ phản hồi về việc đồng ý hoặc từ chối nhận việc. Trong trường hợp hai bên đạt được sự thống nhất, doanh nghiệp sẽ tiến hành các bước tiếp theo như ký kết hợp đồng lao động và chuẩn bị các điều kiện cần thiết để tiếp nhận nhân viên mới.

Việc thực hiện tốt bước gửi thư mời nhận việc không chỉ giúp doanh nghiệp hoàn tất quy trình tuyển dụng một cách hiệu quả mà còn tạo ấn tượng tích cực đối với ứng viên, góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường lao động.

1.4.7. Giới thiệu và chào đón nhân sự mới

Giới thiệu và chào đón nhân sự mới là bước cuối cùng trong quy trình tuyển dụng, có vai trò quan trọng trong việc giúp nhân viên nhanh chóng hòa nhập với môi trường làm việc và bắt đầu công việc một cách hiệu quả. Đây không chỉ là hoạt động mang tính thủ tục mà còn thể hiện sự chuyên nghiệp và văn hóa của doanh nghiệp đối với người lao động.

Sau khi ứng viên chính thức nhận việc, doanh nghiệp tiến hành tổ chức các hoạt động chào đón và hướng dẫn ban đầu. Nội dung thường bao gồm giới thiệu về lịch sử hình thành, lĩnh vực hoạt động, cơ cấu tổ chức, nội quy và quy định của doanh nghiệp. Đồng thời, nhân sự mới cũng được phổ biến về vị trí công việc, nhiệm vụ cụ thể, quy trình làm việc và các công cụ hỗ trợ cần thiết.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp có thể tổ chức các hoạt động như gặp gỡ đồng nghiệp, giới thiệu với các bộ phận liên quan hoặc phân công người hướng dẫn nhằm hỗ trợ nhân viên mới trong giai đoạn đầu. Những hoạt động này giúp tạo cảm giác thân thiện, giảm bớt ngỡ và tăng khả năng thích nghi của nhân viên với môi trường làm việc.

Việc thực hiện tốt công tác giới thiệu và chào đón nhân sự mới không chỉ giúp nâng cao hiệu quả làm việc mà còn góp phần xây dựng sự gắn kết giữa người lao động và doanh nghiệp. Ngược lại, nếu bước này bị xem nhẹ có thể khiến nhân viên mới gặp khó khăn trong việc hòa nhập, ảnh hưởng đến tâm lý và hiệu suất làm việc trong thời gian đầu.

1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình tuyển dụng

1.5.1. Nhân tố bên trong doanh nghiệp

Hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp

Hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thu hút ứng viên trong quá trình tuyển dụng. Những doanh nghiệp có thương hiệu mạnh, được xã hội đánh giá cao, môi trường làm việc chuyên nghiệp và chế độ đãi ngộ hấp dẫn thường có lợi thế trong việc thu hút nguồn nhân lực chất lượng. Ứng viên có xu hướng ưu tiên lựa chọn những doanh nghiệp có danh tiếng tốt vì họ kỳ vọng vào cơ hội phát triển nghề nghiệp và sự ổn định lâu dài. Ngược lại, những doanh nghiệp có

hình ảnh chưa tốt hoặc ít được biết đến sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận và thu hút ứng viên phù hợp, thậm chí phải tốn nhiều chi phí và thời gian hơn cho hoạt động tuyển dụng.

Công tác hoạch định nguồn nhân lực

Hoạch định nguồn nhân lực đóng vai trò quan trọng trong việc xác định nhu cầu nhân sự của doanh nghiệp cả về số lượng, chất lượng và cơ cấu trong từng giai đoạn phát triển. Thông qua hoạt động này, doanh nghiệp có thể dự báo được tình hình biến động lao động, từ đó xây dựng kế hoạch tuyển dụng phù hợp với chiến lược kinh doanh. Nếu công tác hoạch định được thực hiện hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp chủ động trong việc chuẩn bị nguồn nhân lực, hạn chế tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa lao động. Ngược lại, nếu hoạch định không chính xác sẽ dẫn đến tuyển dụng không đúng nhu cầu, gây lãng phí nguồn lực và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động chung.

Quy trình và công tác tổ chức tuyển dụng

Quy trình tuyển dụng được xây dựng khoa học, rõ ràng và hợp lý sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả trong việc lựa chọn ứng viên. Một quy trình chặt chẽ, minh bạch không chỉ giúp đánh giá chính xác năng lực của ứng viên mà còn tạo ấn tượng tốt đối với họ về sự chuyên nghiệp của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, việc tổ chức thực hiện tuyển dụng hiệu quả sẽ góp phần rút ngắn thời gian tuyển dụng, tiết kiệm chi phí và nâng cao chất lượng đầu vào. Ngược lại, nếu quy trình thiếu logic hoặc tổ chức thực hiện không đồng bộ sẽ làm giảm hiệu quả tuyển dụng, thậm chí bỏ lỡ những ứng viên tiềm năng.

Chính sách tuyển dụng của doanh nghiệp

Chính sách tuyển dụng bao gồm các quy định, tiêu chuẩn, quy trình và chế độ đãi ngộ liên quan đến việc thu hút và lựa chọn nhân sự. Một chính sách tuyển dụng hợp lý, linh hoạt và có tính cạnh tranh cao sẽ giúp doanh nghiệp thu hút được nhiều ứng viên có trình độ và năng lực. Đồng thời, chính sách rõ ràng, minh bạch còn tạo sự tin tưởng đối với ứng viên trong quá trình tham gia tuyển dụng. Ngược lại, nếu chính sách tuyển dụng thiếu hấp dẫn hoặc không phù hợp với thị trường lao động sẽ làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong việc thu hút nhân tài.

Văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động tuyển dụng và giữ chân nhân sự. Một môi trường làm việc tích cực, thân thiện,

chuyên nghiệp và có sự gắn kết sẽ tạo sức hút lớn đối với ứng viên. Ngoài ra, văn hóa doanh nghiệp còn ảnh hưởng đến mức độ phù hợp giữa ứng viên và tổ chức, từ đó quyết định khả năng hòa nhập và gắn bó lâu dài của người lao động. Nếu doanh nghiệp xây dựng được văn hóa tốt sẽ không chỉ thu hút được nhân sự chất lượng mà còn duy trì được đội ngũ lao động ổn định và hiệu quả.

1.5.2. Nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

Yếu tố kinh tế – chính trị

Bối cảnh kinh tế và tình hình chính trị có tác động mạnh mẽ đến thị trường lao động cũng như hoạt động tuyển dụng của các doanh nghiệp. Khi nền kinh tế phát triển ổn định và tăng trưởng, doanh nghiệp thường có xu hướng mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, từ đó kéo theo nhu cầu tuyển dụng nhân sự gia tăng. Ngược lại, trong giai đoạn kinh tế khó khăn hoặc suy thoái, nhiều doanh nghiệp buộc phải thu hẹp hoạt động, cắt giảm chi phí và hạn chế tuyển dụng lao động.

Ngoài ra, sự ổn định về chính trị cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi. Một nền chính trị ổn định không chỉ giúp doanh nghiệp yên tâm đầu tư, phát triển mà còn góp phần thu hút lực lượng lao động, tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình tuyển dụng và sử dụng nguồn nhân lực một cách hiệu quả.

Yếu tố văn hóa – xã hội

Các yếu tố thuộc về văn hóa và xã hội như phong tục, tập quán, lối sống và xu hướng của cộng đồng có ảnh hưởng đáng kể đến nhận thức nghề nghiệp cũng như quyết định lựa chọn việc làm của người lao động. Ở mỗi giai đoạn phát triển khác nhau của xã hội, những xu hướng nghề nghiệp phổ biến sẽ có sự thay đổi, từ đó tác động đến cơ cấu cũng như chất lượng nguồn cung lao động trên thị trường.

Bên cạnh đó, yếu tố văn hóa – xã hội còn ảnh hưởng đến cách doanh nghiệp xây dựng nội dung và hình thức truyền thông tuyển dụng. Việc hiểu rõ đặc điểm tâm lý, hành vi và nhu cầu của người lao động sẽ giúp doanh nghiệp lựa chọn phương thức tiếp cận phù hợp, qua đó nâng cao hiệu quả trong việc thu hút và tuyển chọn ứng viên.

Hệ thống pháp luật và các quy định của Nhà nước về tuyển dụng

Hệ thống pháp luật lao động cùng với các quy định của Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc định hướng và điều chỉnh toàn bộ hoạt động tuyển dụng của doanh nghiệp. Các quy định này bao gồm những nguyên tắc liên quan đến việc tuyển dụng, sử

dụng lao động, cũng như quyền và nghĩa vụ của cả người lao động và người sử dụng lao động trong quá trình làm việc.

Việc tuân thủ đầy đủ và đúng đắn các quy định pháp luật không chỉ giúp doanh nghiệp hạn chế những rủi ro liên quan đến pháp lý mà còn góp phần đảm bảo tính công khai, minh bạch và công bằng trong quá trình tuyển dụng. Đồng thời, điều này còn giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, tạo niềm tin đối với ứng viên và nâng cao uy tín trên thị trường lao động.

Bên cạnh đó, các chính sách và quy định của Nhà nước cũng có thể ảnh hưởng trực tiếp đến tiêu chí tuyển dụng, hình thức tuyển dụng cũng như cách thức tổ chức thực hiện của doanh nghiệp. Do đó, việc cập nhật và vận dụng linh hoạt các quy định pháp luật là yếu tố cần thiết nhằm đảm bảo hoạt động tuyển dụng diễn ra hiệu quả và đúng quy định.

Các điều kiện của thị trường lao động

Những yếu tố thuộc về thị trường lao động như quan hệ cung – cầu lao động, chất lượng nguồn nhân lực, cơ cấu ngành nghề và mức độ cạnh tranh giữa các ứng viên có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả tuyển dụng của doanh nghiệp. Khi nguồn lao động dồi dào và có trình độ chuyên môn cao, doanh nghiệp sẽ có nhiều cơ hội lựa chọn được ứng viên phù hợp với yêu cầu công việc. Ngược lại, trong trường hợp thị trường khan hiếm lao động hoặc thiếu hụt nhân lực chất lượng, quá trình tuyển dụng sẽ gặp nhiều khó khăn hơn, buộc doanh nghiệp phải điều chỉnh tiêu chí, chính sách hoặc tăng cường các biện pháp thu hút ứng viên.

Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong việc thu hút và giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao ngày càng trở nên gay gắt. Những doanh nghiệp có chính sách đãi ngộ hấp dẫn, môi trường làm việc chuyên nghiệp và cơ hội phát triển rõ ràng thường có lợi thế hơn trong hoạt động tuyển dụng. Ngược lại, các doanh nghiệp chưa xây dựng được sức hút riêng hoặc có điều kiện làm việc kém cạnh tranh sẽ gặp nhiều trở ngại trong việc tiếp cận và thu hút nhân tài.

Xu hướng toàn cầu hóa

Toàn cầu hóa đang thúc đẩy sự dịch chuyển lao động giữa các quốc gia, đồng thời mở rộng cơ hội việc làm cho người lao động trên phạm vi toàn cầu. Điều này giúp doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận với nguồn nhân lực đa dạng, không chỉ trong nước mà còn từ thị trường quốc tế. Tuy nhiên, xu hướng này cũng làm gia tăng mức độ cạnh tranh

trong tuyển dụng, đòi hỏi doanh nghiệp phải nâng cao năng lực quản trị, xây dựng chính sách phù hợp và cải thiện môi trường làm việc để thu hút và giữ chân nhân lực chất lượng cao.

Trình độ khoa học – công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học – công nghệ đã làm thay đổi đáng kể yêu cầu đối với nguồn nhân lực, đặc biệt về trình độ chuyên môn, kỹ năng và khả năng thích ứng với môi trường làm việc hiện đại. Doanh nghiệp cần tuyển dụng những lao động có kiến thức chuyên sâu, kỹ năng công nghệ và khả năng cập nhật nhanh với sự thay đổi. Bên cạnh đó, công nghệ cũng đóng vai trò hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động tuyển dụng thông qua các nền tảng trực tuyến, hệ thống quản lý tuyển dụng và các công cụ đánh giá ứng viên, góp phần nâng cao chất lượng và tối ưu hóa quy trình tuyển dụng.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP

2.1 Tổng quan về Công ty Cổ phần Obox Group

Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP

Mã số thuế: 0402110450

Địa chỉ: 267 Hoàng Diệu, Phường Hải Châu, Thành phố Đà Nẵng

Người đại diện: Nguyễn Văn Quốc

Điện thoại: 039 481 2836 | 093 498 5909

Email: hr.oboxgroup@gmail.com

Website: <http://oboxgroup.net>

Ngày hoạt động: 19/08/2021

Loại hình doanh nghiệp: Công ty Cổ phần ngoài Nhà nước



Hình 2.1: Logo Công ty Cổ phần Obox Group

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Tiền thân của Công ty Cổ phần Obox Group là Công ty TNHH MTV Obox Designs.

Công ty TNHH MTV Obox Designs là Công ty start-up trẻ hoạt động trong lĩnh vực Thương mại điện tử chuyên về ngành Print On Demand tại Thành phố Đà Nẵng, được sáng lập vào năm 2017.

Sáng lập và lãnh đạo công ty – anh Nguyễn Văn Quốc, là một trong những người hoạt động trong ngành Print On Demand thuộc lĩnh vực Thương mại điện tử đời đầu, cùng với những kiến thức, bài học và kinh nghiệm được đúc kết trong 4 năm điều hành công ty, anh Quốc không chỉ tập trung trau dồi về mảng kinh doanh, mà ở đây anh cũng tự tin rằng bản thân đã có những nền tảng về quản lý nhân sự, hệ thống tuyển dụng và đào tạo cũng như những câu chuyện về xây dựng và phát triển đội ngũ kế cận. Từ những ngày đầu tiên vừa thành lập, Obox chỉ là một team nhỏ phát triển dần từ 10 – 20 nhân sự hoạt động tập trung ở mảng Design ngành POD.

Đến ngày 21/8/2021, doanh nghiệp chính thức chuyển đổi sang mô hình Công ty Cổ phần Obox Group và tiếp tục hoạt động cho đến nay.

Thương hiệu OBOX GROUP đã lan tỏa rộng rãi đến các miền tỉnh thành khác như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh trong lĩnh vực thương mại điện tử chuyên ngành POD.

2.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi

TẦM NHÌN

Định hướng trở thành một trong những công ty hàng đầu về lĩnh vực POD, với mong muốn lan tỏa rộng rãi những sản phẩm - dịch vụ đến hơn 10.000 khách hàng mỗi năm trên toàn thế giới.

SỨ MỆNH

Tạo ra những sản phẩm POD có sự kết hợp về giá trị, chất lượng, sáng tạo và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng.

Tạo môi trường thúc đẩy cho thế hệ trẻ xây dựng tinh thần học tập, thể hiện được cá tính - sở thích - đam mê, được nâng chuẩn liên tục thông qua việc tiếp cận với những sản phẩm và mô hình kinh doanh của công ty.

GIÁ TRỊ CỐT LÕI

Nâng chuẩn liên tục: Chủ động tìm kiếm cơ hội học tập, tận dụng cơ hội học tập và ứng dụng những điều được học và công việc

Hướng về khách hàng: Lấy khách hàng làm trung tâm để sáng tạo nên các sản phẩm và dịch vụ nhằm mang đến những trải nghiệm tuyệt vời dành cho khách hàng

Chuyên nghiệp: Sự chuyên nghiệp trong công ty được hiểu là vì người khác. Được thể hiện qua tác phong làm việc nhanh nhạy, khoa học kết hợp việc khả năng nắm bắt cụ thể và tường tận về kiến thức chuyên môn

Thích nghi: Nắm bắt cơ hội, biến đổi để tạo ra sự thích hợp, xử lý tốt mọi tình huống trong công việc và hòa mình vào môi trường làm việc. Khả năng vẫn duy trì được hiệu quả công việc khi đối mặt với áp lực và sự biến đổi môi trường

Kỷ luật: Toàn thể nhân viên hiểu và tuân thủ quy định, chính sách và quy trình của công ty một cách tự giác, có hiệu quả.

2.1.3. Lĩnh vực kinh doanh của công ty

2.1.3.1. Design POD

Đây là kiểu bán sản phẩm in ấn theo yêu cầu. Sử dụng dịch vụ này, bạn có thể tự thiết kế hoặc lấy ảnh chụp được đăng tải trên các website để yêu cầu in. Sau đó, một đơn vị khác (theo mô hình Dropshipping) sẽ chịu trách nhiệm in theo mẫu hình của bạn. Đây là một mô hình kinh doanh thương mại điện tử cho phép người tham gia thực hiện công việc in ấn những sản phẩm theo thiết kế và số lượng khách hàng yêu cầu. Với POD, bạn không giữ bất cứ hàng tồn kho vật lý nào. Thay vào đó, bạn ký kết hợp đồng với một bên thứ ba, bên thứ ba này sẽ có trách nhiệm in ấn và hoàn thành toàn bộ quy trình cho bạn.

Các sản phẩm của POD là rất đa dạng. Tương đối phổ biến nhất là áo thun, áo hoodie, túi tote, cốc sứ, ốp lưng điện thoại, blanket...

Và sản phẩm mà Obox cung cấp đến cho khách hàng chính là Design POD, khách hàng của Obox chính là những Seller đang hoạt động thương mại điện tử tập trung ở ngành POD.

Có thể hiểu, sản phẩm Seller đăng lên có bán được hay không sẽ là đánh giá cho chất lượng hiệu quả về mẫu Design của các Obox-er thuộc bộ phận Thiết kế (Obox Designs).



Hình 2.2: Sản phẩm của Obox Designs

2.1.3.2. R&D

Sự kết hợp ăn ý giữa mô hình Dropshipping và dịch vụ POD đã mở ra một cánh cửa mới trong lĩnh vực kinh doanh của Obox. Nhiều nền tảng hỗ trợ trực tuyến được nhiều người ưa dùng như Teechip, Amazon, Etsy, EBay... Từ đó mở ra lĩnh vực thứ 2 mà Obox đang theo đuổi: Nghiên cứu và phát triển các mô hình kinh doanh trên sàn Thương mại điện tử.

Obox tập trung nghiên cứu và phát triển các mô hình kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử – cụ thể cung cấp mô hình và công cụ hỗ trợ phát triển kinh doanh cho phân khúc là B2B thuộc trên toàn thế giới.

2.1.3.3. Obox Academy (Cung cấp các khóa học đào tạo)

Nhằm phát triển và phổ biến ngành POD rộng rãi hơn, Obox cung cấp các khóa học đào tạo về thiết kế. Obox được xem là một trong những đơn vị uy tín được rất nhiều bạn trẻ và các doanh nghiệp POD tin tưởng theo học.

Bằng phương pháp đào tạo dựa trên kinh nghiệm thực tế và phương châm “Học đi đôi với hành”, Obox đã chứng minh cho các học viên sau khi tham gia vào mỗi khóa học của mình hoàn toàn có thể vận hành lại những kiến thức đó áp dụng vào thực tế.

Hiện nay, Obox Academy thường xuyên livestream giảng dạy, sửa các mẫu thiết kế miễn phí trên các fanpage cho các bạn trẻ có niềm yêu thích nhưng chưa có điều kiện để tham gia các khóa học đào tạo chuyên nghiệp về thiết kế.



Hình 2.3: Fanpage của Obox Academy

2.1.3.4. Talentmate

Bên cạnh tất cả những ưu thế vượt trội của ngành POD, đây vẫn là một ngành hoàn toàn mới trên thị trường Việt Nam. Chính bởi vậy, lượng nhân sự được trang bị đầy đủ kiến thức đúng, đáp ứng được yêu cầu công việc là rất ít. Tình trạng những người kinh doanh sau nhiều năm hoạt động vẫn chưa mở rộng được quy mô vì thiếu hụt nhân sự đang là nỗi đau chung hiện nay.

Chính vì điều đó, Obox cung cấp dịch vụ tuyển dụng nhân trong ngành POD và rất được các đơn vị đối tác tin tưởng. Định hướng của Obox với lĩnh vực tuyển dụng

này là trở thành một đơn vị tuyển dụng và cung cấp nhân lực hàng đầu về tất cả các mảng trong ngành POD.

Bắt đầu từ năm 2022, Talentmate không còn chỉ cung cấp tuyển dụng trong mảng POD mà mở rộng ra cung cấp thêm các gói đăng tin tuyển dụng cho các doanh nghiệp SMEs và tổ chức các chương trình sự kiện, workshop chia sẻ những kinh nghiệm kinh doanh,...

