

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG TẠI MỘT SỐ TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP TẠI TP. HỒ CHÍ MINH GIAI ĐOẠN 2020-2023

● TRẦN THỊ PHƯƠNG THỦY - HÀ HIỀN MINH - NGUYỄN XUÂN MINH

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu phân tích thực trạng hoạt động xây dựng thương hiệu (XDTH) nhà tuyển dụng tại một số tổ chức, doanh nghiệp (DN) tại TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2020-2023. Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động XDTH nhà tuyển dụng còn một số hạn chế, như: 1) sự cạnh tranh gay gắt trong quá trình tuyển dụng nguồn nhân lực chất lượng cao; 2) các tổ chức, DN vẫn chưa tận dụng được tối đa sức mạnh của các kênh truyền thông để quảng bá thương hiệu nhà tuyển dụng; 3) nguồn ngân sách để phục vụ cho hoạt động XDTH nhà tuyển dụng còn hạn chế,... Từ đó, bài nghiên cứu đề xuất một số hàm ý khuyến nghị về hoạt động XDTH nhà tuyển dụng cho một số tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh.

Từ khóa: xây dựng thương hiệu, nhà tuyển dụng, tổ chức, doanh nghiệp, TP. Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hiện nay, việc tuyển dụng và giữ chân nhân tài đã trở thành một trong những giải pháp nhằm tạo điều kiện để các tổ chức, DN thực hiện mục tiêu phát triển bền vững. Sự tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và những thách thức trong giai đoạn chuyển đổi số yêu cầu các tổ chức, DN chú trọng tới việc thu hút và giữ chân nhân sự chất lượng cao, phù hợp với định hướng phát triển của mình. Để thu hút người lao động, các nhà tuyển dụng đã sử dụng một số nguyên lý thuộc về quản trị thương hiệu áp dụng trong lĩnh vực quản trị nhân lực. Việc sử dụng

nguyên lý của quản trị thương hiệu vào quản trị nhân lực đã hình thành thuật ngữ thương hiệu nhà tuyển dụng. Ngày nay, càng nhiều tổ chức, DN quan tâm đến việc đầu tư vào hoạt động XDTH nhà tuyển dụng. Đặc biệt tại Việt Nam, khi hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, các tổ chức, DN Việt Nam phải đối mặt với những thách thức to lớn trong việc cạnh tranh về nhân lực với các DN nước ngoài, các tập đoàn đa quốc gia hùng mạnh về tài chính, kinh nghiệm kinh doanh và quản lý thì XDTH nhà tuyển dụng lại càng trở nên cấp thiết.

Lợi ích của XDTH nhà tuyển dụng khá rõ ràng đối với cả nhà tuyển dụng và người lao động. Do

vậy, việc XDTH nhà tuyển dụng thực sự cần thiết và mang lại lợi ích cho cả DN hay tổ chức với tư cách là nhà tuyển dụng và người lao động. Việc hiểu biết về thương hiệu nhà tuyển dụng, tầm quan trọng và những ứng dụng của nó là hết sức cần thiết cho các tổ chức, DN ngày nay, nhất là các tổ chức hay DN Việt Nam vốn chưa thật sự xem việc XDTH nhà tuyển dụng là một phương án chiến lược cho sự phát triển bền vững. Tuy nhiên, hoạt động XDTH nhà tuyển dụng vẫn còn gặp phải một số khó khăn, thách thức.

Chính vì vậy, bài viết nghiên cứu “Thực trạng hoạt động xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng tại một số tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2020-2023” nhằm có cái nhìn rõ hơn về hoạt động XDTH nhà tuyển dụng cho một số tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh.

2. Thực trạng hoạt động xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng tại một số tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2020-2023

2.1. Hoạt động xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng

Để khảo sát về hoạt động XDTH nhà tuyển dụng, nhóm nghiên cứu đã tiến hành gửi bảng khảo sát đến các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh trong khoảng thời gian từ ngày 15/7/2023 đến ngày 15/8/2023. Phiếu khảo sát được gửi trực tiếp đến cho lãnh đạo tổ chức, DN và nhân viên DN, hoặc gửi trực tuyến thông qua email và ứng dụng google forms. Sau khi tổng hợp và loại bỏ các phiếu khảo sát không hợp lệ, kết quả thu được 143 phiếu khảo sát hợp lệ từ các tổ chức và DN, trong đó có 117 phiếu khảo sát từ DN (chiếm 81,8%) và 26 phiếu khảo sát từ tổ chức (chiếm 18,2%).