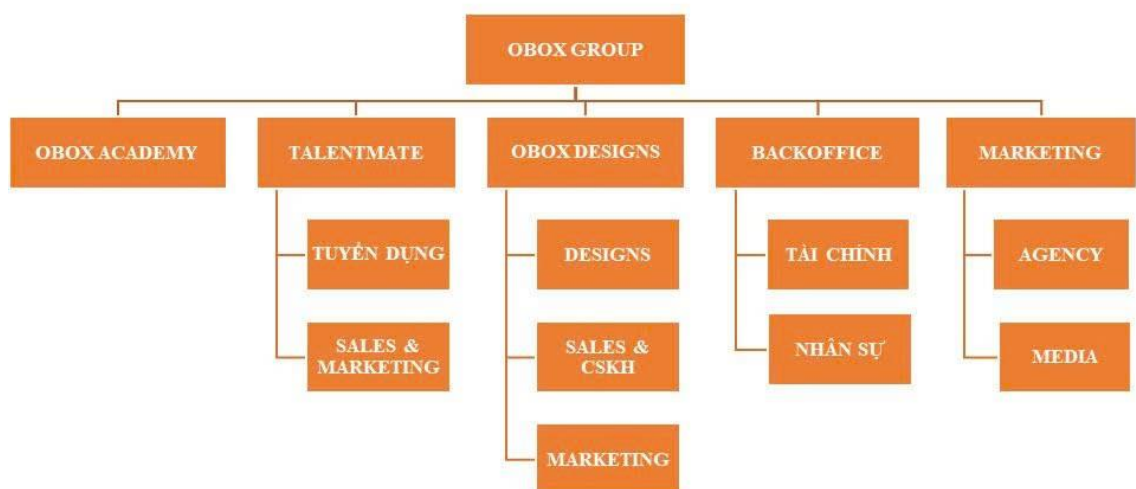
Talentmate thường xuyên tổ chức những sự kiện, workshop với sự tham gia đông đảo của các doanh nghiệp SME. Sự kiện gần đây nhất quy tụ hơn 300 khách mời diễn ra vào tháng 7/2023 với chủ đề: “Trải nghiệm khách hàng”.



Hình 2.4: Sự kiện SMEs

2.1.4. Cơ cấu tổ chức và chức năng các phòng ban

a) Sơ đồ cơ cấu tổ chức



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Obox Group

b) Chức năng phòng ban

Công ty được chia thành các phòng ban chính:

- **Obox Group (Ban Giám đốc điều hành)**

Obox Group là cấp lãnh đạo chịu trách nhiệm định hướng chiến lược và giám sát hoạt động chung của công ty. Dưới sự lãnh đạo của ông Nguyễn Văn Quốc – Giám đốc điều hành (CEO), Obox Group chịu trách nhiệm xây dựng chiến lược phát triển dài hạn, ban hành các chính sách và quy trình nội bộ, đồng thời điều phối hoạt động giữa các phòng ban và đơn vị trực thuộc nhằm đảm bảo sự vận hành đồng bộ, hiệu quả. Bên cạnh đó, Obox Group đại diện công ty trong việc xây dựng quan hệ với đối tác, khách hàng và quản lý, phân bổ các nguồn lực để phục vụ mục tiêu phát triển bền vững.

- **Obox Designs**

Là phòng kinh doanh và sản xuất trong lĩnh vực hoạt động Design POD. Khách hàng của Obox Designs tập trung vào phân khúc B2B là chủ yếu. Bên dưới sẽ gồm ba bộ phận:

- Sale và CSKH: Tìm kiếm khách hàng, làm việc trực tiếp với họ.
- Designs: Tập trung vào việc sản xuất các mẫu thiết kế theo yêu cầu của khách hàng mà nhân viên Salesman đã cung cấp, nhân viên Designer sẽ sản xuất các mẫu thiết kế
- Marketing: Phối hợp với bộ phận Marketing chung của công ty trong việc quảng bá sản phẩm – dịch vụ của Obox Designs.

- **Talentmate**

Cung ứng nhân lực nội bộ, đối tác và tổ chức các chương trình, sự kiện. Bao gồm 2 bộ phận:

- Tuyển dụng: Tại đây sẽ chia thành hai mảng, tuyển dụng nhân sự cho công ty và tuyển dụng nhân sự cho đối tác, khách hàng. Đối với việc tuyển dụng cho công ty sẽ kết hợp với phòng Nhân sự lên kế hoạch, tìm kiếm, thu hút, chọn lọc những nhân viên phù hợp với yêu cầu công việc và định hướng chung của công ty.
- Sale & Marketing: Xây dựng và phát triển hình ảnh, thương hiệu Talentmate trên các kênh truyền thông.
- Nghiên cứu thị trường lao động, nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp và xu hướng nhân sự.
- Phát triển sản phẩm – dịch vụ tuyển dụng như: Headhunt theo yêu cầu, tuyển dụng số lượng lớn, tuyển dụng theo dự án, tư vấn chiến lược nhân sự, xây dựng JD & EVP, truyền thông tuyển dụng (employer branding).

- Hỗ trợ hoạt động thu hút ứng viên và kết nối khách hàng, đối tác.
- Đối sự kiện: Tổ chức các sự kiện/chương trình đào tạo liên quan đến nhân sự, tuyển dụng.

- **Marketing**

Bộ phận Marketing được chia thành hai mảng chính là Agency và Media, chịu trách nhiệm xây dựng thương hiệu cho công ty và các đối tác.

Marketing Agency:

- Cung cấp dịch vụ Marketing tổng thể cho khách hàng và đối tác của Obox Group.
- Lên kế hoạch, triển khai các chiến lược Marketing, truyền thông thương hiệu, quảng bá sản phẩm – dịch vụ.
- Thực hiện các dự án Marketing thuê ngoài (outsourcing) cho khách hàng doanh nghiệp.
- Hỗ trợ các đội Marketing của Obox Designs và Talentmate trong việc xây dựng và triển khai chiến dịch.

Marketing Media:

- Quản lý và phát triển các kênh truyền thông của công ty như: Website, Fanpage, TikTok, Instagram, Threads,...
- Sản xuất nội dung truyền thông (content, hình ảnh, video) phục vụ cho hoạt động quảng bá thương hiệu và dịch vụ.
- Thiết lập và duy trì mối quan hệ với báo chí, truyền thông và các đối tác media.
- Hỗ trợ tổ chức các sự kiện lớn của công ty và các hoạt động truyền thông nội bộ.

- **Back Office**

Bao gồm các phòng ban: Nhân sự, Tài chính.

- Phòng Nhân sự: sẽ phụ trách xây dựng hệ thống nhân sự, lập bảng mô tả công việc, khung năng lực và lộ trình đào tạo cho từng vị trí trong công ty. Đảm nhận về công việc C&B để đảm bảo cung cấp các chính sách đãi ngộ, bảo hiểm và các loại hợp đồng cho toàn nhân sự. Ngoài ra, phối hợp với phòng Tuyển dụng tuyển dụng nhân lực cho công ty.

- Phòng Tài chính: nhiệm vụ chính của phòng Tài chính là phải đảm bảo được nguồn vào và ra của dòng tiền trong công ty. Làm các bảng báo cáo tài chính hàng tháng, cân đối dòng tiền mặt, thanh toán và quản lý các khoản thu chi và thực hiện công việc tổng kết & phát lương cho nhân viên.

- **Obox Academy**

Tập trung vào lĩnh vực thiết kế đồ họa và POD, nhằm nâng cao kỹ năng chuyên môn và đáp ứng nhu cầu thực tế của thị trường. Các sản phẩm – dịch vụ đào tạo chính bao gồm: Khóa học POD Design cấp tốc, khóa học Design nâng cao 2D/3D

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

2.2.1. Môi trường vi mô

Môi trường vi mô bao gồm các yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động hàng ngày của doanh nghiệp trong ngành. Các yếu tố đáng chú ý bao gồm:

a) Khách hàng

Khách hàng của Obox Group là các cá nhân và tổ chức có nhu cầu liên quan đến hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử, đặc biệt là ngành POD. Với việc phát triển đa dạng các sản phẩm và dịch vụ như thiết kế POD, nghiên cứu và phát triển, đào tạo và tuyển dụng, tệp khách hàng của công ty cũng được mở rộng và phân hóa rõ rệt theo từng nhóm nhu cầu cụ thể.

Thứ nhất, nhóm khách hàng là các seller đang hoạt động trong lĩnh vực POD trên các nền tảng thương mại điện tử như Amazon, Etsy và eBay. Đây là nhóm khách hàng cốt lõi của Obox Group, sử dụng dịch vụ thiết kế. Các khách hàng này có nhu cầu cao về việc sở hữu những mẫu thiết kế sáng tạo, phù hợp xu hướng thị trường và có khả năng tạo ra doanh thu. Họ thường xuyên cập nhật và thay đổi sản phẩm theo thị hiếu người tiêu dùng, do đó yêu cầu đối với các mẫu thiết kế không chỉ dừng lại ở yếu tố thẩm mỹ mà còn phải đảm bảo hiệu quả bán hàng. Điều này khiến Obox Group phải liên tục đổi mới và nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe.

Thứ hai, nhóm khách hàng là các cá nhân hoặc doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử có nhu cầu xây dựng và phát triển mô hình kinh doanh. Đây là nhóm sử dụng dịch vụ nghiên cứu và phát triển của Obox Group. Các khách hàng này có thể là người mới bắt đầu hoặc đang trong giai đoạn mở rộng quy mô kinh doanh, họ cần được hỗ trợ về chiến lược, công cụ và định hướng phát triển phù hợp với thị trường quốc tế. Đặc điểm của nhóm khách hàng này là chú trọng đến hiệu quả dài hạn, khả năng tối ưu chi phí và mở rộng quy mô kinh doanh, do đó dịch vụ R&D đóng vai trò quan trọng trong việc giúp họ xây dựng nền tảng vững chắc.

Thứ ba, nhóm khách hàng là các cá nhân có nhu cầu học tập và phát triển kỹ năng trong lĩnh vực thiết kế và kinh doanh POD. Đây là đối tượng của Obox Academy. Phần lớn là sinh viên, người mới bắt đầu hoặc những người có mong muốn chuyển hướng nghề nghiệp sang lĩnh vực thương mại điện tử. Họ quan tâm đến các chương trình đào tạo mang tính thực tiễn cao, có thể áp dụng ngay vào công việc sau khi hoàn thành khóa học. Với phương pháp đào tạo gắn liền với thực hành, Obox Academy giúp người học tiếp cận nhanh với môi trường làm việc thực tế và nâng cao khả năng tham gia vào thị trường lao động.

Thứ tư, nhóm khách hàng là các doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng nhân sự trong lĩnh vực thương mại điện tử và POD. Đây là đối tượng sử dụng dịch vụ của nền tảng Talentmate. Các doanh nghiệp này thường gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự có kỹ năng phù hợp, đặc biệt trong bối cảnh ngành POD còn tương đối mới tại Việt Nam. Họ không chỉ quan tâm đến số lượng ứng viên mà còn đặc biệt chú trọng đến chất lượng, kinh nghiệm và khả năng thích nghi với môi trường làm việc. Dịch vụ tuyển dụng của Obox Group giúp kết nối doanh nghiệp với nguồn nhân lực phù hợp, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và phát triển bền vững.

Nhìn chung, khách hàng của Obox Group có sự đa dạng về đối tượng nhưng đều xoay quanh hệ sinh thái thương mại điện tử và POD. Việc phân chia rõ ràng các nhóm khách hàng giúp công ty xây dựng các sản phẩm và dịch vụ phù hợp, đồng thời nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường một cách toàn diện và hiệu quả.

b) Đối thủ cạnh tranh

Trong bối cảnh thị trường thương mại điện tử và POD ngày càng phát triển, Obox Group phải đối mặt với mức độ cạnh tranh cao trên nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau, bao gồm thiết kế POD, đào tạo và tuyển dụng. Sự gia tăng nhanh chóng của các doanh nghiệp và cá nhân tham gia vào thị trường đã tạo ra áp lực lớn, buộc Obox Group phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh và đổi mới dịch vụ.

Đối với lĩnh vực POD, đây là một ngành có tốc độ phát triển nhanh tại Việt Nam trong giai đoạn gần đây, nhờ xu hướng mua sắm trực tuyến và nhu cầu cá nhân hóa sản phẩm ngày càng gia tăng. Điều này đã thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia, đặc biệt tại các thành phố lớn như Đà Nẵng. Một số đối thủ trực tiếp của Obox Group trong mảng này có thể kể đến như:

DNT Media, T-Com Team, AZ Team, New Era Team, Goat Media,... Bên cạnh đó, còn có một lực lượng lớn các Designer làm việc tự do hoạt động thông qua các nền tảng mạng xã hội và hội nhóm như Designer POD, Thiết kế ngành POD, Việc làm ngành POD,... Những đối tượng này tạo ra sự cạnh tranh không chỉ về giá mà còn về tốc độ và sự sáng tạo trong thiết kế.

Đối với lĩnh vực đào tạo, thị trường khóa học hiện nay rất sôi động với sự tham gia của nhiều tổ chức đào tạo có uy tín và kinh nghiệm. Các đơn vị như Học viện ATI – GiversGain hay Trường Doanh nhân Top Olympia đã xây dựng được thương hiệu và cộng đồng học viên lớn. Đây là thách thức đáng kể đối với Obox Academy, đặc biệt trong việc thu hút học viên mới và khẳng định chất lượng đào tạo. Ngoài ra, sự phát triển của các khóa học online miễn phí hoặc chi phí thấp trên internet cũng làm gia tăng áp lực cạnh tranh trong lĩnh vực này.

Đối với lĩnh vực tuyển dụng, sự phổ biến của dịch vụ tuyển dụng thuê ngoài trong những năm gần đây đã dẫn đến sự xuất hiện của nhiều nền tảng và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tương tự. Các đối thủ mà Talentmate phải kể đến như:

Công ty TNHH MTV Phát Triển Sao Khuê, hoạt động dưới thương hiệu DanangJob, là một nền tảng tuyển dụng tập trung vào thị trường lao động Đà Nẵng. DanangJob cung cấp thông tin tuyển dụng đa dạng và được cập nhật nhanh chóng, đáng tin cậy cho cộng đồng lao động và doanh nghiệp tại Đà Nẵng. Tuy nhiên, giao diện web hiện tại của DanangJob cũ đã trở nên khó sử dụng, gây ra khó khăn cho người dùng khi trải nghiệm trên nền tảng này.

Công ty Cổ Phần TopCV Việt Nam đã xây dựng nên một trang web tuyển dụng lớn tại Việt Nam, được biết đến với sự đa dạng về ngành nghề và tin tuyển dụng mới được cập nhật liên tục. Với một kho dữ liệu người dùng lớn, TopCV là điểm đến được rất nhiều người biết đến và tin dùng. Tuy nhiên, mặc dù mang lại những lợi ích đáng giá, giá cả của dịch vụ này thường cao hơn so với mức giá trung bình trên thị trường.

Vietnamwork, dưới sự quản lý của Navigos Group Việt Nam, là một trang tuyển dụng có uy tín và quy mô lớn tại Việt Nam. Với sự đa dạng về ngành nghề và hợp tác với nhiều công ty lớn trên toàn quốc, Vietnamwork là lựa chọn hàng đầu của nhiều người lao động và doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội việc làm. Tuy nhiên, cũng giống như TopCV, giá cả của dịch vụ tại Vietnamwork thường cao hơn so với mức giá trung bình trên thị trường.

c) Nhà cung cấp

Nhà cung cấp trong hoạt động kinh doanh của Obox Group bao gồm các nguồn lực, nền tảng và công cụ hỗ trợ trực tiếp cho quá trình tạo ra sản phẩm, triển khai dịch vụ và tiếp cận khách hàng trong toàn bộ hệ sinh thái POD, R&D, Academy và Talentmate.

Thứ nhất, nguồn nền tảng công nghệ và hệ sinh thái thương mại điện tử. Obox Group phụ thuộc vào các nền tảng bán hàng và triển khai mô hình POD như Amazon, Etsy và eBay. Đây là những nền tảng đóng vai trò trung gian giúp các seller phân phối sản phẩm đến thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, các nền tảng POD như Teechip hỗ trợ quá trình in ấn và vận chuyển sản phẩm đến khách hàng cuối. Các nền tảng này ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của seller, từ đó tác động gián tiếp đến nhu cầu sử dụng dịch vụ thiết kế và R&D của Obox Group.

Thứ hai, nguồn nhân lực nội bộ. Đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất, đóng vai trò vừa là nhà cung cấp vừa là yếu tố tạo ra giá trị cốt lõi của doanh nghiệp. Đội ngũ designer thuộc bộ phận Obox Designs chịu trách nhiệm sáng tạo và phát triển các mẫu thiết kế POD. Bộ phận R&D nghiên cứu xu hướng thị trường, xây dựng mô hình kinh doanh và tối ưu chiến lược cho khách hàng. Đối với Talentmate, đội ngũ tuyển dụng thực hiện việc sàng lọc, đánh giá và kết nối ứng viên với doanh nghiệp. Ngoài ra, bộ phận marketing và sale đóng vai trò hỗ trợ trong việc thu hút khách hàng và ứng viên, góp phần đảm bảo hoạt động kinh doanh diễn ra hiệu quả và liên tục.

Thứ ba, nguồn ứng viên trong hoạt động tuyển dụng. Đây là nguồn cung cấp đầu vào quan trọng cho dịch vụ Talentmate. Ứng viên được tiếp cận thông qua nhiều kênh khác nhau như website chính thức của công ty, các nền tảng mạng xã hội và các cộng đồng trực tuyến. Các kênh phổ biến bao gồm Facebook, Instagram và Threads. Việc tận dụng đa dạng các kênh truyền thông giúp Obox Group mở rộng phạm vi tiếp cận và gia tăng số lượng ứng viên tiềm năng.

Thứ tư, hệ thống công cụ quản lý và truyền thông số. Obox Group sử dụng nhiều công cụ hỗ trợ nhằm tối ưu hóa quy trình làm việc và nâng cao hiệu quả vận hành. Các công cụ như Google Sheets được sử dụng để lưu trữ và quản lý dữ liệu ứng viên. Canva hỗ trợ thiết kế nội dung truyền thông, trong khi Gmail và Zoom giúp kết nối và trao đổi thông tin giữa các bộ phận. Sự kết hợp giữa các công cụ này giúp doanh nghiệp quản lý

thông tin hiệu quả, rút ngắn thời gian xử lý và nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

2.2.2. Môi trường vĩ mô

Các yếu tố vĩ mô ảnh hưởng trực tiếp đến doanh nghiệp bao gồm:

a) Kinh tế

Trong năm 2025, bối cảnh kinh tế tiếp tục duy trì xu hướng phục hồi và tăng trưởng, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử, đào tạo và dịch vụ nhân sự như Obox Group. Theo công bố của Tổng cục Thống kê Việt Nam, tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2025 ước đạt khoảng 6,5%–7%, phản ánh sự ổn định và mở rộng của nền kinh tế sau giai đoạn phục hồi.

Ở phạm vi địa phương, Đà Nẵng tiếp tục là một trong những trung tâm kinh tế – dịch vụ năng động của khu vực miền Trung. Thành phố duy trì tốc độ tăng trưởng GRDP tích cực, với xu hướng tập trung vào các ngành dịch vụ, công nghệ thông tin, thương mại điện tử và du lịch. Sự phát triển này góp phần thúc đẩy nhu cầu tuyển dụng nhân sự, đồng thời tạo điều kiện cho các mô hình kinh doanh trực tuyến như POD phát triển mạnh mẽ.

Song song đó, thị trường thương mại điện tử Việt Nam tiếp tục tăng trưởng nhanh trong năm 2025, nhờ sự gia tăng của người tiêu dùng trực tuyến và xu hướng cá nhân hóa sản phẩm. Điều này tạo cơ hội lớn cho các hoạt động liên quan đến thiết kế POD và nghiên cứu phát triển mô hình kinh doanh của Obox Group. Khi quy mô thị trường mở rộng, nhu cầu về các giải pháp thiết kế, tối ưu vận hành và đào tạo cũng gia tăng tương ứng.

Về thị trường lao động, lực lượng lao động trẻ, có khả năng thích ứng với công nghệ tiếp tục là lợi thế của Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng. Tuy nhiên, sự cạnh tranh trong tuyển dụng ngày càng gia tăng khi doanh nghiệp có xu hướng tìm kiếm nhân sự chất lượng cao, có kỹ năng thực tiễn và kinh nghiệm trong lĩnh vực số. Điều này vừa tạo cơ hội vừa đặt ra thách thức cho mảng tuyển dụng và đào tạo của Obox Group, đặc biệt là Talentmate và Obox Academy.

Bên cạnh những thuận lợi, nền kinh tế năm 2025 vẫn chịu tác động từ các yếu tố bên ngoài như biến động kinh tế toàn cầu, chi phí sinh hoạt gia tăng và áp lực lạm phát.

Những yếu tố này có thể ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng và ngân sách của doanh nghiệp, từ đó tác động gián tiếp đến nhu cầu sử dụng các dịch vụ của Obox Group.

Nhìn chung, với nền kinh tế duy trì đà tăng trưởng, sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử và thị trường lao động năng động, năm 2025 mang lại nhiều cơ hội cho Obox Group trong việc mở rộng hoạt động kinh doanh trên cả bốn lĩnh vực: thiết kế POD, nghiên cứu và phát triển, đào tạo và tuyển dụng. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng cần linh hoạt thích ứng với những biến động của môi trường kinh tế để duy trì lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững.

b) Công nghệ

Hoạt động của Obox Group chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ sự phát triển của công nghệ thông tin và các nền tảng số, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra ngày càng sâu rộng. Công nghệ không chỉ tác động đến lĩnh vực tuyển dụng mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động thiết kế POD, nghiên cứu phát triển và đào tạo của doanh nghiệp.

Theo báo cáo Digital 2025 của We Are Social và Meltwater, Việt Nam có khoảng 79,8 triệu người sử dụng Internet, tương đương 78,8% dân số và khoảng 76,2 triệu người dùng mạng xã hội, chiếm 75,2% dân số vào đầu năm 2025. Đồng thời, có đến 95,4% người dùng Internet sử dụng ít nhất một nền tảng mạng xã hội. Điều này cho thấy mức độ phổ cập rất cao của công nghệ số và mạng xã hội tại Việt Nam.

Bên cạnh đó, người dùng Việt Nam dành trung bình hơn 6 giờ mỗi ngày cho các hoạt động trực tuyến, trong đó hơn 2 giờ dành riêng cho mạng xã hội. Đây là nền tảng quan trọng để các doanh nghiệp như Obox Group triển khai các hoạt động marketing, tuyển dụng và xây dựng thương hiệu trên môi trường số. Các nền tảng như Facebook, Instagram, LinkedIn và Threads đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối với khách hàng và ứng viên.

Trong nội bộ doanh nghiệp, Obox Group đã và đang ứng dụng nhiều công cụ công nghệ để tối ưu hóa hoạt động. Google Sheets được sử dụng để quản lý dữ liệu ứng viên và khách hàng, trong khi Canva hỗ trợ thiết kế nội dung phục vụ marketing và đào tạo. Các công cụ như Gmail và Zoom giúp tăng cường khả năng phối hợp giữa các bộ phận, đảm bảo thông tin được cập nhật nhanh chóng và chính xác.

Ngoài ra, sự phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo, tự động hóa và các công cụ phân tích dữ liệu trong năm 2025 đang tạo ra những thay đổi đáng kể trong cách doanh

nghiệp vận hành. Các công nghệ này hỗ trợ việc nghiên cứu xu hướng, tối ưu thiết kế sản phẩm POD, cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả tuyển dụng. Đồng thời, nhu cầu nhân lực trong lĩnh vực công nghệ số và thương mại điện tử cũng được dự báo tăng mạnh trong năm 2025, phản ánh vai trò ngày càng quan trọng của công nghệ trong nền kinh tế.

Xét tổng thể, công nghệ không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn là yếu tố cốt lõi giúp Obox Group nâng cao hiệu quả hoạt động, mở rộng thị trường và gia tăng lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ như hiện nay.

c) Văn hóa – Xã hội

Yếu tố văn hóa – xã hội có ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động của Obox Group, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp hoạt động đa lĩnh vực bao gồm thiết kế POD, đào tạo, nghiên cứu phát triển và tuyển dụng. Những thay đổi trong đặc điểm dân số, hành vi người lao động và xu hướng tiêu dùng đang định hình cách doanh nghiệp tiếp cận thị trường và phát triển dịch vụ.

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê Việt Nam, lực lượng lao động trẻ tại Việt Nam tiếp tục chiếm tỷ trọng lớn trong năm 2025, trong đó nhóm tuổi từ 20 đến 35 là lực lượng chủ đạo. Đây là nhóm có trình độ học vấn ngày càng cao, khả năng tiếp cận công nghệ tốt và có xu hướng ưu tiên các yếu tố như môi trường làm việc linh hoạt, cơ hội phát triển nghề nghiệp, thu nhập ổn định và cân bằng giữa công việc và cuộc sống.

Những đặc điểm này ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của Obox Group trên nhiều phương diện. Trong lĩnh vực tuyển dụng, ứng viên không chỉ quan tâm đến mức lương mà còn chú trọng đến văn hóa doanh nghiệp và giá trị nội bộ. Do đó, các dịch vụ như Talentmate cần xây dựng tiêu chí đánh giá ứng viên toàn diện, đảm bảo sự phù hợp không chỉ về năng lực chuyên môn mà còn về thái độ, kỹ năng mềm và khả năng hòa nhập với môi trường làm việc của doanh nghiệp khách hàng.

Bên cạnh đó, xu hướng thay đổi nghề nghiệp linh hoạt của lực lượng lao động trẻ ngày càng rõ rệt trong năm 2025. Người lao động sẵn sàng chuyển việc để tìm kiếm cơ hội tốt hơn, môi trường phù hợp hơn hoặc công việc có ý nghĩa hơn. Điều này làm gia tăng nhu cầu tuyển dụng liên tục từ phía doanh nghiệp, đồng thời mở ra cơ hội cho các dịch vụ tuyển dụng chuyên nghiệp phát triển. Obox Group, thông qua nền tảng Talentmate, có thể tận dụng xu hướng này để cung cấp giải pháp kết nối nhanh chóng và hiệu quả giữa doanh nghiệp và ứng viên.

Không chỉ trong lĩnh vực tuyển dụng, yếu tố văn hóa – xã hội còn tác động mạnh đến mảng thiết kế POD và đào tạo. Người tiêu dùng hiện nay có xu hướng cá nhân hóa sản phẩm, yêu thích những thiết kế mang dấu ấn riêng và phản ánh cá tính cá nhân. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thiết kế POD phát triển, đồng thời đòi hỏi Obox Group phải liên tục cập nhật xu hướng văn hóa, thị hiếu và hành vi tiêu dùng tại các thị trường quốc tế. Trong lĩnh vực đào tạo, nhu cầu học tập các kỹ năng thực tiễn, có thể áp dụng ngay vào công việc cũng ngày càng tăng, thúc đẩy sự phát triển của Obox Academy.

Tổng thể, các yếu tố văn hóa – xã hội, bao gồm cơ cấu dân số trẻ, sự thay đổi trong kỳ vọng nghề nghiệp và xu hướng tiêu dùng cá nhân hóa, đang tạo ra cả cơ hội và thách thức cho Obox Group. Việc nắm bắt và thích ứng với những thay đổi này sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh hiện đại.

d) Pháp luật – Chính trị

Hoạt động của Obox Group chịu sự chi phối trực tiếp từ môi trường chính trị – pháp luật tại Việt Nam, đặc biệt trong các lĩnh vực liên quan đến lao động, thương mại điện tử, đào tạo và cung ứng dịch vụ. Hệ thống pháp luật ngày càng được hoàn thiện và minh bạch đã tạo hành lang pháp lý rõ ràng, vừa là cơ sở để doanh nghiệp hoạt động ổn định, vừa đặt ra những yêu cầu tuân thủ chặt chẽ.

Trong lĩnh vực lao động và tuyển dụng, các quy định như Bộ luật Lao động 2019 và Nghị định 145/2020/NĐ-CP quy định cụ thể về hợp đồng lao động, quyền và nghĩa vụ của người lao động và người sử dụng lao động, cũng như các vấn đề liên quan đến bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và điều kiện làm việc. Những quy định này ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của Obox Group, đặc biệt là mảng tuyển dụng Talentmate, khi doanh nghiệp phải đảm bảo quy trình giới thiệu ứng viên, ký kết hợp đồng và bảo mật thông tin cá nhân tuân thủ đầy đủ quy định pháp luật.

Bên cạnh đó, trong lĩnh vực thương mại điện tử và POD, Obox Group còn chịu sự điều chỉnh của các quy định liên quan đến giao dịch điện tử, bản quyền và sở hữu trí tuệ. Việc sử dụng hình ảnh, nội dung thiết kế và triển khai sản phẩm trên các nền tảng quốc tế đòi hỏi doanh nghiệp phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về bản quyền nhằm tránh rủi ro pháp lý. Điều này đặc biệt quan trọng đối với hoạt động thiết kế POD, nơi tính sáng tạo và quyền sở hữu nội dung đóng vai trò cốt lõi.

Ngoài ra, trong lĩnh vực đào tạo, các quy định về hoạt động giáo dục và đào tạo ngắn hạn cũng ảnh hưởng đến việc triển khai các khóa học của Obox Academy. Doanh nghiệp cần đảm bảo nội dung đào tạo phù hợp, minh bạch và không vi phạm các quy định liên quan đến cấp phép và tổ chức đào tạo.

Về mặt chính sách, Chính phủ Việt Nam trong giai đoạn 2024 – 2025 tiếp tục đẩy mạnh các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, chuyển đổi số và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Những chính sách này tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp như Obox Group mở rộng hoạt động, đặc biệt trong các lĩnh vực thương mại điện tử, đào tạo kỹ năng và cung ứng nhân lực. Đồng thời, các chính sách khuyến khích khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu sử dụng các dịch vụ mà Obox Group đang cung cấp.

Môi trường chính trị – pháp luật tại Việt Nam tương đối ổn định và ngày càng hoàn thiện, tạo nền tảng thuận lợi cho sự phát triển của Obox Group. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần liên tục cập nhật và tuân thủ các quy định pháp lý liên quan để đảm bảo hoạt động kinh doanh bền vững, giảm thiểu rủi ro và nâng cao uy tín trên thị trường.

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

2.3.1. Cơ sở vật chất

a) Trụ sở chính

Công ty Cổ phần Obox Group

Địa chỉ: 267 Hoàng Diệu, Phường Hải Châu, Thành phố Đà Nẵng.

Có 3 tầng làm việc mỗi tầng đảm nhiệm những chức năng riêng. Tầng 3 sẽ là nơi thường xuyên diễn ra các cuộc họp, phỏng vấn ứng viên và gặp mặt đối tác, khách hàng. Tầng 5 là nơi để đào tạo và làm việc các cộng tác viên, thực tập sinh. Tầng 8 là nơi làm việc chính của công ty.

b) Máy móc thiết bị

Bảng 2.1: Trang thiết bị

STT	Tên	Số lượng
1	Máy tính H610/I5	16
2	Tivi Samsung 4K 50inch	2
3	Máy chiếu Viewsonic PA 503S-3	2

4	Bảng	4
5	Tủ	5
6	Bàn lớn	5
7	Bàn nhỏ	15
8	Bàn họp	2
9	Ghế xoay Union 19-ME	30
10	Ghế chân quỳ GQ01-S	35
11	Điều hòa Panasonic	6
12	Quạt treo tường	8
13	Quạt đứng Senko LTS1636	4
14	Tủ lạnh Aqua 90 lít AQR-D99FA	1
15	Bình nước nóng lạnh FujiE WD1850E	2

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Nhận xét:

Bảng cơ sở vật chất thiết bị của CTCP Obox Group cho thấy công ty đã trang bị đầy đủ các trang thiết bị làm việc hiện đại và các đồ dùng cơ bản cần thiết cho nhân viên. Các trang thiết bị như máy tính, tivi 4K, máy chiếu, cùng hệ thống bàn ghế đa dạng, tủ lưu trữ và các thiết bị điện lạnh như điều hòa, quạt, tủ lạnh, bình nước nóng lạnh... đảm bảo môi trường làm việc thoải mái và tiện nghi.

Điều này không chỉ giúp nhân viên hoàn thành công việc trong điều kiện tốt nhất mà còn tạo ra môi trường làm việc chuyên nghiệp, thuận tiện cho các hoạt động hợp hành, trao đổi thông tin và hợp tác nhóm. Với cơ sở vật chất đầy đủ và hiện đại như vậy, công ty có thể tối ưu năng suất làm việc, đồng thời nâng cao sự hài lòng và gắn bó của nhân viên.

2.3.2. Nguồn nhân lực

“Nhân sự không chỉ là nhân sự – Nhân sự là sự bắt đầu và sự kết thúc của Doanh nghiệp”. Obox nhân sự hoạt động tập trung ở mảng Design ngành POD Qua hơn 7 năm hoạt động tính đến năm 2025 cùng những lần mở rộng lĩnh vực kinh doanh, hiện nay Obox sở hữu nguồn nhân lực trẻ, năng động, nhiệt huyết và đầy sáng tạo.

Bảng 2.2: Thống kê nhân sự chính thức tại Obox Group

Chỉ tiêu năm		2023		2024		2025	
		Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	6	24	7	25.92	8	24.24
	Nữ	19	76	20	74.07	25	75.75
Độ tuổi	Dưới 25	21	84	21	77.77	27	81.81
	26-30	3	12	5	18.51	4	12.12
	Trên 30	1	4	1	3.70	2	6.06
Trình độ	Đại học	21	84	23	85.19%	29	87.87
	Cao đẳng	4	16	4	14.81%	4	12.12
Tổng cộng		25	100%	27	100%	33	100%

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Nhận xét

Dựa trên bảng số liệu về cơ cấu nhân sự của Obox Group giai đoạn 2023 – 2025, có thể nhận thấy tổng số lao động của công ty có xu hướng tăng qua các năm. Cụ thể, năm 2023 công ty có 25 nhân sự, đến năm 2024 tăng lên 27 người và năm 2025 đạt 33 người. Điều này cho thấy doanh nghiệp đang mở rộng quy mô nhân sự nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển hoạt động kinh doanh.

Xét về cơ cấu giới tính, lao động nữ luôn chiếm tỷ trọng lớn hơn so với lao động nam trong toàn bộ giai đoạn. Cụ thể, năm 2023 lao động nữ chiếm 76% trong khi lao động nam chiếm 24%. Sang năm 2024, tỷ lệ lao động nam tăng nhẹ lên 25,92% và nữ chiếm 74,07%. Đến năm 2025, cơ cấu này tiếp tục duy trì tương đối ổn định với nam chiếm 24,24% và nữ chiếm 75,75%. Điều này cho thấy doanh nghiệp có xu hướng sử dụng lao động nữ là chủ yếu, phù hợp với đặc thù công việc.

Về cơ cấu độ tuổi, nhân sự của công ty tập trung chủ yếu ở nhóm dưới 25 tuổi. Tỷ lệ nhóm này chiếm 84% năm 2023, giảm xuống 77,77% năm 2024 nhưng tăng trở lại 81,81% vào năm 2025. Nhóm tuổi từ 26–30 chiếm tỷ trọng thấp hơn, dao động từ 12% đến 18,51%, trong khi nhóm trên 30 tuổi chiếm tỷ lệ rất nhỏ, chỉ từ 3,70% đến 6,06%. Cơ cấu này cho thấy lực lượng lao động của doanh nghiệp khá trẻ, năng động nhưng có thể còn hạn chế về kinh nghiệm.

Xét theo trình độ chuyên môn, lao động có trình độ đại học chiếm tỷ trọng chủ yếu và có xu hướng tăng qua các năm. Năm 2023, tỷ lệ này là 84%, đến năm 2024 tăng lên khoảng 85,19% và đạt 87,87% vào năm 2025. Ngược lại, lao động trình độ cao đẳng chiếm tỷ trọng nhỏ và có xu hướng giảm tương đối, từ 16% năm 2023 xuống khoảng

14,81% năm 2024 và còn 12,12% năm 2025. Điều này phản ánh doanh nghiệp ngày càng chú trọng tuyển dụng nhân sự có trình độ chuyên môn cao.

Tóm lại, cơ cấu nhân sự của Obox Group trong giai đoạn 2023 – 2025 cho thấy xu hướng tăng về số lượng lao động, với đặc điểm nổi bật là lực lượng lao động trẻ, tỷ lệ nữ cao và trình độ đại học chiếm ưu thế. Đây là những yếu tố thuận lợi giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng thích ứng và phát triển, tuy nhiên cũng đặt ra yêu cầu về đào tạo và nâng cao kinh nghiệm thực tiễn cho đội ngũ nhân sự trong thời gian tới.

2.3.3. Nguồn lực tài chính

Bảng 2.3: Tình hình tài sản – nguồn vốn của công ty trong giai đoạn 2023-2025

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	CL 2024/2023		CL 2025/2024	
				+/-	%	+/-	%
TÀI SẢN							
A - TÀI SẢN NGẮN HẠN	1,959,544,417	2,161,820,076	2,461,895,022	202,275,659	10.32	300,074,946	13.88
I, Tiền và các khoản tương đương tiền	1,116,016,384	1,202,788,598	1,294,297,810	86,772,214	7.77	91,509,212	7.60
II, Các khoản phải thu	740,890,317	856,611,297	1,043,147,888	115,720,980	15.61	186,536,591	21.77
1, Phải thu khách hàng	740,890,317	856,611,297	1,043,147,888	115,720,980	15.61	186,536,591	21.77
III, Hàng tồn kho	-	-	-	-	-	-	-
IV, Tài sản ngắn hạn khác	102,637,716	102,420,181	124,449,324	-217,535	0.21	22,029,143	21.50
1, Thuế GTGT được khấu trừ	68,526,807	70,585,857	88,390,602	2,059,050	3.00	17,804,745	25.22
2, Chi phí trả trước	34,110,909	31,834,324	36,058,722	-2,276,585	6.67	4,224,398	13.26
B – TÀI SẢN DÀI HẠN	177,123,503	232,295,240	323,140,915	55,171,737	31.14	90,845,675	39.10
II, Tài sản cố định	177,123,503	232,295,240	323,140,915	55,171,737	31.14	90,845,675	39.10
III, Tài sản dài hạn khác	-	-	-	-	-	-	-
TỔNG TÀI SẢN	2,136,667,920	2,394,115,316	2,785,035,937	257,447,396	12.04	390,920,621	16.32
NGUỒN VỐN							

A – NỢ PHẢI TRẢ	1,000,702,328	1,208,972,303	1,413,351,090	208,269,975	20.81	204,378,787	16.90
I, Nợ ngắn hạn	1,000,702,328	1,208,972,303	1,413,351,090	208,269,975	20.81	204,378,787	16.90
1, Phải trả lao động	920,653,879	1,094,451,754	1,282,477,926	173,797,875	18.87	188,026,172	17.17
2, Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	80,048,449	114,520,549	130,873,164	34,472,100	43.06	16,352,615	14.27
II, Nợ dài hạn	-	-	-	-	-	-	-
B – VỐN CHỦ SỞ HỮU	1,135,965,592	1,185,143,013	1,371,684,847	49,177,421	4.32	186,541,834	15.74
1, Vốn góp của chủ sở hữu	730,000,000	820,000,000	900,000,000	90,000,000	12.32	80,000,000	9.75
2, Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	405,965,592	365,143,013	471,684,847	-40,822,579	10.06	106,541,834	29.17
TỔNG NGUỒN VỐN	2,136,667,920	2,394,115,316	2,785,035,937	257,447,396	12.04	390,920,621	16.32

Nguồn: Phòng Tài chính của Obox Group

Nhận xét:

Về tài sản

Trong giai đoạn 2023 – 2025, tổng tài sản của doanh nghiệp có xu hướng tăng trưởng ổn định và liên tục qua từng năm. Cụ thể, năm 2024 tổng tài sản đạt 2.394.115.316 đồng, tăng 257.447.396 đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 12,04%. Đến năm 2025, tổng tài sản tiếp tục tăng lên 2.785.035.937 đồng, tăng thêm 390.920.621 đồng so với năm 2024, tương ứng 16,32%. Điều này cho thấy quy mô hoạt động của doanh nghiệp đang được mở rộng, trong đó tốc độ tăng trưởng năm sau cao hơn năm trước, phản ánh xu hướng phát triển tích cực.

Xét về cơ cấu tài sản, tài sản ngắn hạn chiếm tỷ trọng chủ yếu và có xu hướng gia tăng qua các năm. Giá trị tài sản ngắn hạn tăng từ 1.959.544.417 đồng năm 2023 lên 2.461.895.022 đồng năm 2025. Trong đó, tiền và các khoản tương đương tiền tăng đều, cho thấy doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán tốt và đảm bảo nguồn vốn lưu động cho hoạt động kinh doanh.

Các khoản phải thu có mức tăng khá mạnh, đặc biệt trong năm 2025, cho thấy doanh nghiệp đang mở rộng hoạt động bán hàng và tín dụng thương mại. Tuy nhiên, điều này cũng tiềm ẩn rủi ro về khả năng thu hồi công nợ nếu không được kiểm soát

chặt chẽ. Tài sản ngắn hạn khác biến động không lớn, trong đó thuế GTGT được khấu trừ có xu hướng tăng, còn chi phí trả trước có sự thay đổi nhẹ qua các năm.

Đối với tài sản dài hạn, giá trị tài sản cố định tăng đáng kể từ 177.123.503 đồng năm 2023 lên 323.140.915 đồng năm 2025, với tốc độ tăng trưởng cao. Điều này cho thấy doanh nghiệp đã có sự đầu tư vào cơ sở vật chất, trang thiết bị nhằm phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh và mở rộng quy mô trong dài hạn.

Về nguồn vốn

Tổng nguồn vốn của doanh nghiệp tăng tương ứng với tổng tài sản, cho thấy sự mở rộng quy mô tài chính. Cụ thể, tổng nguồn vốn tăng từ 2.136.667.920 đồng năm 2023 lên 2.785.035.937 đồng năm 2025.

Xét về cơ cấu nguồn vốn, nợ phải trả có xu hướng tăng qua các năm và chiếm tỷ trọng tương đối lớn. Năm 2025, nợ phải trả đạt 1.413.351.090 đồng, tăng đáng kể so với năm 2023. Toàn bộ nợ đều là nợ ngắn hạn, trong đó khoản phải trả người lao động chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng đều qua từng năm, phản ánh quy mô nhân sự và chi phí lao động của doanh nghiệp ngày càng gia tăng. Các khoản thuế và nghĩa vụ với Nhà nước cũng tăng, cho thấy hoạt động kinh doanh có sự mở rộng.

Vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp cũng tăng trưởng qua các năm, từ 1.135.965.592 đồng năm 2023 lên 1.371.684.847 đồng năm 2025. Trong đó, vốn góp của chủ sở hữu tăng đều, thể hiện sự bổ sung vốn từ phía chủ doanh nghiệp. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối có sự biến động, giảm trong năm 2024 nhưng tăng mạnh trở lại trong năm 2025, cho thấy hiệu quả kinh doanh có sự cải thiện rõ rệt.