Bảng 1. Hoạt động xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng

Hoạt động	Tiêu chí	Ý kiến của doanh nghiệp				Giá trị trung bình
		Hoàn toàn không đồng ý - Trung lập	Tỷ lệ %	Đồng ý - Hoàn toàn đồng ý	Tỷ lệ %	
Tuyển dụng	TD1	36	30,77	81	69,23	3,97
	TD2	25	21,37	92	78,63	4,13
	TD3	34	29,06	83	70,94	3,92
	TD4	23	19,66	94	80,34	4,23
	TD5	27	23,08	90	76,92	4,19
Hội nhập	HN1	18	15,38	99	84,62	4,36
	HN2	12	10,26	105	89,74	4,29
	HN3	20	17,09	97	82,91	4,22
	HN4	24	20,51	93	79,49	4,14
	HN5	13	11,11	104	88,89	4,27
Quản lý tài năng	TN1	32	27,35	85	72,65	3,93
	TN2	26	22,22	91	77,78	3,99
	TN3	33	28,21	84	71,79	3,91
	TN4	44	37,61	73	62,39	3,82
	TN5	20	17,09	97	82,91	4,15
Quản lý thành tích	TT1	21	17,95	96	82,05	4,15
	TT2	26	22,22	91	77,78	4,08

Hoạt động	Tiêu chí	Ý kiến của doanh nghiệp				Giá trị trung bình
		Hoàn toàn không đồng ý - Trung lập	Tỷ lệ %	Đồng ý - Hoàn toàn đồng ý	Tỷ lệ %	
Quản lý thành tích	TT3	20	17,09	97	82,91	4,03
	TT4	21	17,95	96	82,05	4,14
	TT5	41	35,04	76	64,96	3,74
Phát triển năng lực lãnh đạo	LĐ1	41	35,04	76	64,96	3,78
	LĐ2	30	25,64	87	74,36	3,99
	LĐ3	39	33,33	78	66,67	3,79
	LĐ4	28	23,93	89	76,07	3,97
	LĐ5	13	11,11	104	88,89	4,43

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát

Về hoạt động tuyển dụng: Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, tiêu chí TD4 - “quá trình tuyển dụng khách quan và công bằng” có tỷ lệ DN thực hiện cao nhất (94 DN), chiếm 80,34%. Tiêu chí TD1 - “có sự hiện diện trực tuyến mạnh mẽ với thông tin rõ ràng về tầm nhìn trong tương lai” có tỷ lệ DN thực hiện thấp nhất (81 DN), chiếm 69,23%. Trên thực tế, khi tiến hành phỏng vấn sâu các quản lý DN về vấn đề tuyển dụng, đa số các ý kiến cũng nhấn mạnh vào quá trình tuyển dụng như cách đăng tin, chuẩn bị bộ câu hỏi, cách phỏng vấn, kiểm tra trình độ,... hơn là tập trung vào việc làm rõ tầm nhìn của công ty cho ứng viên hiểu ngay từ bước tuyển dụng này. Tuy nhiên, khi xem xét mức điểm trung bình DN đánh giá cho từng tiêu chí thì đều đạt xấp xỉ 4 (thấp nhất là TD1 đạt 3,97).

Kết quả đánh giá mức độ thực hiện hoạt động tuyển dụng của DN cho cả 5 tiêu chí cho thấy số lượng DN đã thực hiện đầy đủ cả 5 tiêu chí của hoạt động tuyển dụng là 57 DN (tỷ lệ 48,72%), số lượng DN có ít nhất một nội dung chưa thực hiện là 60 (tỷ lệ 51,28%).

Về hoạt động hội nhập: Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, tiêu chí HN2 - “cung cấp mô tả vai trò công việc rõ ràng cho nhân viên” có tỷ lệ DN thực hiện cao nhất (105 DN), chiếm 89,74%. Tiêu chí có tỷ lệ DN thực hiện thấp nhất là HN4 - “giới thiệu đầy đủ về văn hóa tổ chức, các giá trị, tầm nhìn và sứ mệnh cho nhân viên” (93 DN), chiếm 79,49%. Cả 5 tiêu

chí đều phản ánh mức độ am hiểu, quan tâm và thực hiện tích cực hoạt động hội nhập của DN, với điểm số đánh giá trung bình đều trên 4 (thấp nhất là HN4 đạt 4,14).

Kết quả đánh giá mức độ thực hiện hoạt động hội nhập của DN cho cả 5 tiêu chí. Trong đó, có 81 DN đã thực hiện đầy đủ cả 5 tiêu chí của hoạt động hội nhập (tỷ lệ 69,23%). Còn lại 36 DN (tỷ lệ 30,77%) chưa thực hiện ít nhất một nội dung hội nhập. Đây là nhóm hoạt động được thực hiện tốt nhất trong tất cả các hoạt động XDTH nhà tuyển dụng của DN.

Về hoạt động quản lý tài năng: Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, tiêu chí được thực hiện nhiều nhất là TN5 - “ghi nhận một cách khách quan những thành tích của nhân viên và đưa ra các phần thưởng phù hợp” với 97 DN, chiếm 82,91%. Tiêu chí TN4 - “đưa ra các yêu cầu công việc có ý nghĩa và đầy thử thách” có tỷ lệ DN thực hiện thấp nhất là 73 DN, chiếm 62,39%. Sự khác biệt về tỷ lệ thực hiện giữa hai tiêu chí là khá cao. Điều này có thể được lý giải do các DN hiện nay ưu tiên việc đưa ra các lợi ích để khuyến khích sự sáng tạo và năng suất làm việc của nhân viên hơn là thử thách họ bằng các công việc có tính chất phức tạp, nhiều rủi ro.