Nhìn chung, cơ cấu nguồn vốn của doanh nghiệp tương đối hợp lý, có sự kết hợp giữa vốn vay và vốn chủ sở hữu. Doanh nghiệp vừa tận dụng được nguồn vốn bên ngoài để phục vụ hoạt động, vừa duy trì được mức độ tự chủ tài chính nhất định, góp phần đảm bảo sự ổn định và phát triển bền vững trong thời gian tới.

2.3.4. Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh

Bảng 2.4: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh của CTCP Obox Group giai đoạn 2023-2025

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Mã	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	CL 2024/2023		CL 2025/2024	
					+/ -	%	+/ -	%
1. Doanh thu BH và cung cấp DV	1	3,989,235,820	4,687,888,875	4,759,554,669	698,653,055	17.51	71,665,794	1.52
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	2	-	-	-	-	-	-	-
3. Doanh thu thuần về BH và cung cấp DV (10=01+02)	10	3,989,235,820	4,687,888,875	4,759,554,669	698,653,055	17.51	71,665,794	1.52
4. Giá vốn hàng bán	11	1,061,568,913	1,223,956,184	1,246,954,207	162,387,271	15.29	22,998,023	1.87
5. Lợi nhuận gộp về BH và cung cấp DV (20=10-11)	20	2,927,666,907	2,039,760,091	2,168,018,387	-887,906,816	-30.32	128,258,296	6.28
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	150,271	100,926	203,247	-49,345	32.83	102,321	101.38
7. Chi phí hoạt động tài chính	22	56,433,804	66,115,160	67,114,252	9,681,356	17.15	999,092	1.51
8. Chi phí bán hàng	23	866,070,902	1,043,973,862	1,008,867,502	177,902,960	20.54	-35,106,360	3.36
9. Chi phí QLDN	24	1,295,534,280	1,551,220,716	1,639,276,892	255,686,436	19.73	88,056,176	5.67
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30=20+21-22-23-24)	30	709,778,192	802,807,498	797,545,063	93,029,306	13.10	-5,262,435	0.65
11. Thu nhập khác	31	7,628,415	9,052,847	10,874,362	1,424,432	18.67	1,821,515	20.12
12. Chi phí khác	32	57,067,929	55,212,896	51,253,977	-1,855,033	3.25	-3,958,919	7.17

13. Lợi nhuận khác (40=31-32)	40	-49,439,514	-46,160,049	-40,379,615	3,279,465	6.63	5,780,434	12.52
14. Lợi nhuận trước thuế (50=30+40)	50	660,338,678	756,647,449	757,165,448	96,308,771	14.58	517,999	0.06
15. Thuế TNDN	51	131,986,979	151,278,596	149,397,474	19,291,617	14.61	-1,881,122	1.24
16. Lợi nhuận sau thuế (60=50-51)	60	528,351,699	605,368,853	607,767,974	77,017,154	14.57	2,399,121	0.39

Nguồn: Phòng Tài chính của Obox Group

Nhận xét

Dựa trên bảng kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025, có thể thấy tình hình hoạt động của doanh nghiệp nhìn chung có xu hướng tăng trưởng, tuy nhiên tốc độ tăng chưa ổn định và có dấu hiệu chững lại trong năm 2025.

Cụ thể, doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng khá mạnh trong giai đoạn 2023 – 2024, từ 3.989.235.820 đồng lên 4.687.888.875 đồng, tăng 698.653.055 đồng, tương ứng 17,51%. Tuy nhiên, sang năm 2025, doanh thu chỉ tăng nhẹ thêm 71.665.794 đồng, tương ứng 1,52%, đạt 4.759.554.669 đồng. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh vẫn mở rộng nhưng tốc độ tăng trưởng đã chậm lại đáng kể. Trong cả giai đoạn, doanh nghiệp không phát sinh các khoản giảm trừ doanh thu, do đó doanh thu thuần tương ứng với doanh thu bán hàng.

Giá vốn hàng bán tăng đều qua các năm, từ 1.061.568.913 đồng năm 2023 lên 1.223.956.184 đồng năm 2024 (tăng 15,29%) và đạt 1.246.954.207 đồng năm 2025 (tăng 1,87%). Mặc dù mức tăng giá vốn thấp hơn tốc độ tăng doanh thu, nhưng lợi nhuận gộp lại có sự biến động đáng chú ý. Cụ thể, lợi nhuận gộp giảm mạnh 887.906.816 đồng (tương ứng -30,32%) trong năm 2024, sau đó phục hồi nhẹ 128.258.296 đồng (tăng 6,28%) vào năm 2025. Điều này cho thấy biên lợi nhuận gộp bị suy giảm đáng kể và chưa phục hồi hoàn toàn.

Đối với hoạt động tài chính, doanh thu tài chính biến động không ổn định và chiếm tỷ trọng rất nhỏ. Năm 2024 giảm 32,83% so với năm 2023, nhưng năm 2025 lại tăng mạnh 101,38%. Trong khi đó, chi phí tài chính tăng đều qua các năm (tăng 17,15% năm

2024 và 1,51% năm 2025), phản ánh doanh nghiệp có gia tăng các chi phí liên quan đến tài chính nhưng ở mức không quá lớn.

Chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp đều chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí. Chi phí bán hàng tăng mạnh 20,54% trong năm 2024, sau đó giảm nhẹ 3,36% vào năm 2025, cho thấy doanh nghiệp đã có sự điều chỉnh nhất định. Trong khi đó, chi phí quản lý doanh nghiệp tăng liên tục qua các năm, với mức tăng 19,73% năm 2024 và 5,67% năm 2025, điều này có thể gây áp lực lên lợi nhuận nếu không được kiểm soát hiệu quả.

Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh tăng từ 709.778.192 đồng năm 2023 lên 802.807.498 đồng năm 2024 (tăng 13,10%), nhưng giảm nhẹ 5.262.435 đồng (tương ứng 0,65%) trong năm 2025. Điều này cho thấy hiệu quả hoạt động kinh doanh có cải thiện nhưng chưa thực sự bền vững.

Hoạt động khác của doanh nghiệp vẫn ghi nhận lỗ, tuy nhiên mức lỗ giảm dần qua các năm (tăng 6,63% và 12,52% theo hướng cải thiện), cho thấy doanh nghiệp đang từng bước kiểm soát tốt hơn các khoản chi phí ngoài hoạt động chính.

Lợi nhuận trước thuế tăng từ 660.338.678 đồng năm 2023 lên 756.647.449 đồng năm 2024 (tăng 14,58%), nhưng gần như không thay đổi trong năm 2025 (chỉ tăng 0,06%). Sau khi trừ thuế thu nhập doanh nghiệp, lợi nhuận sau thuế đạt 528.351.699 đồng năm 2023, tăng lên 605.368.853 đồng năm 2024 (tăng 14,57%) và đạt 607.767.974 đồng năm 2025 (tăng 0,39%). Điều này cho thấy khả năng sinh lời vẫn được duy trì nhưng tốc độ tăng trưởng đã chững lại rõ rệt.

Nhìn chung, trong giai đoạn 2023 – 2025, doanh nghiệp có sự tăng trưởng về quy mô doanh thu và lợi nhuận, tuy nhiên hiệu quả kinh doanh chưa thật sự ổn định do chi phí gia tăng và biên lợi nhuận bị thu hẹp. Do đó, trong thời gian tới, doanh nghiệp cần chú trọng kiểm soát chi phí, đặc biệt là chi phí quản lý, đồng thời nâng cao hiệu quả hoạt động để cải thiện khả năng sinh lời.

2.4. Thực trạng công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group

2.4.1. Tình hình công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group

Để đáp ứng nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh và đảm bảo nguồn nhân lực phục vụ cho quá trình vận hành, Obox Group đã triển khai tuyển dụng nhân sự thường xuyên trong quý IV/2025. Tình hình tuyển dụng tại công ty được thể hiện qua bảng sau:

**Bảng 2.5: Tình hình tuyển dụng các vị trí nhân viên văn phòng tại Obox Group
trong quý IV/2025**

Vị trí	Tháng 10				Tháng 11				Tháng 12			
	Nhu cầu tuyển dụng	Số hồ sơ	Thử việc	Tuyển chính thức	Nhu cầu tuyển dụng	Số hồ sơ	Thử việc	Tuyển chính thức	Nhu cầu tuyển dụng	Số hồ sơ	Thử việc	Tuyển chính thức
Sale & CSKH	5	15	10	3	5	20	9	5	5	14	5	4
Designer	5	10	5	2	5	17	7	3	5	12	7	1
Tổng	10	25	15	5	10	37	16	8	10	26	12	5

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Nhận xét

Trong quý IV/2025, Obox Group duy trì nhu cầu tuyển dụng ổn định với 10 nhân sự mỗi tháng, tập trung ở hai vị trí chính là Sale & CSKH và Designer. Điều này cho thấy công ty đang trong giai đoạn mở rộng và duy trì hoạt động kinh doanh nên cần bổ sung nhân sự thường xuyên để đáp ứng khối lượng công việc ngày càng tăng.

Số lượng hồ sơ ứng tuyển trong ba tháng tương đối khả quan, đặc biệt tháng 11 có lượng ứng viên cao nhất với 37 hồ sơ. Trong đó, vị trí Sale & CSKH luôn thu hút nhiều hồ sơ hơn Designer, cho thấy đây là nhóm công việc có nhu cầu tuyển dụng cao và dễ tiếp cận nguồn ứng viên hơn trên thị trường lao động.

Ở cả hai vị trí, số lượng ứng viên tham gia thử việc đều cao hơn nhu cầu tuyển dụng ban đầu. Riêng tháng 11 có đến 16 ứng viên thử việc trong khi công ty chỉ cần tuyển 10 nhân sự. Điều này thể hiện bộ phận tuyển dụng đã chủ động mở rộng phạm vi sàng lọc nhằm lựa chọn được những ứng viên phù hợp nhất với yêu cầu công việc và môi trường làm việc của công ty.

Tuy nhiên, số lượng nhân sự được tuyển chính thức vẫn còn chênh lệch khá nhiều so với số lượng thử việc. Vị trí Designer có sự biến động rõ rệt giữa các tháng, đặc biệt trong tháng 12 chỉ tuyển chính thức được 1 nhân sự dù có 7 ứng viên tham gia thử việc. Điều này cho thấy yêu cầu chuyên môn của vị trí này tương đối cao hoặc ứng viên chưa đáp ứng tốt năng lực thực tế sau thời gian thử việc.

Trong khi đó, vị trí Sale & CSKH có kết quả tuyển dụng ổn định hơn. Tháng 11 là thời điểm công ty tuyển đủ số lượng nhân sự theo nhu cầu đề ra với 5 nhân sự chính thức, cho thấy chất lượng ứng viên ở vị trí này khá phù hợp và quá trình tuyển dụng đạt hiệu quả tốt.

Có thể thấy công tác tuyển dụng nhân viên văn phòng tại Obox Group trong quý IV/2025 được thực hiện tương đối hiệu quả khi lượng hồ sơ ứng tuyển luôn cao hơn nhu cầu tuyển dụng. Bộ phận tuyển dụng đã làm tốt vai trò tìm kiếm và sàng lọc ứng viên. Tuy vậy, công ty vẫn cần cải thiện thêm ở khâu đánh giá năng lực đối với vị trí Designer nhằm nâng cao tỷ lệ tuyển chính thức và hạn chế chi phí phát sinh trong quá trình thử việc.

2.4.2. Quy trình tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group

Trong bối cảnh thị trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh, đặc biệt trong lĩnh vực thương mại điện tử và sản xuất sản phẩm POD, nhu cầu tiêu dùng của khách hàng liên tục thay đổi và có xu hướng tăng cao. Đồng thời, sự xuất hiện ngày càng nhiều của các doanh nghiệp cùng ngành khiến mức độ cạnh tranh trở nên gay gắt hơn. Trước tình hình đó, Công ty Cổ phần Obox Group đã đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, mở rộng quy mô vận hành và phát triển thêm nhiều sản phẩm mới nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường.

Hoạt động tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group được triển khai xuyên suốt trong năm nhằm đáp ứng nhu cầu nhân sự phát sinh của từng bộ phận và đảm bảo hoạt động kinh doanh diễn ra ổn định. Trong đó, quý IV thường là giai đoạn có nhu cầu tuyển dụng cao hơn do chuẩn bị cho các mùa cao điểm bán hàng tại thị trường US và UK. Vì vậy, số liệu và nội dung phân tích trong đề tài này được tập trung chủ yếu trong quý IV năm 2025.

Công ty Cổ phần Obox Group hiện nay đang áp dụng 7 bước cho công tác tuyển dụng nguồn nhân lực theo sơ đồ sau:



Sơ đồ 2.2: Quy trình tuyển dụng tại Obox Group

a) Xác định nhu cầu tuyển dụng

Để phục vụ cho hoạt động kinh doanh và đảm bảo nguồn nhân lực đáp ứng kịp thời nhu cầu công việc, Công ty Cổ phần Obox Group phát sinh nhu cầu tuyển dụng chủ yếu ở các vị trí Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng. Nhu cầu tuyển dụng thường xuất phát từ kế hoạch mở rộng hoạt động hoặc bổ sung nhân sự thay thế khi có nhân viên nghỉ việc. Đối với nhu cầu tuyển dụng bổ sung, đề xuất sẽ được tổng hợp trong các buổi họp định kỳ hằng tháng hoặc hằng quý của công ty. Đối với trường hợp tuyển dụng thay thế, đề xuất tuyển dụng sẽ được gửi ngay sau khi tiếp nhận đơn xin nghỉ việc hoặc chậm nhất trước thời điểm nghỉ việc chính thức 30 ngày nhằm đảm bảo tiến độ công việc không bị ảnh hưởng.

Các trưởng bộ phận có nhu cầu tuyển dụng sẽ trực tiếp rà soát tình hình nhân sự, đánh giá khối lượng công việc và số lượng nhân sự còn thiếu tại bộ phận mình quản lý. Sau đó, trưởng bộ phận sẽ phối hợp với bộ phận Hành chính – Nhân sự để thống nhất về vị trí cần tuyển, yêu cầu công việc, số lượng tuyển dụng và thời gian cần bổ sung nhân sự. Sau khi hoàn thiện nội dung đề xuất, trưởng bộ phận sẽ gửi cho trưởng bộ phận Hành chính – Nhân sự kiểm tra, tổng hợp và đánh giá mức độ phù hợp với tình hình nhân sự, ngân sách cũng như kế hoạch phát triển của công ty trước khi trình Giám đốc công ty phê duyệt.

Quy trình xét duyệt nhu cầu tuyển dụng được thực hiện theo trình tự:

- Người đề xuất: Trưởng các bộ phận có nhu cầu tuyển dụng
- Người kiểm tra và tổng hợp: Trưởng bộ phận Hành chính – Nhân sự
- Người phê duyệt cuối cùng: Giám đốc công ty

Sau khi được phê duyệt, bộ phận Hành chính – Nhân sự sẽ trực tiếp triển khai lập kế hoạch tuyển dụng theo quy trình trước đó.

b) Lập kế hoạch tuyển dụng

Theo Trưởng bộ phận Hành chính – Nhân sự của Công ty Cổ phần Obox Group cho biết, sau khi Giám đốc công ty phê duyệt đề xuất tuyển dụng từ các bộ phận, bộ phận Hành chính – Nhân sự sẽ xây dựng kế hoạch tuyển dụng phù hợp với yêu cầu công việc và thời gian cần bổ sung nhân sự. Đồng thời, bộ phận nhân sự cũng tiến hành trao đổi với các trưởng bộ phận chuyên môn để xác định cụ thể nhiệm vụ công việc, yêu cầu chuyên môn và tiêu chí tuyển dụng cho từng vị trí. Đây là cơ sở để công ty xây dựng mô tả công việc và triển khai các hoạt động tuyển dụng phù hợp với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp.

Dưới đây là bảng mô tả công việc đối với hai vị trí Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng tại Công ty Cổ phần Obox Group.

Bảng 2.6: Bảng mô tả công việc vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng và Designer

MÔ TẢ CÔNG VIỆC		
Vị trí tuyển dụng	Mô tả công việc	Yêu cầu công việc
Sale & Chăm sóc khách hàng	- Tìm kiếm và sàng lọc khách hàng tiềm năng từ Marketing - Tư vấn các gói dịch vụ - Chăm sóc khách hàng trong quá trình triển khai gói - Xây dựng kế hoạch nội dung truyền thông thương hiệu - Quản lý và theo dõi hệ thống khách hàng	- Ưu tiên ứng viên có kinh nghiệm tư vấn từ 6 tháng - Tốt nghiệp CĐ/ĐH chuyên ngành liên quan - Có laptop cá nhân - Yêu thích công việc tư vấn và chăm sóc khách hàng

Desginer	- Thiết kế các hình ảnh cho các sản phẩm áo thun, cốc, poster,.. - Nghiên cứu, xây dựng ý tưởng mới để tối ưu hiệu suất bán hàng - Cập nhật xu hướng thiết kế, đảm bảo tính cạnh tranh	- Ứng viên có kinh nghiệm từ 2 năm trở lên - Thành thạo Photoshop & Illustrator - Gu thẩm mỹ tốt, tư duy thiết kế rõ ràng - Tỉ mỉ, trách nhiệm, chủ động trong công việc
-----------------	--	---

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Căn cứ vào nhu cầu tuyển dụng và thông tin công việc của từng vị trí, bộ phận Hành chính – Nhân sự sẽ lựa chọn hình thức tuyển dụng phù hợp, đồng thời xây dựng kế hoạch sử dụng các kênh tuyển dụng và ngân sách nhằm tiếp cận ứng viên hiệu quả. Dưới đây là bảng tổng hợp các kênh tuyển dụng, ưu điểm, hạn chế và chi phí tuyển dụng được công ty áp dụng.

Bảng 2.7: Bảng tổng hợp các kênh tuyển dụng và chi phí tuyển dụng

Kênh thu hút	Ưu điểm	Nhược điểm	Chi phí
Website Talentmate	Chủ động đăng tải và quản lý thông tin tuyển dụng, lưu trữ hồ sơ ứng viên tập trung, tăng tính chuyên nghiệp và độ tin cậy của thương hiệu tuyển dụng	Website của công ty còn mới, lượng người truy cập thấp, độ nhận diện chưa rộng rãi trên thị trường tuyển dụng	1.000.000 VNĐ
Facebook của các chuyên viên tuyển dụng phụ trách	Tiếp cận ứng viên nhanh, đăng tin trực tiếp vào nhiều hội nhóm tuyển dụng, mở rộng tệp ứng viên trên nền tảng mạng xã hội, tăng khả năng tương tác trực tiếp với ứng viên	Phụ thuộc vào tài khoản cá nhân được cấp, dễ bị giới hạn hiển thị khi đăng tải số lượng lớn bài viết, cần quản lý nội dung đăng tải đồng bộ	5.000.000 VNĐ
Fanpage Obox Group và Talentmate Jobs	Xây dựng thương hiệu tuyển dụng chính thức, tăng mức độ nhận diện công ty, hỗ trợ đăng tải thông tin tuyển dụng tập trung và đồng bộ	Lượng tiếp cận tự nhiên còn hạn chế, cần duy trì hoạt động nội dung thường xuyên để đảm bảo hiệu quả truyền thông	300.000 VNĐ

Nhận xét:

Bảng đã thể hiện rõ các kênh tuyển dụng chính cùng với ưu điểm, nhược điểm và chi phí tương ứng tại Công ty Cổ phần Obox Group. Các kênh được phân chia hợp lý giữa nền tảng chính thức Website, Fanpage và kênh Facebook của chuyên viên tuyển dụng, giúp đảm bảo khả năng tiếp cận ứng viên một cách hiệu quả và đa dạng.

Trong đó, Website Talentmate và Fanpage Obox Group & Talentmate Jobs đóng vai trò hỗ trợ xây dựng thương hiệu tuyển dụng, tăng tính chuyên nghiệp và tạo nguồn ứng viên lâu dài cho công ty. Mặc dù các nền tảng này không phát sinh nhiều chi phí trực tiếp cho từng đợt tuyển dụng, doanh nghiệp vẫn cần duy trì hoạt động quản lý nội dung và vận hành hệ thống để đảm bảo hiệu quả tiếp cận ứng viên.

Đối với Facebook của các chuyên viên tuyển dụng phụ trách, đây là kênh hỗ trợ tiếp cận ứng viên nhanh chóng thông qua các hội nhóm tuyển dụng và mạng xã hội. Tuy nhiên, chi phí sử dụng kênh này tương đối cao do công ty cần đầu tư tài khoản phục vụ hoạt động đăng tuyển và duy trì khả năng tiếp cận ứng viên trên nền tảng Facebook.

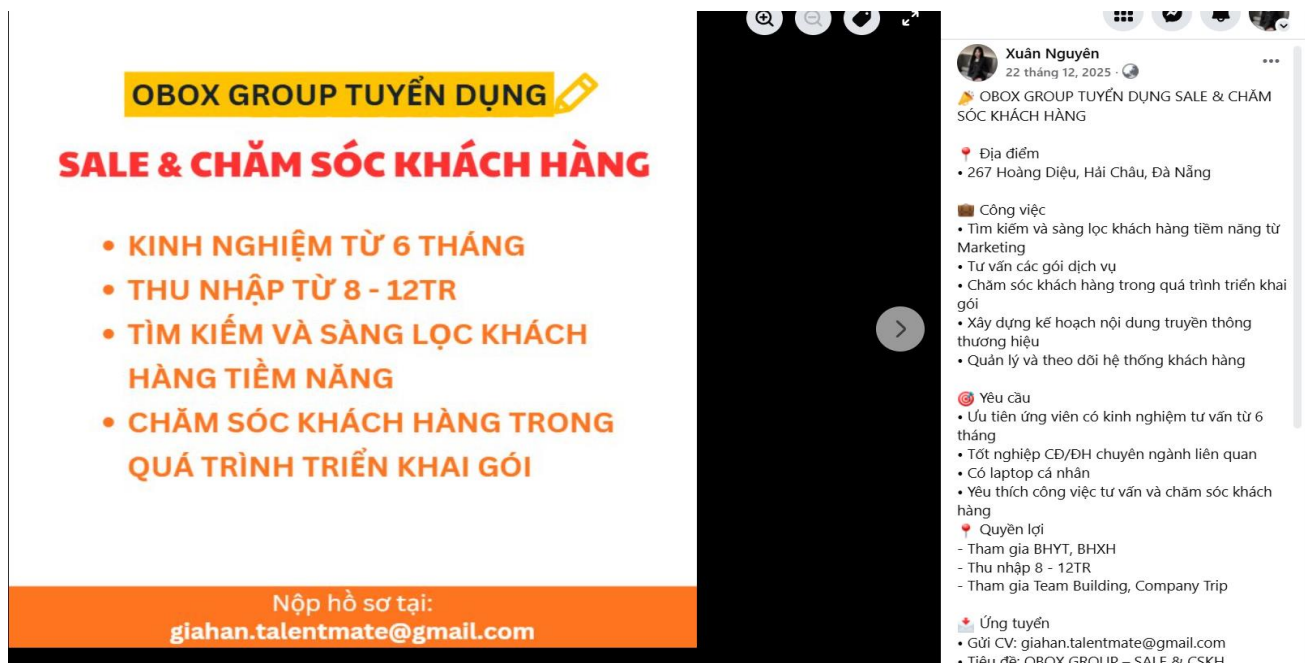
Nhìn chung, việc kết hợp nhiều kênh tuyển dụng khác nhau giúp Obox Group nâng cao khả năng tiếp cận nguồn ứng viên, đồng thời hỗ trợ công ty chủ động hơn trong hoạt động tuyển dụng nhân sự.

c) Truyền thông thông tin tuyển dụng

Chuyên viên tuyển dụng sẽ đảm nhận truyền thông từng vị trí tuyển dụng, mỗi chuyên viên sẽ phải chịu trách nhiệm về tiến độ và kết quả cho vị trí mình đảm nhận. Chuyên viên tuyển dụng sẽ tiến hành lên các bài đăng tuyển dụng bao gồm nội dung mở đầu bài đăng, mô tả công việc, chế độ đãi ngộ, yêu cầu chi tiết của công ty về năng lực, kỹ năng, thời gian làm việc và thiết kế hình ảnh tuyển dụng. Sau đó, đăng trên fanpage, group hội nhóm trên mạng xã hội facebook.

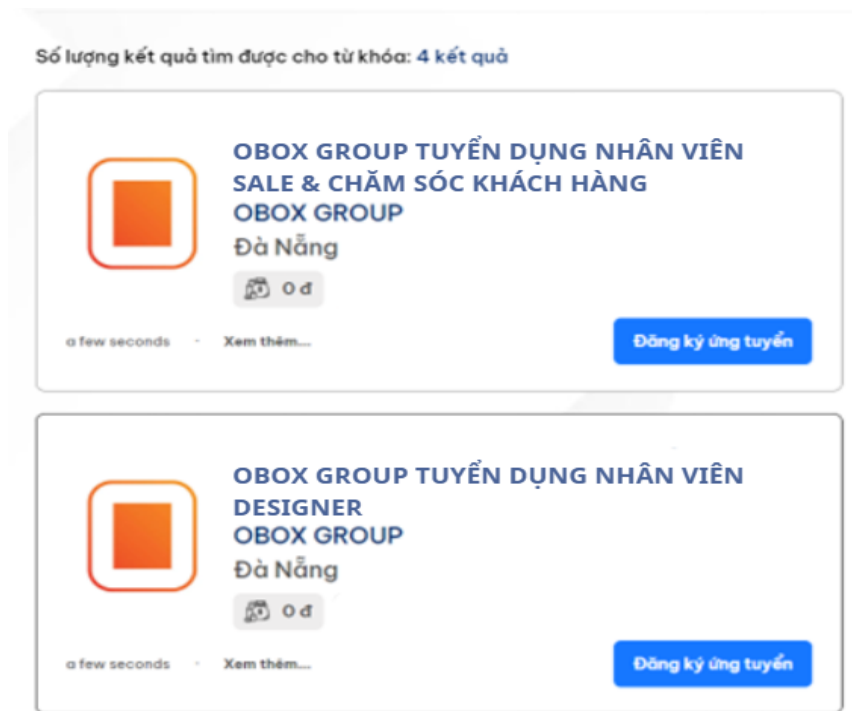


Hình 2.5: Bài đăng tuyển dụng Designer trên Facebook



Hình 2.6: Bài đăng tuyển dụng Sale & Chăm sóc khách hàng trên Facebook

Ngoài ra, chuyên viên tuyển dụng của bộ phận tuyển dụng sẽ đăng tuyển dụng lên trang website tuyển dụng của công ty: <https://talentmate.vn/>. Các ứng viên có nhu cầu sẽ ứng tuyển trực tiếp trên web và được các chuyên viên tập hợp và xử lý.



Hình 2.7: Bài đăng tuyển dụng trên website

Thông tin tuyển dụng gồm các thông tin như sau: Tên công ty, địa chỉ công ty, thông tin liên lạc, vị trí cần tuyển, tiêu chí chung, quyền lợi khi làm việc. Qua bảng thông báo tuyển dụng, ta có thể thấy đầy đủ các thông tin cơ bản đã bao gồm những thông tin quan trọng giúp ứng viên dễ dàng nắm bắt.

Sau khi triển khai nội dung tuyển dụng trên các kênh truyền thông của công ty, hoạt động đăng tin được thực hiện theo kế hoạch cụ thể nhằm đảm bảo tần suất tiếp cận ứng viên ổn định và liên tục trong giai đoạn tuyển dụng. Các kênh đăng tuyển được phân bổ tần suất phù hợp theo từng nền tảng nhằm tối ưu hiệu quả tiếp cận ứng viên mục tiêu trong khoảng thời gian quý IV năm 2025.

Dưới đây là bảng tổng hợp tần suất đăng tin và thời gian triển khai tuyển dụng theo từng kênh tại Công ty Cổ phần Obox Group.

Bảng 2.8: Bảng tần suất và thời gian đăng tin tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group

Kênh tuyển dụng	Tần suất đăng bài	Thời gian đăng bài
Website Talentmate	2 – 3 bài/tuần	Từ tháng 1/10/2025 đến hết tháng 31/12/2025

Facebook của các chuyên viên tuyển dụng phụ trách	3 – 5 bài/ngày	Từ tháng 1/10/2025 đến hết tháng 31/12/2025
Fanpage Obox Group và Talentmate Jobs	2 – 3 bài/tuần	Từ tháng 1/10/2025 đến hết tháng 31/12/2025

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Nhận xét:

Bảng đã phản ánh khá rõ kế hoạch triển khai hoạt động đăng tin tuyển dụng của Công ty Cổ phần Obox Group trong giai đoạn quý IV/2025 theo từng kênh truyền thông cụ thể. Việc phân bổ tần suất đăng tin giữa các kênh được xây dựng phù hợp với đặc thù từng nền tảng, nhằm đảm bảo hiệu quả tiếp cận ứng viên và duy trì tính ổn định trong hoạt động tuyển dụng.

Trong đó, kênh Facebook của các chuyên viên tuyển dụng được ưu tiên với tần suất cao nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận và tăng tốc độ tiếp cận ứng viên tiềm năng trong thời gian ngắn. Ngược lại, Website Talentmate và Fanpage Obox Group & Talentmate Jobs được duy trì với tần suất ổn định theo tuần nhằm đảm bảo tính hệ thống, đồng thời góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu tuyển dụng chuyên nghiệp và bền vững.

Thời gian đăng tin được xác định rõ ràng trong toàn bộ giai đoạn quý IV/2025, giúp hoạt động tuyển dụng được triển khai đồng bộ, có kế hoạch và dễ dàng theo dõi, đánh giá hiệu quả theo từng kênh.

d) Nhận và lọc hồ sơ ứng viên

Ở bước này, chuyên viên tuyển dụng sẽ tiến hành tiếp nhận hồ sơ ứng viên thông qua email tuyển dụng của công ty hoặc email cá nhân của nhân sự phụ trách tuyển dụng. Sau khi tiếp nhận, hồ sơ sẽ được tổng hợp, phân loại và lưu trữ theo từng vị trí để thuận tiện cho quá trình theo dõi, đánh giá và quản lý dữ liệu ứng viên.

Tiếp theo, chuyên viên tuyển dụng sẽ thực hiện sàng lọc hồ sơ dựa trên các tiêu chí phù hợp với yêu cầu của từng vị trí công việc. Các tiêu chí sàng lọc thường bao gồm: Trình độ học vấn, chuyên ngành đào tạo, kinh nghiệm làm việc, kỹ năng chuyên môn, khả năng sử dụng công cụ phục vụ công việc và mức độ phù hợp với mô tả tuyển dụng. Đối với các vị trí yêu cầu kinh nghiệm, công ty sẽ ưu tiên những ứng viên đã từng làm việc ở vị trí tương đương hoặc có kinh nghiệm trong lĩnh vực liên quan.

Ngoài yếu tố chuyên môn, Obox cũng đặc biệt chú trọng đến sự chuyên nghiệp và thái độ nghiêm túc của ứng viên trong quá trình ứng tuyển. Các yếu tố như cách trình bày sơ yếu lý lịch, nội dung email ứng tuyển, tiêu đề email, cách giao tiếp và trao đổi thông tin với nhà tuyển dụng đều được xem là tiêu chí đánh giá ban đầu. Những hồ sơ được trình bày rõ ràng, đầy đủ thông tin, đúng trọng tâm và gửi đúng yêu cầu tuyển dụng thường sẽ được ưu tiên hơn trong quá trình chọn lọc.

Bên cạnh đó, đối với các vị trí đặc thù như Designer, công ty sẽ yêu cầu ứng viên gửi kèm hồ sơ năng lực hoặc các sản phẩm đã thực hiện trước đó để đánh giá khả năng thiết kế, tư duy sáng tạo và mức độ phù hợp với định hướng công việc. Sau quá trình sàng lọc, những ứng viên đáp ứng yêu cầu cơ bản sẽ được liên hệ để tham gia các vòng tuyển dụng tiếp theo.

Bảng 2.9: Tổng hợp kết quả hồ sơ ứng viên gửi về văn phòng tại Obox Group trong quý IV/2025

Vị trí	Tháng 10			Tháng 11			Tháng 12		
	Số hồ sơ nhận về	Số hồ sơ đạt	Số hồ sơ không đạt	Số hồ sơ nhận về	Số hồ sơ đạt	Số hồ sơ không đạt	Số hồ sơ nhận về	Số hồ sơ đạt	Số hồ sơ không đạt
Sale & CSKH	15	12	3	20	20	0	14	10	4
Designer	10	8	2	17	14	3	12	11	1
Tổng	25	20	5	37	34	3	26	21	5

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

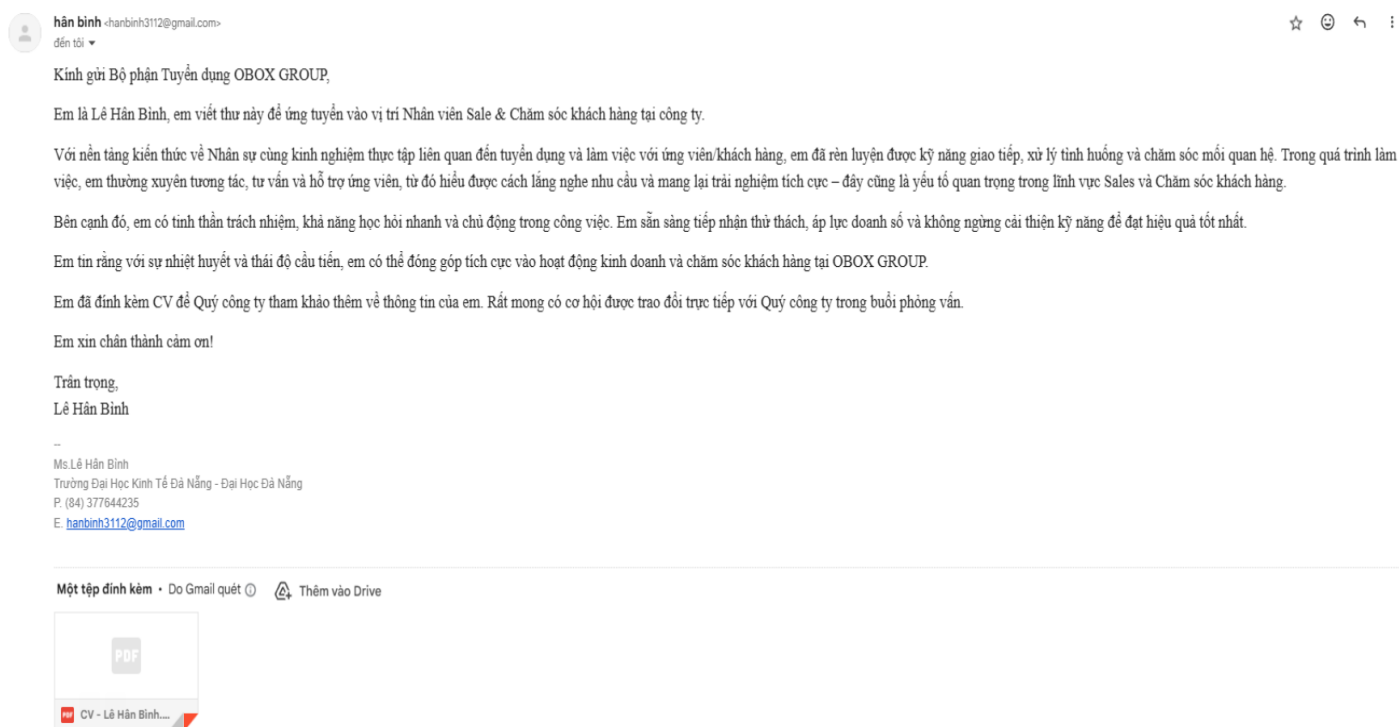
Nhận xét

Trong quý IV/2025, Obox Group tiếp nhận số lượng hồ sơ ứng tuyển khá ổn định qua các tháng, dao động từ 25 đến 37 hồ sơ. Trong đó, vị trí Sale & CSKH luôn có lượng hồ sơ gửi về nhiều hơn Designer, cho thấy nhu cầu ứng tuyển ở vị trí này tương đối cao.

Tỷ lệ hồ sơ đạt yêu cầu chiếm phần lớn tổng số hồ sơ nhận về, đặc biệt trong tháng 11 hầu như tất cả hồ sơ ứng tuyển vị trí Sale & CSKH đều đạt yêu cầu. Điều này cho thấy chất lượng ứng viên khá phù hợp với tiêu chí tuyển dụng mà công ty đề ra. Bên cạnh đó, số lượng hồ sơ không đạt ở cả hai vị trí không quá lớn, chứng tỏ công ty đã xây dựng được nguồn ứng viên tương đối phù hợp và hiệu quả tuyển dụng đang được cải thiện qua từng tháng.

☐ ☆	Thuật Nguyễn Đình	OBOX GROUP - NHÂN VIÊN SALE & CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CV-NguyenDinh...
☐ ☆	Thanh Thanh	CV Hồ Thị Thanh Thảo - https://www.topcv.vn/download-cv?cv_id=UFAABwFdDgcBCABVwVwELUhcUw4HUVtWVABZUA11b3&download... Ho-Thi-Thanh-T...
☐ ☆	Hiền Đoàn	OBOX GROUP - NHÂN VIÊN SALE & CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG - Kính gửi Bộ phận Tuyển dụng, Tôi tên là Đoàn Kim Hiền, tôi viết email n... CV_Đoàn Kim Hi...
☐ ☆	hân binh	OBOX GROUP - NHÂN VIÊN SALE & CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG - Kính gửi Bộ phận Tuyển dụng OBOX GROUP, Em là Lê Hân Binh, em viết... CV - Lê Hân Bìn...

Hình 2.8: Hồ sơ ứng viên gửi về mail



Hình 2.9: Hồ sơ ứng viên được tiếp nhận và đánh giá đạt yêu cầu ban đầu

e) Phỏng vấn nhỏ - Nhận diện năng lực cần thiết

Để nhận diện năng lực, nhân sự phụ trách tuyển dụng của từng vị trí sẽ trực tiếp liên hệ riêng đến mỗi ứng viên thông qua email/gọi điện để hẹn lịch phỏng vấn nhỏ với hình thức phỏng vấn online qua Google Meet. Ở vòng phỏng vấn này, chuyên viên tuyển dụng sẽ phụ trách phỏng vấn, với những câu hỏi cơ bản nhận diện tính cách ứng viên và năng lực chuyên môn, mục đích là để chọn lọc những ứng viên thực sự có khả năng phù hợp với vị trí phòng ban cần tuyển, rút ngắn thời gian trước khi đến với vòng phỏng vấn chính thức.

Gửi bài test: Đối với một số vị trí đặc thù như Designer, sau khi vượt qua vòng phỏng vấn ban đầu, ứng viên sẽ được gửi bài test nhằm đánh giá thêm về năng lực

chuyên môn, kỹ năng thực tế cũng như mức độ phù hợp với công việc và văn hóa doanh nghiệp. Nội dung bài test thường liên quan trực tiếp đến chuyên môn của vị trí tuyển dụng, ví dụ như bài kiểm tra kỹ năng thiết kế, tư duy sáng tạo, khả năng sử dụng công cụ chuyên môn hoặc xử lý tình huống thực tế trong công việc.

Thông qua kết quả bài test, công ty có thể đánh giá rõ hơn về kỹ năng, tư duy làm việc và mức độ đáp ứng yêu cầu công việc của từng ứng viên trước khi đưa ra quyết định tuyển dụng chính thức.

Đối với các vị trí như Sale & Chăm sóc khách hàng, công ty không áp dụng vòng bài test mà sẽ đánh giá ứng viên chủ yếu thông qua quá trình phỏng vấn, kỹ năng giao tiếp, cách xử lý tình huống và mức độ phù hợp với công việc.



Hình 2.10: Mail bài test cho ứng viên ứng tuyển Designer

f) Phỏng vấn chính thức

Sau khi kết thúc buổi phỏng vấn nhỏ cùng bài test, nhân sự phụ trách sẽ gửi mail phản hồi kết quả đạt hoặc chưa đạt đến các ứng viên. Đồng thời ứng viên đạt vòng phỏng vấn nhỏ sẽ được thông báo kèm theo các thông tin về thời gian địa điểm cho buổi phỏng vấn chính thức.



Hình 2.11: Mail hẹn lịch phỏng vấn

Để tạo điều kiện tốt và thuận lợi cho buổi phỏng vấn chính thức, bộ phận Tuyển dụng sẽ cập nhật danh sách ứng viên và những thông tin đã lưu trữ được ở buổi phỏng vấn nhỏ cùng với lịch phỏng vấn, sau đó gửi mail cho trưởng phòng của bộ phận cần tuyển để trưởng phòng nắm rõ và đưa ra những câu hỏi phỏng vấn mang tính quyết định nhất có thể. Ở vòng phỏng vấn trực tiếp ứng viên sẽ phỏng vấn cùng hội đồng tuyển dụng bao gồm: Trưởng bộ phận cần tuyển và chuyên viên tuyển dụng phụ trách.

DANH SÁCH ỨNG VIÊN ĐẾN... ▾							
Tr	HỌ VÀ TÊN ▾	Trạng thái ▾	Chuyên viên phụ trách ▾	Đạt/Không đạt ▾	Ngày phỏng vấn ▾	Tr	Ghi chú ▾
	LÊ HÂN BÌNH	ĐÃ PHỎNG VẤN ▾	Le Han	ĐẠT ▾	13/12/2025		Ghi chú
	NGUYỄN ĐÌNH THUẬT	CHƯA PHỎNG VẤN ▾	Le Han	ĐỢI PHỎNG VẤN ▾	20/12/2025		Đời từ 9h00 sang 15h30
	ĐOÀN KIM HIẾN	ĐÃ PHỎNG VẤN ▾	Le Han	KHÔNG ĐẠT ▾	22/12/2025		Kinh nghiệm còn yếu, tác phong không chín chu
	PHAN THẢO NGUYỄN	HỦY PHỎNG VẤN ▾	Le Han	KHÔNG ĐẠT ▾	24/12/2025		Ứng viên nhận việc khác rồi nên không tham gia
	HỒ THỊ THANH THẢO	HỦY PHỎNG VẤN ▾	Le Han	KHÔNG ĐẠT ▾	24/12/2025		Không còn nhu cầu
	TRẦN MINH ANH	ĐÃ PHỎNG VẤN ▾	Le Han	ĐẠT ▾	25/12/2025		Ghi chú

Hình 2.12: Danh sách ứng viên tham gia phỏng vấn chính thức

Tại vòng phỏng vấn trực tiếp này, ngoài việc xác định năng lực chuyên môn của ứng viên, hội đồng tuyển dụng sẽ tập trung đánh giá sự phù hợp về văn hóa, tính cách, phong cách làm việc của ứng viên. Đây là điều vô cùng quan trọng trong quá trình tuyển dụng của Obox.

Nội dung phỏng vấn – Vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng

• *Ứng viên giới thiệu bản thân.* Xác nhận lại các thông tin trên hồ sơ để đảm bảo tính chính xác và đầy đủ. Qua đó đánh giá khả năng giao tiếp, cách diễn đạt, sự tự tin và tác phong làm việc của ứng viên.

• *Bạn đã từng có kinh nghiệm tư vấn hoặc chăm sóc khách hàng chưa?* Hãy chia sẻ công việc cụ thể mà bạn từng thực hiện. Câu hỏi giúp đánh giá mức độ phù hợp với vị trí ứng tuyển.

• *Theo bạn, kỹ năng quan trọng nhất đối với một nhân viên Sale & Chăm sóc khách hàng là gì?* Câu hỏi giúp đánh giá tư duy và sự hiểu biết của ứng viên về công việc.

• *Nếu khách hàng từ chối sử dụng dịch vụ hoặc phản hồi tiêu cực, bạn sẽ xử lý như thế nào?* Câu hỏi giúp đánh giá kỹ năng xử lý tình huống, giao tiếp và thuyết phục khách hàng.

• *Bạn sẽ làm gì để duy trì mối quan hệ với khách hàng sau khi đã sử dụng dịch vụ?* Câu hỏi đánh giá khả năng chăm sóc khách hàng và xây dựng mối quan hệ lâu dài.

• *Bạn có tìm hiểu gì về công ty và các dịch vụ công ty đang cung cấp chưa?* Câu hỏi giúp đánh giá sự chủ động và mức độ quan tâm của ứng viên đối với công việc.

• *Bạn mong muốn phát triển bản thân như thế nào trong lĩnh vực Sale & Chăm sóc khách hàng?* Câu hỏi nhằm tìm hiểu định hướng nghề nghiệp và mức độ gắn bó lâu dài.

• Ngoài ra, người phỏng vấn có thể đặt thêm các câu hỏi tình huống hoặc câu hỏi liên quan đến mục tiêu nghề nghiệp tùy từng ứng viên.

Tiêu chí đánh giá

- Ứng viên giao tiếp rõ ràng, tự tin, tác phong lịch sự.
- Có sự tìm hiểu về công ty và dịch vụ trước khi tham gia phỏng vấn.
- Kỹ năng giao tiếp, tư vấn và chăm sóc khách hàng tốt.
- Khả năng xử lý tình huống và giải quyết vấn đề linh hoạt.
- Thái độ làm việc tích cực, chủ động và có tinh thần học hỏi.
- Có định hướng gắn bó và phát triển trong lĩnh vực Sale & Chăm sóc khách hàng.

Nội dung phỏng vấn – Vị trí Designer

• *Ứng viên giới thiệu bản thân, kinh nghiệm làm việc và các dự án thiết kế đã từng thực hiện:* Xác nhận thông tin trên CV và Portfolio nhằm đánh giá sự trung thực, khả năng trình bày và phong cách làm việc của ứng viên.

- *Bạn đã từng thiết kế các sản phẩm nào liên quan đến áo thun, cốc, poster hoặc POD chưa?* Câu hỏi giúp đánh giá kinh nghiệm thực tế của ứng viên.

- *Theo bạn, yếu tố nào quan trọng nhất trong thiết kế sản phẩm bán hàng?* Câu hỏi đánh giá tư duy thẩm mỹ và khả năng phân tích của ứng viên.

- *Bạn thường tìm ý tưởng và cập nhật xu hướng thiết kế bằng cách nào?* Câu hỏi giúp đánh giá khả năng nghiên cứu, sáng tạo và cập nhật xu hướng thị trường.

- *Khi nhận phản hồi chỉnh sửa từ khách hàng hoặc trưởng bộ phận nhiều lần, bạn sẽ xử lý như thế nào?* Câu hỏi giúp đánh giá thái độ làm việc và khả năng phối hợp nhóm.

- *Bạn sử dụng thành thạo những công cụ thiết kế nào? Hãy chia sẻ kỹ năng nổi bật của bản thân với Photoshop hoặc Illustrator.* Câu hỏi giúp đánh giá kỹ năng sử dụng công cụ của ứng viên.

- *Nếu được giao thiết kế một sản phẩm mới trong thời gian ngắn, bạn sẽ triển khai công việc như thế nào để đảm bảo đúng thời hạn?* Câu hỏi giúp đánh giá khả năng quản lý thời gian và xử lý công việc.

- Ngoài ra, người phỏng vấn có thể đặt thêm các câu hỏi tình huống liên quan đến tư duy sáng tạo, làm việc nhóm hoặc xử lý áp lực công việc.

Tiêu chí đánh giá

- Ứng viên có tác phong chuyên nghiệp, giao tiếp rõ ràng và tự tin.
- Hồ sơ sản phẩm cá nhân thể hiện được tư duy thiết kế và tính sáng tạo.
- Thành thạo các công cụ thiết kế như Photoshop, Illustrator.
- Có gu thẩm mỹ tốt, bố cục và màu sắc phù hợp với sản phẩm bán hàng.
- Khả năng nghiên cứu xu hướng và phát triển ý tưởng mới.
- Khả năng tiếp nhận phản hồi và phối hợp làm việc nhóm tốt.
- Tinh thần trách nhiệm, chủ động và đảm bảo thời gian công việc.

Truyền thông văn hóa và môi trường làm việc: Kết thúc buổi phỏng vấn, hội đồng phỏng vấn sẽ họp để đưa ra lựa chọn cuối cùng, những ứng viên đạt vòng phỏng vấn chính thức sẽ có một buổi hẹn gặp bộ phận Nhân sự tại văn phòng làm việc của công ty. Trong buổi gặp mặt này, bộ phận Nhân sự sẽ phổ biến về văn hoá, quy định và môi trường làm việc đến ứng viên để giúp ứng viên hiểu hơn về văn hoá cũng như cơ cấu của Obox.

Bảng 2.10: Tổng hợp kết quả phỏng vấn ứng viên tại Obox Group trong quý IV/2025

Vị trí	Tháng 10		Tháng 11		Tháng 12	
	Đầu PV	Rớt PV	Đầu PV	Rớt PV	Đầu PV	Rớt PV
Sale & CSKH	10	2	9	11	5	5
Designer	5	3	7	7	7	4
Tổng	15	5	16	18	12	9

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Nhận xét

Trong quý IV/2025, kết quả phỏng vấn ứng viên tại Obox Group có sự biến động giữa các tháng. Tháng 10 ghi nhận 15 ứng viên đầu phỏng vấn và 5 ứng viên không đạt yêu cầu. Sang tháng 11, mặc dù số lượng hồ sơ đạt vòng sàng lọc tăng lên, công ty chỉ lựa chọn 16 ứng viên đạt phỏng vấn trên tổng số 34 ứng viên tham gia, trong khi có 18 ứng viên không đạt. Điều này cho thấy doanh nghiệp đã thực hiện quá trình đánh giá ứng viên chặt chẽ hơn nhằm lựa chọn những ứng viên phù hợp nhất với yêu cầu công việc.

Đến tháng 12, số lượng ứng viên đầu phỏng vấn là 12 người. Trong đó, vị trí Sale & CSKH có 5 ứng viên đạt phỏng vấn và vị trí Designer có 7 ứng viên đạt phỏng vấn. Đồng thời, số lượng ứng viên không đạt phỏng vấn giảm xuống còn 9 người, thấp hơn so với tháng 11.

Xét theo từng vị trí, Sale & CSKH luôn có số lượng ứng viên tham gia và đạt phỏng vấn cao hơn do nhu cầu tuyển dụng ổn định và số lượng hồ sơ nhận được nhiều hơn. Đối với vị trí Designer, tỷ lệ ứng viên đạt phỏng vấn cũng tương đối khả quan, góp phần đáp ứng nhu cầu nhân sự của công ty.

Nhìn chung, kết quả phỏng vấn trong quý IV/2025 cho thấy Obox Group đã thực hiện công tác đánh giá ứng viên tương đối hiệu quả, đảm bảo lựa chọn được những ứng viên phù hợp để chuyển sang giai đoạn thử việc và tuyển dụng chính thức.

g) Đào tạo và thử việc

Tại đây, bộ phận nhân sự sẽ cùng với trưởng bộ phận phòng ban sẽ tiến hành đào tạo theo lộ trình đã được lên kế hoạch trong vòng 1 tháng kết hợp với việc quan sát, theo dõi, đánh giá thái độ, cư xử và năng lực có phù hợp với văn hóa làm việc tại công ty hay không. Từ đó, các ứng viên sẽ có 1 tháng tiếp theo để “thực chiến”. Cuối cùng, sau 2 tháng đào tạo và thử việc các ứng viên sẽ được trao đổi với trưởng bộ phận của mình và trưởng phòng nhân sự để nhận quyết định xem xét tiếp tục đồng hành cùng với công ty

hay là không. Nếu được nhận, ứng viên sẽ làm việc với phòng nhân sự để ký kết hợp đồng lao động theo thỏa thuận. Những ứng viên đáp ứng tốt yêu cầu công việc, có thái độ làm việc phù hợp và khả năng thích nghi tốt sẽ được xem xét ký kết hợp đồng lao động chính thức.

Dưới đây là bảng tổng hợp kết quả thử việc và tuyển chính thức ứng viên tại Obox Group trong quý IV/2025.

Bảng 2.11: Tổng hợp kết quả thử việc ứng viên tại Obox Group trong quý IV/2025

Vị trí	Tháng 10		Tháng 11		Tháng 12	
	Thử việc	Tuyển chính thức	Thử việc	Tuyển chính thức	Thử việc	Tuyển chính thức
Sale & CSKH	10	3	9	5	5	4
Designer	5	2	7	3	7	1
Tổng	15	5	16	8	12	5

Nguồn: Phòng HCNS của Obox Group

Nhận xét

Bảng trên cho thấy số lượng ứng viên được tuyển chính thức sau thời gian thử việc tại Obox Group còn khá thấp so với tổng số ứng viên tham gia thử việc.

Trong quý IV/2025, vị trí Sale & CSKH có tỷ lệ đạt thử việc cao hơn vị trí Designer. Tháng 11 là tháng có kết quả tuyển dụng tốt nhất khi có 16 ứng viên thử việc và 8 ứng viên được tuyển chính thức. Ngược lại, tháng 12 ghi nhận số lượng tuyển chính thức ở vị trí Designer giảm mạnh, chỉ có 1/7 ứng viên đạt yêu cầu. Điều này cho thấy chất lượng ứng viên hoặc mức độ phù hợp với yêu cầu công việc ở vị trí Designer vẫn còn hạn chế, cần được chú trọng hơn trong quá trình tuyển chọn.

LỘ TRÌNH PHÁT TRIỂN CÁ NHÂN (CAREER DEVELOPMENT)			
Họ và tên:		Mã nhân viên: OFF-PD	Số lượng CBNV đang quản lý (nếu có): 0
Chức danh công việc: Guarantee		Ngày vào công ty:	Cán bộ Quản lý trực tiếp:
Cấp bậc hiện tại: Level 0		Phòng/bộ phận: PD	Chức danh: Supervisor
I. LỘ TRÌNH PHÁT TRIỂN NGHỀ NGHIỆP			
I.1 Lộ trình tổng thể 1 năm:			
STT	Vị trí chuyển đổi tương lai	Cấp bậc	Thời gian đạt được chuyển đổi
Vị trí 1	Designer Level 1		
Vị trí 2	Designer Level 2		
(*) Thời gian đào tạo tạo nguồn vào Vị trí 2 sẽ được xác định sau khi Cán bộ (CB) tạo nguồn hoàn thành tốt/ vượt mong đợi công việc được giao tại vị trí được bổ nhiệm (Vị trí 1) trong thời gian tối thiểu là 6 tháng, theo đánh giá thẩm quyền.			
I.2 Lộ trình cụ thể để phát triển lên vị trí mong đợi			
STT	Vị trí trải nghiệm thực tế	Thời gian trải nghiệm thực tế	
1	Guarantee	3 tháng	
2	Designer Level 1	3 tháng	
3	Designer Level 2	3 tháng	
II. TRIỂN KHAI			
II.1. ĐÀO TẠO TẠO NGUỒN VÀO VỊ TRÍ			
II.1.1. Yêu cầu công việc đối với vị trí mong muốn và những điểm cần bổ sung cho việc Chuyển đổi vị trí			

Hình 2.13: Khung lộ trình đào tạo Designer của Obox Group

2.4.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group

2.4.3.1. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

Yếu tố kinh tế - chính trị:

Đà Nẵng là một trong những thành phố có tốc độ phát triển khá mạnh về thương mại điện tử và các ngành dịch vụ trong những năm gần đây. Điều này tạo điều kiện cho Obox Group mở rộng hoạt động kinh doanh và phát sinh nhu cầu tuyển dụng thêm nhân sự ở các vị trí như Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, sự phát triển của thị trường cũng kéo theo mức độ cạnh tranh tuyển dụng ngày càng cao giữa các doanh nghiệp cùng ngành, đặc biệt là các công ty hoạt động trong lĩnh vực POD. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thu hút ứng viên của công ty.

Yếu tố văn hóa – xã hội:

Nguồn lao động trẻ tại Đà Nẵng hiện nay có xu hướng ưu tiên môi trường làm việc năng động, linh hoạt, có cơ hội phát triển kỹ năng và lộ trình thăng tiến rõ ràng. Vì vậy, ngoài mức lương và chế độ đãi ngộ, Obox Group cần chú trọng xây dựng môi trường làm việc trẻ trung, chuyên nghiệp và tạo điều kiện học hỏi cho nhân viên nhằm tăng khả năng thu hút và giữ chân ứng viên. Bên cạnh đó, phần lớn ứng viên hiện nay cũng thường tìm hiểu hình ảnh doanh nghiệp thông qua mạng xã hội trước khi ứng tuyển, do đó hình ảnh thương hiệu tuyển dụng của công ty cũng ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả tuyển dụng.

Hệ thống pháp luật và các chính sách, quy định của Nhà nước về công tác tuyển dụng:

Hoạt động tuyển dụng tại Obox Group chịu sự ảnh hưởng trực tiếp từ các quy định của Bộ luật Lao động về hợp đồng lao động, thời gian thử việc, chế độ bảo hiểm xã hội và quyền lợi của người lao động. Vì vậy, công ty cần đảm bảo quy trình tuyển dụng được thực hiện đúng quy định nhằm hạn chế các rủi ro liên quan đến lao động, đồng thời tạo sự minh bạch và uy tín đối với ứng viên trong quá trình tuyển dụng.

Môi trường cạnh tranh của doanh nghiệp:

Các vị trí mà Obox Group tuyển dụng như Designer POD và Sale & Chăm sóc khách hàng hiện đang được nhiều doanh nghiệp tại Đà Nẵng tuyển dụng với mức độ cạnh tranh cao. Nhiều doanh nghiệp sẵn sàng đưa ra mức lương và chế độ đãi ngộ hấp dẫn để thu hút nhân sự có kinh nghiệm. Điều này khiến công ty gặp khó khăn hơn trong việc tìm kiếm và giữ chân ứng viên phù hợp, đặc biệt là những ứng viên đã có kinh nghiệm thực tế hoặc kỹ năng chuyên môn tốt.

Quan hệ cung – cầu trên thị trường lao động:

Mặc dù nguồn lao động trẻ tại Đà Nẵng khá dồi dào nhờ hệ thống các trường đại học và cao đẳng, nhưng chất lượng ứng viên chưa thực sự đồng đều. Đối với vị trí Designer, nhiều ứng viên còn hạn chế về tư duy thiết kế, khả năng sáng tạo hoặc kỹ năng sử dụng phần mềm chuyên môn. Đối với vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng, phần lớn ứng viên thiếu kinh nghiệm thực tế về kỹ năng tư vấn và xử lý tình huống với khách hàng. Điều này khiến công ty phải mất thêm thời gian cho quá trình sàng lọc và đào tạo nhân sự mới.

Trình độ khoa học kỹ thuật:

Sự phát triển của công nghệ và các nền tảng tuyển dụng trực tuyến tạo điều kiện thuận lợi cho Obox Group trong việc tiếp cận ứng viên nhanh chóng với chi phí thấp. Công ty hiện sử dụng Facebook, Fanpage Obox Group, Fanpage Talentmate Jobs và Website Talentmate để triển khai hoạt động tuyển dụng. Các nền tảng này giúp mở rộng phạm vi tiếp cận ứng viên, đặc biệt là nhóm lao động trẻ thường xuyên sử dụng mạng xã hội. Tuy nhiên, do lượng thông tin tuyển dụng trên các nền tảng ngày càng nhiều nên công ty cũng cần đầu tư vào nội dung, hình ảnh và tần suất đăng bài để tăng hiệu quả tiếp cận ứng viên.

2.4.3.2. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp

Mục tiêu phát triển của doanh nghiệp:

Obox Group hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử và dịch vụ tuyển dụng nên mục tiêu phát triển của công ty có ảnh hưởng trực tiếp đến công tác tuyển dụng nguồn nhân lực. Trong giai đoạn mở rộng hoạt động kinh doanh, công ty tập trung tuyển dụng thêm nhân sự ở các vị trí Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng nhằm đáp ứng khối lượng công việc ngày càng tăng. Vì vậy, kế hoạch tuyển dụng của công ty luôn được xây dựng dựa trên định hướng phát triển, nhu cầu mở rộng quy mô và mục tiêu kinh doanh của từng giai đoạn.

Hình ảnh và uy tín của doanh nghiệp:

Hình ảnh và uy tín của Obox Group ảnh hưởng khá lớn đến khả năng thu hút ứng viên. Một doanh nghiệp có môi trường làm việc chuyên nghiệp, chế độ rõ ràng và hoạt động tuyển dụng minh bạch sẽ tạo được sự tin tưởng đối với ứng viên. Hiện nay, công ty chủ yếu xây dựng hình ảnh tuyển dụng thông qua Fanpage Obox Group, Fanpage Talentmate Jobs, Website Talentmate và các bài đăng tuyển dụng trên mạng xã hội. Điều này góp phần giúp công ty tăng mức độ nhận diện thương hiệu và thu hút ứng viên quan tâm đến doanh nghiệp.

Khả năng tài chính của doanh nghiệp:

Khả năng tài chính ảnh hưởng trực tiếp đến ngân sách tuyển dụng, mức lương và các chế độ đãi ngộ dành cho ứng viên. Tại Obox Group, công ty chủ yếu triển khai tuyển dụng thông qua các kênh truyền thông nội bộ như Website, Fanpage và Facebook nhằm tối ưu chi phí tuyển dụng. Tuy nhiên, ngân sách tuyển dụng vẫn ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của công ty trong việc thu hút ứng viên có kinh nghiệm hoặc chuyên môn cao trên thị trường lao động.

Nhu cầu nhân sự của các bộ phận:

Nhu cầu tuyển dụng tại Obox Group phụ thuộc vào tình hình nhân sự và khối lượng công việc của từng bộ phận trong từng thời điểm. Các trưởng bộ phận sẽ trực tiếp rà soát tình hình nhân sự, đánh giá hiệu suất làm việc và đề xuất tuyển dụng khi cần bổ sung nhân sự hoặc thay thế nhân sự nghỉ việc. Trong giai đoạn nghiên cứu, nhu cầu tuyển dụng của công ty chủ yếu tập trung ở hai vị trí Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh và vận hành của doanh nghiệp.

Thái độ và quan điểm của nhà quản trị:

Quan điểm của ban lãnh đạo và bộ phận quản lý có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả công tác tuyển dụng tại công ty. Tại Obox Group, ban lãnh đạo khá chú trọng đến việc tuyển chọn ứng viên phù hợp với văn hóa doanh nghiệp, tinh thần làm việc và khả năng thích nghi với môi trường công việc. Bên cạnh yếu tố chuyên môn, công ty cũng đánh giá cao thái độ làm việc, tinh thần học hỏi và khả năng phối hợp của ứng viên trong quá trình tuyển dụng. Điều này góp phần giúp công ty lựa chọn được những nhân sự phù hợp với định hướng phát triển lâu dài.

2.5. Đánh giá chung về công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Obox Group

2.5.1. Những ưu điểm

Dựa trên quy trình tuyển dụng hiện tại của Obox Group, có thể thấy công tác tuyển dụng của công ty sở hữu nhiều ưu điểm nổi bật, thể hiện sự chuyên nghiệp và bài bản trong từng giai đoạn.

Một là, quy trình tuyển dụng được xây dựng rõ ràng, có tính hệ thống và gắn liền với nhu cầu thực tế của từng phòng ban. Ngay từ bước đầu, bộ phận nhân sự đã làm việc trực tiếp với trưởng phòng để hiểu rõ tính chất công việc, yêu cầu năng lực và văn hóa nội bộ. Điều này giúp xây dựng bản mô tả công việc và chân dung ứng viên chính xác, từ đó nâng cao hiệu quả tuyển dụng và giảm thiểu tình trạng tuyển sai người.

Hai là, hoạt động truyền thông tuyển dụng được triển khai linh hoạt và đa kênh. Obox Group kết hợp cả mạng xã hội như Facebook và nền tảng Website riêng, giúp mở rộng phạm vi tiếp cận ứng viên. Việc phân công nhân sự phụ trách từng vị trí tuyển dụng cũng giúp tăng tính chủ động, đảm bảo tiến độ và chất lượng đầu vào của ứng viên.

Ba là, quy trình sàng lọc và đánh giá ứng viên được thực hiện nhiều vòng, đảm bảo tính chọn lọc cao. Từ việc lọc hồ sơ, phỏng vấn sơ bộ, làm bài test đến phỏng vấn chính thức, mỗi bước đều có mục tiêu rõ ràng nhằm đánh giá toàn diện cả về năng lực chuyên môn, kỹ năng và thái độ. Đặc biệt, việc sử dụng các bài test như bài test chuyên môn giúp đánh giá chính xác kỹ năng và chuyên môn ứng viên.

Bốn là, doanh nghiệp chú trọng đánh giá sự phù hợp với văn hóa tổ chức. Không chỉ dừng lại ở năng lực, Obox Group còn đặc biệt quan tâm đến tính cách, phong cách làm việc và khả năng hòa nhập của ứng viên với môi trường công ty. Điều này góp phần giảm tỷ lệ nghỉ việc sớm và nâng cao hiệu quả làm việc lâu dài.

Năm là, quy trình tuyển dụng có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận. Sự tham gia của bộ phận nhân sự, chuyên viên tuyển dụng và trưởng phòng chuyên môn trong

các vòng phỏng vấn giúp đảm bảo tính khách quan và chính xác trong việc đánh giá ứng viên. Đồng thời, việc trao đổi thông tin liên tục giữa các bên giúp quá trình tuyển dụng diễn ra nhanh chóng và hiệu quả.

Sáu là, doanh nghiệp xây dựng lộ trình đào tạo và thử việc rõ ràng sau tuyển dụng. Ứng viên không chỉ được đào tạo theo kế hoạch cụ thể mà còn được theo dõi, đánh giá trong quá trình “thực chiến”. Điều này giúp doanh nghiệp kiểm chứng năng lực thực tế của ứng viên trước khi đưa ra quyết định chính thức, đồng thời giúp nhân sự mới nhanh chóng thích nghi với công việc.

Quy trình tuyển dụng của Obox Group thể hiện sự chuyên nghiệp, chặt chẽ và có định hướng dài hạn. Những ưu điểm này không chỉ giúp doanh nghiệp tuyển được nhân sự phù hợp mà còn góp phần xây dựng đội ngũ nhân lực chất lượng, đáp ứng tốt yêu cầu phát triển trong môi trường cạnh tranh hiện nay.

2.5.2. Những hạn chế và nguyên nhân của hạn chế

Bên cạnh những ưu điểm nổi bật, quy trình tuyển dụng của Obox Group vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định cần được cải thiện để nâng cao hiệu quả.

Một là, phụ thuộc nhiều vào đánh giá chủ quan của người tuyển dụng. Mặc dù có nhiều vòng đánh giá, nhưng các yếu tố như cảm nhận về tính cách, sự phù hợp văn hóa hay phong cách làm việc vẫn mang tính định tính, dễ bị ảnh hưởng bởi góc nhìn cá nhân của người phỏng vấn. Điều này có thể dẫn đến việc bỏ sót ứng viên tiềm năng hoặc lựa chọn chưa thực sự tối ưu. Nguyên nhân của hạn chế này là do công ty chưa xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá ứng viên cụ thể theo từng vị trí công việc, đồng thời chưa có biểu mẫu chấm điểm thống nhất trong quá trình phỏng vấn và đánh giá ứng viên.

Hai là, công ty chưa thực hiện công tác đánh giá hiệu quả tuyển dụng sau mỗi đợt tuyển dụng nhân sự mới, dẫn đến quy trình tuyển dụng còn thiếu tính đồng bộ và chuyên nghiệp. Việc chưa có hoạt động tổng hợp, phân tích và đánh giá kết quả tuyển dụng khiến công ty khó kịp thời điều chỉnh các phương pháp tuyển dụng chưa phù hợp hoặc cải thiện những hạn chế còn tồn tại trong quá trình thực hiện. Điều này có thể ảnh hưởng đến chất lượng tuyển dụng, đồng thời làm gia tăng thời gian và chi phí cho các đợt tuyển dụng tiếp theo. Trong khi đó, hoạt động đánh giá sau tuyển dụng giữ vai trò quan trọng trong việc giúp ban lãnh đạo theo dõi hiệu quả tuyển dụng, kiểm soát chất lượng nguồn nhân lực và hoàn thiện quy trình tuyển dụng của công ty. Nguyên nhân chủ yếu là do công ty hiện chưa có quy trình đánh giá tuyển dụng riêng sau mỗi đợt tuyển dụng cũng

như chưa phân công cụ thể trách nhiệm theo dõi và tổng hợp các chỉ số đánh giá hiệu quả tuyển dụng.

Ba là, kênh tuyển dụng vẫn tập trung nhiều vào mạng xã hội, đặc biệt là Facebook. Mặc dù đây là kênh phổ biến, nhưng nếu chưa khai thác mạnh các nền tảng chuyên nghiệp hơn như LinkedIn hoặc các hệ thống tuyển dụng lớn thì có thể bỏ lỡ nhóm ứng viên chất lượng cao. Nguyên nhân của hạn chế này là do công ty vẫn ưu tiên sử dụng các kênh tuyển dụng có khả năng tiếp cận nhanh và chi phí thấp, trong khi chưa đầu tư nhiều vào việc mở rộng và phát triển các nền tảng tuyển dụng chuyên nghiệp khác.

Tổng thể, những hạn chế này không quá nghiêm trọng nhưng nếu không được cải thiện sẽ ảnh hưởng đến trải nghiệm ứng viên và hiệu quả tuyển dụng trong dài hạn. Việc tối ưu quy trình, ứng dụng công nghệ và đa dạng hóa kênh tuyển dụng sẽ là hướng đi cần thiết để Obox Group nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực nhân sự.

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG TUYỂN DỤNG NHÂN SỰ TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN OBOX GROUP

3.1. Cơ sở của giải pháp

3.1.1. Phương hướng phát triển nguồn nhân lực phục vụ hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới

Trong thời gian tới, Công ty Cổ phần Obox Group định hướng tiếp tục mở rộng hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử. Vì vậy, công ty cần xây dựng đội ngũ nhân sự có chuyên môn, kỹ năng và khả năng thích nghi phù hợp với môi trường làm việc năng động và áp lực cao của doanh nghiệp. Đặc biệt, các vị trí Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng tiếp tục là nhóm nhân sự giữ vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của công ty.

Bên cạnh việc mở rộng quy mô nhân sự, Obox Group cũng định hướng nâng cao chất lượng công tác tuyển dụng nhằm khắc phục những hạn chế còn tồn tại trong quy trình hiện tại như phụ thuộc nhiều vào đánh giá chủ quan của người tuyển dụng, chưa có hoạt động đánh giá hiệu quả tuyển dụng sau mỗi đợt tuyển dụng và chưa đa dạng hóa mạnh các kênh tuyển dụng chuyên nghiệp. Do đó, công ty cần hoàn thiện quy trình tuyển dụng theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

Phương hướng phát triển nguồn nhân lực của công ty trong thời gian tới tập trung vào các nội dung sau:

- Hoàn thiện quy trình tuyển dụng và nâng cao tính khách quan trong quá trình đánh giá ứng viên nhằm hạn chế phụ thuộc vào cảm nhận cá nhân của người phỏng vấn.
- Đẩy mạnh hoạt động đánh giá hiệu quả tuyển dụng sau mỗi đợt tuyển dụng để kịp thời điều chỉnh phương pháp tuyển dụng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tối ưu chi phí tuyển dụng.
- Mở rộng và đa dạng hóa các kênh tuyển dụng bên cạnh Facebook và Website nhằm tăng khả năng tiếp cận nhóm ứng viên có chuyên môn và kinh nghiệm phù hợp.
- Tiếp tục duy trì quy trình tuyển dụng nhiều vòng nhằm đảm bảo đánh giá toàn diện về kỹ năng, chuyên môn và mức độ phù hợp của ứng viên với văn hóa doanh nghiệp.
- Nâng cao chất lượng đào tạo, hướng dẫn và đánh giá trong thời gian thử việc nhằm giúp nhân sự mới nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc và nâng cao hiệu quả công việc.

- Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động cùng các chính sách đãi ngộ phù hợp nhằm tăng khả năng thu hút và giữ chân nhân sự có năng lực.

Bên cạnh đó, công ty cũng chú trọng xây dựng đội ngũ nhân sự ổn định, có tinh thần trách nhiệm và khả năng gắn bó lâu dài nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong môi trường cạnh tranh hiện nay. Việc hoàn thiện công tác tuyển dụng và phát triển nguồn nhân lực không chỉ giúp Obox Group nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh mà còn tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong thời gian tới.

3.1.2. Mục tiêu công tác tuyển dụng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới

Công tác tuyển dụng nguồn nhân lực có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động kinh doanh và quá trình phát triển của Công ty Cổ phần Obox Group. Việc xác định mục tiêu tuyển dụng cụ thể và phù hợp sẽ giúp công ty chủ động hơn trong quá trình tìm kiếm, thu hút và lựa chọn nhân sự đáp ứng yêu cầu công việc. Đồng thời, đây cũng là cơ sở để doanh nghiệp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, hoàn thiện quy trình tuyển dụng và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động trong thời gian tới. Các mục tiêu tuyển dụng của công ty được định hướng như sau:

Nguồn tuyển dụng ngày càng chất lượng

- Mở rộng và đa dạng hóa các kênh tuyển dụng nhằm tăng khả năng tiếp cận ứng viên phù hợp với nhu cầu của công ty.
- Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu tuyển dụng thông qua Fanpage Obox Group, Fanpage Talentmate Jobs, Website Talentmate và các nền tảng mạng xã hội khác nhằm nâng cao mức độ nhận diện của doanh nghiệp trên thị trường lao động.
- Xây dựng nội dung tuyển dụng rõ ràng, hình ảnh tuyển dụng chuyên nghiệp và phù hợp với xu hướng tiếp cận của người lao động trẻ.
- Tăng cường tiếp cận nguồn ứng viên có kinh nghiệm và kỹ năng phù hợp với các vị trí Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng.
- Mở rộng mối quan hệ với các trường đại học, cao đẳng tại Đà Nẵng nhằm tiếp cận nguồn lao động trẻ và hỗ trợ tuyển dụng nhân sự tiềm năng.

Đảm bảo số lượng và chất lượng ứng viên tuyển dụng

- Đảm bảo tuyển đủ số lượng nhân sự theo nhu cầu thực tế của từng bộ phận và đúng thời gian cần bổ sung nhân sự.
- Nâng cao chất lượng ứng viên đầu vào thông qua quy trình sàng lọc và đánh giá phù hợp với từng vị trí tuyển dụng.

- Tăng tỷ lệ ứng viên đạt yêu cầu sau thời gian thử việc và giảm tỷ lệ nghỉ việc trong giai đoạn đầu sau tuyển dụng.
- Tuyển chọn ứng viên không chỉ đáp ứng yêu cầu chuyên môn mà còn phù hợp với môi trường làm việc và văn hóa doanh nghiệp.

Hoàn thiện và nâng cao hiệu quả công tác tuyển dụng

- Hoàn thiện quy trình tuyển dụng theo hướng chuyên nghiệp, đồng bộ và khách quan hơn trong quá trình đánh giá ứng viên.
- Tăng cường hoạt động đánh giá hiệu quả tuyển dụng sau mỗi đợt tuyển dụng nhằm kịp thời điều chỉnh các phương pháp tuyển dụng chưa phù hợp.
- Rút ngắn thời gian tuyển dụng nhưng vẫn đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực đầu vào.
- Nâng cao sự phối hợp giữa bộ phận Hành chính – Nhân sự và các trưởng bộ phận trong quá trình tuyển dụng và đánh giá ứng viên.

Tối ưu chi phí tuyển dụng

- Sử dụng hiệu quả các kênh tuyển dụng sẵn có của công ty như website, fanpage và Facebook cá nhân của chuyên viên tuyển dụng nhằm tiết kiệm chi phí tuyển dụng.
- Phân bổ ngân sách tuyển dụng hợp lý cho từng vị trí và từng giai đoạn tuyển dụng.
- Theo dõi và đánh giá hiệu quả của từng kênh tuyển dụng để lựa chọn phương thức tuyển dụng phù hợp, hạn chế lãng phí chi phí và thời gian tuyển dụng.

3.2. Một số giải pháp cụ thể hoàn thiện công tác tuyển dụng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới

3.2.1. Nâng cao tính khách quan trong quá trình đánh giá ứng viên

Trong quá trình tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group, việc đánh giá ứng viên hiện vẫn chịu ảnh hưởng nhất định từ góc nhìn và cảm nhận cá nhân của người phỏng vấn, đặc biệt ở các tiêu chí liên quan đến tính cách, phong cách làm việc hay mức độ phù hợp với văn hóa doanh nghiệp. Điều này có thể dẫn đến sự thiếu thống nhất trong quá trình đánh giá giữa các ứng viên, đồng thời làm tăng khả năng bỏ sót những ứng viên có tiềm năng phù hợp với vị trí tuyển dụng.

Để khắc phục hạn chế này, công ty cần xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá ứng viên cụ thể và thống nhất cho từng vị trí tuyển dụng. Mỗi tiêu chí cần được mô tả rõ ràng và chia thành các mức đánh giá cụ thể nhằm hạn chế sự phụ thuộc vào cảm tính của người phỏng vấn. Đối với các vị trí như Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng,

công ty có thể xây dựng bảng tiêu chí đánh giá riêng dựa trên kỹ năng chuyên môn, khả năng xử lý tình huống, kỹ năng giao tiếp, tư duy sáng tạo và thái độ làm việc của ứng viên.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên chuẩn hóa phiếu đánh giá phỏng vấn để tất cả người tham gia tuyển dụng đều sử dụng chung một hệ thống tiêu chí trong quá trình đánh giá ứng viên. Sau mỗi buổi phỏng vấn, các thành viên tham gia đánh giá cần trao đổi và tổng hợp kết quả nhằm đảm bảo tính khách quan và hạn chế sự khác biệt trong quan điểm đánh giá.

Ngoài ra, công ty có thể tăng cường sử dụng các bài kiểm tra kỹ năng chuyên môn, bài test tình huống hoặc bài test thực hành để đánh giá năng lực thực tế của ứng viên thay vì phụ thuộc quá nhiều vào phần trao đổi trong phỏng vấn. Đối với vị trí Designer, cần chú trọng đánh giá qua bài test thiết kế và sản phẩm thực tế; đối với vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng, có thể áp dụng các tình huống giả định nhằm kiểm tra khả năng giao tiếp và xử lý vấn đề của ứng viên.

Việc nâng cao tính khách quan trong quá trình đánh giá ứng viên sẽ giúp Obox Group lựa chọn được nhân sự phù hợp hơn với yêu cầu công việc, đồng thời nâng cao chất lượng tuyển dụng và giảm thiểu những sai sót trong quá trình lựa chọn nhân sự.

Dưới đây là mẫu Phiếu đánh giá ứng viên:

PHIẾU ĐÁNH GIÁ ỨNG VIÊN PHỎNG VẤN

Vị trí ứng tuyển:

Họ và tên ứng viên:

Ngày phỏng vấn:

Người phỏng vấn:

I. ĐÁNH GIÁ CHUNG

Tiêu chí đánh giá	Nội dung đánh giá	Điểm tối đa	Điểm đánh giá
Tác phong, thái độ	Ăn mặc lịch sự, đúng giờ, thái độ nghiêm túc	10	

Kỹ năng giao tiếp	Diễn đạt rõ ràng, tự tin, phản hồi tốt	10	
Mức độ phù hợp với văn hóa công ty	Thái độ làm việc, tinh thần hợp tác, khả năng hòa nhập	10	
Tinh thần học hỏi và chủ động	Chủ động trong trao đổi, có định hướng phát triển	10	

Tổng điểm phần I:/40

II. ĐÁNH GIÁ CHUYÊN MÔN THEO VỊ TRÍ

1. Đối với vị trí Designer

Tiêu chí đánh giá	Nội dung đánh giá	Điểm tối đa	Điểm đánh giá
Kỹ năng thiết kế	Sử dụng Photoshop, Illustrator, AI	10	
Tư duy sáng tạo	Ý tưởng thiết kế, khả năng phát triển concept	10	
Gu thẩm mỹ	Bố cục, màu sắc, typography	10	
Portfolio/Bài test	Chất lượng sản phẩm thực tế	10	

Tổng điểm Designer:/40

2. Đối với vị trí Sale & Chăm sóc khách hàng

Tiêu chí đánh giá	Nội dung đánh giá	Điểm tối đa	Điểm đánh giá
Kỹ năng tư vấn	Khả năng thuyết phục và giao tiếp với khách hàng	10	

Kỹ năng xử lý tình huống	Cách giải quyết vấn đề và phản hồi khách hàng	10	
Hiểu biết về công việc	Nắm được công việc và định hướng nghề nghiệp	10	
Thái độ và tinh thần làm việc	Chủ động, nhiệt tình, trách nhiệm	10	

Tổng điểm Sale & CSKH:/40

III. NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI PHỎNG VẤN

.....

IV. KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ

- ☐ Đạt phỏng vấn
☐ Cần xem xét thêm
☐ Không đạt

Tổng điểm:/80

Chữ ký người phỏng vấn

(Ký và ghi rõ họ tên)

.....

Cách tính điểm đánh giá ứng viên

- Mỗi tiêu chí được chấm theo thang điểm từ **0 – 10 điểm**.
- Người phỏng vấn sẽ căn cứ vào mức độ đáp ứng của ứng viên để cho điểm tương ứng.

- **Quy đổi mức điểm:**

Mức độ đáp ứng	Điểm đánh giá
Không đáp ứng yêu cầu	0 – 3 điểm
Đáp ứng một phần yêu cầu	4 – 6 điểm
Đáp ứng tốt yêu cầu	7 – 8 điểm
Đáp ứng rất tốt yêu cầu	9 – 10 điểm

- **Xếp loại kết quả phỏng vấn:**

Tổng điểm	Kết quả đánh giá
Từ 65 – 80 điểm	Đạt
Từ 50 – dưới 65 điểm	Cần xem xét thêm (Lưu hồ sơ)
Dưới 50 điểm	Không đạt

3.2.2. Thực hiện công tác đánh giá hiệu quả sau khi tuyển dụng

Bên cạnh việc chú trọng sàng lọc và lựa chọn ứng viên phù hợp, công tác đánh giá hiệu quả sau tuyển dụng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hoàn thiện quy trình tuyển dụng của doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện nay Obox Group vẫn chưa thực hiện hoạt động đánh giá hiệu quả tuyển dụng một cách cụ thể và đồng bộ sau mỗi đợt tuyển dụng nhân sự mới. Điều này khiến công ty gặp khó khăn trong việc theo dõi chất lượng tuyển dụng, đánh giá mức độ phù hợp của ứng viên sau khi nhận việc cũng như kịp thời điều chỉnh những hạn chế còn tồn tại trong quy trình tuyển dụng. Vì vậy, việc xây dựng và thực hiện công tác đánh giá hiệu quả sau tuyển dụng là giải pháp cần thiết nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tối ưu hiệu quả tuyển dụng trong thời gian tới.

Đánh giá quy trình tuyển dụng

Sau khi hoàn thành kế hoạch tuyển dụng cho từng vị trí, trưởng bộ phận Hành chính – Nhân sự sẽ trực tiếp tổng hợp và đánh giá hiệu quả của toàn bộ quy trình tuyển dụng dựa trên kết quả tuyển dụng thực tế. Quá trình đánh giá được thực hiện thông qua việc phối hợp với chuyên viên tuyển dụng và các trưởng bộ phận chuyên môn có phát

sinh nhu cầu tuyển dụng nhằm đảm bảo kết quả đánh giá khách quan và sát với thực tế công việc.

Cụ thể, chuyên viên tuyển dụng sẽ tổng hợp các số liệu liên quan như số lượng hồ sơ tiếp nhận, tỷ lệ ứng viên đạt phỏng vấn, tỷ lệ đạt thử việc, thời gian tuyển dụng và chi phí tuyển dụng. Trong khi đó, trưởng các bộ phận chuyên môn sẽ trực tiếp đánh giá mức độ đáp ứng công việc, khả năng hòa nhập và hiệu quả làm việc của nhân sự mới sau thời gian thử việc.

Dựa trên các thông tin tổng hợp, trưởng bộ phận Hành chính – Nhân sự sẽ tiến hành đánh giá tổng thể hiệu quả của quy trình tuyển dụng, xác định những hạn chế còn tồn tại và đề xuất phương án điều chỉnh phù hợp cho các đợt tuyển dụng tiếp theo.

Dưới đây là bảng minh họa các chỉ số đánh giá hiệu quả tuyển dụng

Bảng 3.1: Các chỉ số đánh giá hiệu quả tuyển dụng

Tiêu chí đánh giá	Cách tính / Nội dung đánh giá	Mức đánh giá
Tỷ lệ ứng viên đạt phỏng vấn	$(\text{Số ứng viên đạt phỏng vấn} / \text{Tổng số ứng viên tham gia phỏng vấn}) \times 100\%$	Trên 70%: Tốt; Từ 50% – 70%: Khá; Dưới 50%: Cần điều chỉnh tiêu chí sàng lọc
Tỷ lệ đạt thử việc	$(\text{Số nhân sự được ký chính thức} / \text{Số nhân sự thử việc}) \times 100\%$	Trên 80%: Tốt; Từ 65% – dưới 80%: Khá; Từ 50% – dưới 65%: Trung bình; Dưới 50%: Thấp
Thời gian tuyển dụng	Khoảng thời gian hoàn thành kế hoạch tuyển dụng của từng đợt hoặc từng quý	Hoàn thành đúng kế hoạch: Tốt; Chậm dưới 2 tuần: Khá; Chậm trên 2 tuần: Cần cải thiện
Chi phí tuyển dụng	Tổng chi phí tuyển dụng thực tế so với ngân sách tuyển dụng đã đề ra	Thấp hơn hoặc đúng ngân sách: Hiệu quả; Vượt dưới 10% ngân sách: Chấp nhận được; Vượt trên 10% ngân sách: Cần tối ưu

Đánh giá mức độ hiệu quả của bài test tuyển dụng

Hiện nay, Obox Group đã áp dụng bài test chuyên môn đối với vị trí Designer nhằm đánh giá năng lực thiết kế và khả năng đáp ứng công việc của ứng viên trước khi

tham gia phỏng vấn chuyên môn. Tuy nhiên, để đảm bảo bài test vẫn phù hợp với yêu cầu công việc thực tế và mang lại hiệu quả tuyển dụng cao, công ty cần thường xuyên đánh giá và điều chỉnh nội dung bài test sau từng giai đoạn tuyển dụng.

Việc đánh giá sẽ được thực hiện thông qua kết quả làm bài của ứng viên, tỷ lệ ứng viên vượt qua bài test và mức độ đáp ứng công việc thực tế của nhân sự sau khi được tuyển dụng. Trưởng bộ phận Designer sẽ phối hợp cùng bộ phận Hành chính – Nhân sự rà soát nội dung bài test nhằm xem xét mức độ phù hợp về yêu cầu chuyên môn, độ khó, thời gian thực hiện và khả năng đánh giá đúng năng lực ứng viên.

Trường hợp số lượng ứng viên vượt qua bài test quá thấp hoặc nhiều ứng viên có năng lực thực tế tốt nhưng không đạt yêu cầu bài test, công ty cần xem xét điều chỉnh nội dung hoặc độ khó của bài test để phù hợp hơn với nhu cầu tuyển dụng thực tế. Ngược lại, nếu các ứng viên đạt bài test đều có khả năng đáp ứng công việc tốt sau khi nhận việc, điều đó cho thấy bài test đang phát huy hiệu quả trong quá trình sàng lọc ứng viên.

Để việc đánh giá hiệu quả bài test tuyển dụng mang tính thực tế và khách quan hơn, công ty có thể thực hiện đối chiếu kết quả bài test chuyên môn với hiệu quả làm việc của nhân sự sau thời gian thử việc, đồng thời kết hợp thu thập ý kiến đánh giá từ trưởng bộ phận chuyên môn. Thông qua các nội dung đánh giá này, doanh nghiệp có thể xác định mức độ phù hợp của bài test hiện tại và kịp thời điều chỉnh nội dung đánh giá trong các đợt tuyển dụng tiếp theo. Dưới đây là bảng minh họa về việc so sánh kết quả bài test với hiệu quả làm việc thực tế.

Bảng 3.2: Bảng so sánh kết quả bài test với hiệu quả làm việc thực tế

Họ tên	Điểm bài test	Kết quả thử việc	Đánh giá hiệu quả công việc
Nguyễn Văn A	85/100	Đạt	Tốt
Trần Văn B	78/100	Đạt	Khá
Lê Văn C	90/100	Không đạt	Trung bình

Hoặc có thể đánh giá thông qua phản hồi của trưởng bộ phận chuyên môn

Sau khi nhân sự mới kết thúc thời gian thử việc, trưởng bộ phận Designer sẽ đưa ra nhận xét về mức độ phù hợp giữa nội dung bài test với công việc thực tế như:

- Bài test có phản ánh đúng kỹ năng cần thiết hay không
- Mức độ khó của bài test có phù hợp với yêu cầu tuyển dụng không
- Nội dung bài test có quá thiên về lý thuyết hoặc chưa sát thực tế công việc không

Những phản hồi này sẽ là cơ sở để công ty điều chỉnh nội dung bài test phù hợp hơn trong các đợt tuyển dụng tiếp theo.

Đánh giá mức độ hiệu quả các kênh tuyển dụng

Bên cạnh việc đánh giá chất lượng ứng viên sau tuyển dụng, Obox Group cũng cần thực hiện đánh giá mức độ hiệu quả của từng kênh tuyển dụng đang sử dụng nhằm xác định kênh nào mang lại nguồn ứng viên phù hợp và tối ưu chi phí tuyển dụng. Việc đánh giá này giúp công ty có cơ sở lựa chọn và phân bổ nguồn lực hợp lý cho các kênh tuyển dụng trong những đợt tuyển dụng tiếp theo.

Bộ phận Hành chính – Nhân sự sẽ tiến hành tổng hợp số lượng hồ sơ tiếp nhận, tỷ lệ ứng viên đạt phỏng vấn, tỷ lệ đạt thử việc và chi phí tuyển dụng tương ứng của từng kênh tuyển dụng như Website Talentmate, Fanpage Obox Group, Fanpage Talentmate Jobs và Facebook của chuyên viên tuyển dụng. Từ đó, công ty có thể đánh giá được mức độ hiệu quả của từng kênh trong việc tiếp cận và thu hút ứng viên phù hợp.

Ngoài ra, việc đánh giá này còn giúp công ty xác định được đặc điểm và chất lượng nguồn ứng viên từ từng nền tảng tuyển dụng khác nhau. Chẳng hạn, Facebook của chuyên viên tuyển dụng có thể mang lại số lượng hồ sơ lớn và khả năng tiếp cận nhanh, nhưng chất lượng ứng viên có thể không đồng đều. Trong khi đó, Website Talentmate hoặc các Fanpage tuyển dụng chính thức có thể giúp tiếp cận nhóm ứng viên quan tâm trực tiếp đến doanh nghiệp và có mức độ phù hợp cao hơn với nhu cầu tuyển dụng của công ty.

Thông qua kết quả tổng hợp và so sánh giữa các kênh tuyển dụng, bộ phận Hành chính – Nhân sự có thể xác định kênh nào mang lại hiệu quả cao về số lượng hồ sơ, chất lượng ứng viên và chi phí tuyển dụng phù hợp để tiếp tục duy trì hoặc tăng cường khai thác. Đồng thời, đối với các kênh có hiệu quả thấp, công ty có thể xem xét điều chỉnh nội dung tuyển dụng, hình thức truyền thông hoặc tần suất đăng bài nhằm nâng cao hiệu quả tiếp cận ứng viên trong các đợt tuyển dụng tiếp theo. Dưới đây là bảng minh họa đánh giá hiệu quả các kênh tuyển dụng:

Bảng 3.3: Bảng đánh giá hiệu quả các kênh tuyển dụng

Kênh tuyển dụng	Số lượng hồ sơ tiếp nhận	Tỷ lệ đạt phỏng vấn	Tỷ lệ đạt thử việc	Chi phí tuyển dụng	Mức độ hiệu quả
------------------------	---------------------------------	----------------------------	---------------------------	---------------------------	------------------------

Website Talentmate	35 hồ sơ	65%	75%	1.000.000 đồng	Khá
Facebook cá nhân chuyên viên tuyển dụng	120 hồ sơ	50%	60%	5.000.000 VNĐ	Trung bình
Fanpage Obox Group và Talentmate Jobs	55 hồ sơ	70%	80%	300.000 đồng	Tốt

3.2.3. Mở rộng và nâng cao hiệu quả các kênh tuyển dụng

Hiện nay, hoạt động tuyển dụng tại Obox Group chủ yếu được triển khai thông qua các kênh mạng xã hội như Fanpage công ty và Facebook của chuyên viên tuyển dụng cùng với Website Talentmate. Các kênh này mang lại hiệu quả nhất định trong việc tiếp cận ứng viên nhanh và phù hợp với nhóm lao động trẻ, tuy nhiên phạm vi tiếp cận vẫn còn giới hạn trong một số nhóm ứng viên quen thuộc, chưa mở rộng được nguồn ứng viên có kinh nghiệm hoặc chuyên môn cao.

Vì vậy, trong thời gian tới, công ty cần định hướng mở rộng thêm các kênh tuyển dụng mang tính chuyên nghiệp hơn, đặc biệt là các nền tảng định hướng nghề nghiệp như LinkedIn. Việc khai thác LinkedIn giúp doanh nghiệp tiếp cận được nhóm ứng viên có kinh nghiệm, có định hướng nghề nghiệp rõ ràng và phù hợp hơn với các vị trí yêu cầu chuyên môn.

Bên cạnh đó, Obox Group cần tăng cường hợp tác với các trường cao đẳng và đại học tại khu vực Đà Nẵng. Đây là nguồn cung ứng viên trẻ, có kiến thức nền tảng tốt và dễ đào tạo, đặc biệt phù hợp với các vị trí như Designer và Sale & Chăm sóc khách hàng. Việc phối hợp tổ chức ngày hội việc làm, chương trình thực tập hoặc kết nối tuyển dụng trực tiếp với sinh viên giúp doanh nghiệp xây dựng nguồn ứng viên tiềm năng một cách ổn định và lâu dài.

Đồng thời, công ty cần chú trọng cải thiện và phát triển Website Talentmate theo hướng chuyên nghiệp hơn. Cụ thể, cần nâng cấp giao diện, tối ưu trải nghiệm người dùng, cập nhật thông tin tuyển dụng thường xuyên và rõ ràng hơn, đồng thời tăng khả năng hiển thị thương hiệu tuyển dụng của doanh nghiệp. Việc cải thiện website không

chỉ giúp nâng cao hình ảnh tuyển dụng mà còn tăng mức độ tin cậy và khả năng thu hút ứng viên chất lượng.

Song song với đó, công ty cũng cần nâng cao hiệu quả các kênh tuyển dụng hiện có bằng cách cải thiện nội dung tuyển dụng, tăng tính chuyên nghiệp trong cách trình bày thông tin và đầu tư hơn vào hình ảnh thương hiệu tuyển dụng. Điều này góp phần nâng cao mức độ thu hút ứng viên và chất lượng hồ sơ đầu vào.

Đồng thời, bộ phận Hành chính – Nhân sự cần thường xuyên theo dõi, đánh giá hiệu quả từng kênh tuyển dụng dựa trên các chỉ số như số lượng hồ sơ tiếp nhận, tỷ lệ đạt phỏng vấn, tỷ lệ đạt thử việc và chi phí tuyển dụng. Từ đó, công ty có cơ sở điều chỉnh chiến lược tuyển dụng theo hướng tập trung vào những kênh mang lại hiệu quả cao, đồng thời hạn chế phụ thuộc vào một nguồn tuyển dụng duy nhất.

Dưới đây là nội dung thư mời hỗ trợ truyền thông gửi đến các trường:

Kính gửi: Quý Nhà trường / Phòng Công tác Sinh viên Trường [Tên trường],

Lời đầu tiên, tôi xin thay mặt Công ty Cổ phần Obox Group gửi đến Quý Nhà trường lời chúc sức khỏe và lời chào trân trọng nhất.

Công ty Cổ phần Obox Group hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử và dịch vụ tuyển dụng, với định hướng phát triển hệ sinh thái sản phẩm và dịch vụ sáng tạo, mang lại giá trị thiết thực cho khách hàng và góp phần nâng cao hiệu quả kết nối giữa doanh nghiệp và người lao động tại Đà Nẵng.

Trong thời gian tới, Obox Group có kế hoạch mở rộng hoạt động kinh doanh nên công ty có nhu cầu tuyển dụng một số vị trí thực tập sinh. Đây vừa là cơ hội để doanh nghiệp tiếp cận và đào tạo nguồn nhân lực trẻ, năng động đến từ Quý Nhà trường, vừa là cơ hội để sinh viên được trải nghiệm môi trường làm việc thực tế, tích lũy kinh nghiệm và phát triển kỹ năng nghề nghiệp ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Nhận thấy Quý Nhà trường có các chuyên ngành đào tạo phù hợp với các vị trí thực tập sinh tại công ty, chúng tôi rất mong nhận được sự hỗ trợ của Nhà trường trong việc đăng tải bài viết **hỗ trợ truyền thông (HTTT)** tuyển dụng thực tập sinh trên fanpage hoặc các kênh truyền thông chính thức của Nhà trường.

Thông tin chi tiết HTTT như sau:

- Hình thức: 01 bài đăng kèm 01 hình ảnh
- Thời gian đăng: từ ngày xx/xx/xxxx đến yy/yy/xxxx
- Nội dung và hình ảnh: được đính kèm theo email này

Công ty chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Quý Nhà trường và hy vọng Nhà trường tiếp tục đào tạo ra những thế hệ sinh viên giỏi, năng động, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động.

Mọi thông tin hoặc thắc mắc, xin vui lòng liên hệ qua email này.

Trân trọng kính chào!

[Họ và tên]

Công ty Cổ phần Obox Group

3.2.4. Một số kiến nghị khác

Hiện nay, công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Obox Group đã đạt được một số kết quả nhất định trong việc thu hút và lựa chọn ứng viên phù hợp với nhu cầu phát triển của doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh và yêu cầu tuyển dụng ngày càng cao, công ty vẫn cần tiếp tục hoàn thiện một số nội dung nhằm nâng cao hiệu quả tuyển dụng trong thời gian tới.

Trước hết, công ty cần thực hiện việc chuẩn hóa nội dung mô tả công việc trên tất cả các kênh tuyển dụng. Thực tế cho thấy, cùng một vị trí nhưng thông tin đăng tải trên các nền tảng khác nhau đôi khi chưa hoàn toàn thống nhất về yêu cầu công việc, quyền lợi hoặc tiêu chí ứng tuyển. Điều này có thể khiến ứng viên bị hiểu sai hoặc không nắm rõ đầy đủ thông tin ngay từ đầu, dẫn đến việc giảm hiệu quả sàng lọc ban đầu và tăng tỷ lệ ứng viên không phù hợp. Vì vậy, việc xây dựng một mẫu mô tả công việc thống nhất và áp dụng đồng bộ trên các kênh sẽ giúp nâng cao tính chuyên nghiệp, đồng thời tăng độ tin cậy của thương hiệu tuyển dụng Obox Group trong mắt ứng viên.

Bên cạnh đó, công ty cần chú trọng hơn đến việc xây dựng cơ chế phản hồi ứng viên trong toàn bộ quy trình tuyển dụng. Hiện nay, việc phản hồi kết quả phỏng vấn hoặc sàng lọc đôi khi chưa được thực hiện đầy đủ và kịp thời, có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm của ứng viên trong quá trình ứng tuyển. Việc phản hồi rõ ràng, minh bạch không chỉ thể hiện sự tôn trọng đối với ứng viên mà còn góp phần xây dựng hình ảnh doanh nghiệp chuyên nghiệp, từ đó tạo thiện cảm và tăng khả năng thu hút ứng viên chất lượng trong các đợt tuyển dụng tiếp theo.

Ngoài ra, Obox Group cần tăng cường ứng dụng các công cụ hỗ trợ trong quản lý và theo dõi quy trình tuyển dụng. Việc áp dụng các hệ thống quản lý hồ sơ ứng viên, theo dõi trạng thái ứng tuyển hoặc tổng hợp dữ liệu tuyển dụng theo từng đợt sẽ giúp bộ

phận nhân sự kiểm soát tốt hơn toàn bộ quy trình, hạn chế sai sót trong quá trình xử lý thủ công, đồng thời nâng cao khả năng phân tích và đánh giá hiệu quả tuyển dụng một cách chính xác và kịp thời hơn.

Cuối cùng, công ty nên tiếp tục đầu tư và nâng cao chất lượng hoạt động truyền thông tuyển dụng. Không chỉ dừng lại ở việc đăng tin tuyển dụng, Obox Group cần chú trọng hơn đến nội dung, hình ảnh và cách thể hiện thông tin tuyển dụng theo hướng chuyên nghiệp, thu hút và phù hợp với từng nhóm ứng viên mục tiêu. Việc xây dựng thương hiệu tuyển dụng rõ ràng và nhất quán sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động, đồng thời cải thiện chất lượng nguồn ứng viên đầu vào trong dài hạn.

KẾT LUẬN CHUNG

Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh và có nhiều biến động, công tác tuyển dụng nguồn nhân lực giữ vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển ổn định và bền vững của doanh nghiệp. Đối với Công ty Cổ phần Obox Group, tuyển dụng không chỉ là hoạt động nhằm đáp ứng nhu cầu nhân sự ở từng giai đoạn mà còn là yếu tố góp phần nâng cao chất lượng đội ngũ lao động, đảm bảo hiệu quả vận hành và tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài trong tương lai.

Thông qua quá trình nghiên cứu và phân tích thực trạng công tác tuyển dụng tại Công ty Cổ phần Obox Group, đề tài đã hệ thống hóa được toàn bộ quy trình tuyển dụng đang được áp dụng tại doanh nghiệp, từ khâu xác định nhu cầu, xây dựng tiêu chí, tổ chức tuyển chọn, đến đánh giá ứng viên sau thử việc. Nhìn chung, công ty đã bước đầu xây dựng được quy trình tuyển dụng tương đối rõ ràng, có sự phối hợp giữa các bộ phận liên quan và từng bước hướng đến việc lựa chọn nhân sự phù hợp với yêu cầu công việc thực tế.

Trên cơ sở đó, đề tài đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tuyển dụng nguồn nhân lực tại Công ty Cổ phần Obox Group trong thời gian tới. Các giải pháp tập trung vào việc nâng cao tính khách quan trong đánh giá ứng viên, hoàn thiện hệ thống tiêu chí tuyển chọn, tăng cường công tác đánh giá hiệu quả tuyển dụng sau mỗi giai đoạn, đồng thời mở rộng và tối ưu hóa nguồn ứng viên nhằm nâng cao chất lượng đầu vào. Bên cạnh đó, việc tăng cường phối hợp giữa các bộ phận và cải thiện chất lượng triển khai quy trình tuyển dụng cũng là những yếu tố quan trọng giúp nâng cao hiệu quả tuyển dụng một cách toàn diện.

Có thể khẳng định rằng, việc hoàn thiện công tác tuyển dụng nguồn nhân lực sẽ góp phần quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự, tối ưu hóa hiệu quả sử dụng nguồn lực và tăng khả năng cạnh tranh của Công ty Cổ phần Obox Group trong bối cảnh hiện nay. Đây cũng là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp tiếp tục phát triển ổn định và bền vững trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

STT	Loại tài liệu	Trích dẫn tham khảo chuẩn APA
1	Khóa luận tốt nghiệp	Bùi Lâm Bích Ngọc. (2024). <i>Một số giải pháp hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân lực khối văn phòng tại Công ty TNHH TM & DV Onemore</i> (Khóa luận tốt nghiệp đại học). Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
2	Báo cáo doanh nghiệp (tài liệu nội bộ)	Công ty Cổ phần Obox Group. (2023–2025). <i>Số liệu tài chính và nguồn nhân lực</i> [Tài liệu nội bộ].
3	Bài báo điện tử	Đỗ Văn Tính. (2025). Thị trường lao động và việc làm trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. <i>Tạp chí Công Thương</i> . https://ojs.tapchicongthuong.vn/vi/ojs-post/thi-truong-lao-dong-va-viec-lam-tren-dia-ban-thanh-pho-da-nang-75386.htm
4	Giáo trình nội bộ	Lê Thị Quỳnh Anh. (2024). <i>Quản trị nguồn nhân lực</i> . Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
5	Website	MISA AMIS. (2025). <i>5 giải pháp tuyển dụng nhân sự hiệu quả 2025</i> . MISA AMIS. https://amis.misa.vn/210935/5-giai-phap-tuyen-dung-nhan-su-hieu-qua/
6	Bài báo điện tử	Phạm Hồng Ánh & Quân Tuấn Anh. (2025). Giải pháp đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong tuyển dụng nhân lực tại các doanh nghiệp hiện nay. <i>Tạp chí Quản lý Nhà nước</i> . https://www.quanlynhanuoc.vn/2025/04/03/giai-phap-day-manh-ung-dung-cong-nghe-thong-tin-trong-tuyen-dung-nhan-luc-tai-cac-doanh-nghiep-hien-nay/
7	Website	SHiring. (2024). <i>Hướng dẫn quy trình 7 bước tuyển dụng nhân sự chuyên nghiệp</i> . SHiring. https://shiring.ai/vi/