Mức độ thực hiện hoạt động quản lý tài năng của DN cho cả 5 tiêu chí cho thấy chỉ có 55 DN đã thực hiện đầy đủ cả 5 tiêu chí của hoạt động quản lý

tài năng, chiếm tỷ lệ 47,01%. Số lượng DN chưa thực hiện ít nhất một nội dung quản lý tài năng là 62, chiếm tỷ lệ 52,99%.

Về hoạt động quản lý thành tích: Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, tiêu chí được đa số các DN quan tâm thực hiện là TT3 - “giúp nhân viên phát triển chuyên môn để tối đa hóa tiềm năng của họ” với số lượng DN đồng ý là 97 (chiếm tỷ lệ 82,91%). Tiêu chí TT5 - “xây dựng kế hoạch cải thiện hiệu suất làm việc cho từng nhân viên cụ thể theo năng lực riêng của họ” chỉ có 76 DN lựa chọn đồng ý với tỷ lệ là 64,96%. Kết quả này phản ánh thực tế, hầu hết các DN đều rất quan tâm đến việc đẩy mạnh tiềm năng của nhân viên, tuy nhiên DN vẫn chưa đề ra được các kế hoạch hành động cụ thể để thực hiện mục tiêu này.

Mặc dù tỷ lệ thực hiện quản lý thành tích theo từng tiêu chí không quá cao, tuy nhiên, các DN lại thực hiện khá đồng đều tất cả các nội dung này. Cụ thể, tỷ lệ DN thực hiện được cả 5 tiêu chí chiếm đến 56,41% (66 DN), cao hơn so với hoạt động tuyển dụng và quản lý tài năng. Số lượng DN chưa thực hiện ít nhất một nội dung quản lý thành tích là 51 (tỷ lệ 43,59%).

Về hoạt động phát triển năng lực lãnh đạo: Bảng 1 cho kết quả, hoạt động này chưa được các DN quan tâm sát sao, với giá trị trung bình các tiêu chí hầu như ở mức dưới 4 (thấp nhất là LĐ1 đạt 3,78), chỉ có tiêu chí LĐ5 - “khuyến khích nhân viên không ngừng học các kỹ năng mới” đạt trên 4. Đây cũng là tiêu chí có tỷ lệ DN thực hiện cao nhất (104 DN), chiếm 88,89%. Tiêu chí có tỷ lệ DN thực hiện thấp nhất là LĐ1 - “thực hiện các chương trình đào tạo và phát triển năng lực lãnh đạo trong nhân viên” (76 DN), chiếm 64,96%.

Mặc dù vậy, trong các bảng phỏng vấn sâu với quản lý DN, có khá nhiều ý kiến đề xuất đa dạng đã được đưa ra liên quan đến hoạt động phát triển năng lực lãnh đạo này. Những thông tin thu nhận được chứng tỏ, các lãnh đạo DN vẫn có sự quan tâm đáng kể đến hoạt động này, tuy nhiên, định hướng của người quản lý và kỳ vọng của nhân viên vẫn chưa thật sự đồng nhất với nhau.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy, số DN thực hiện được cả 5 tiêu chí về phát triển năng lực lãnh

đạo đạt tỷ lệ 47,01% (55 DN). Số lượng DN chưa thực hiện đầy đủ các tiêu chí là 62 DN (tỷ lệ 52,99%). Kết quả này không chênh lệch nhiều với các hoạt động trước đó như quản lý tài năng hay tuyển dụng, cho thấy mức độ quan tâm của DN đối với các hoạt động XDTH nhà tuyển dụng gần như là tương đồng với nhau.

2.2. Nhận xét

2.2.1. Kết quả đạt được

Trong quá trình XDTH nhà tuyển dụng, các tổ chức, DN đã đạt được một số kết quả nổi bật sau:

Thứ nhất, lãnh đạo của các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh đều đánh giá XDTH nhà tuyển dụng là một hoạt động rất quan trọng và cần thiết cho sự phát triển của tổ chức, DN. Các lãnh đạo của tổ chức, DN đều thống nhất, việc xây dựng một thương hiệu nhà tuyển dụng tốt sẽ giúp tổ chức, DN giành lợi thế trong cuộc cạnh tranh tuyển dụng nhân tài. Ngoài ra, lợi thế về thương hiệu nhà tuyển dụng giúp tổ chức, DN tiết kiệm được nguồn lực đầu tư cho công tác tìm kiếm và tuyển dụng nhân sự.

Thứ hai, các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh đã thực hiện những hoạt động cụ thể ứng với từng khía cạnh của XDTH nhà tuyển dụng, bao gồm:

- Hoạt động tuyển dụng được các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh tiến hành với nhiều loại hình đa dạng.

- Hoạt động hội nhập tại các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh tập trung vào: (1) lập bảng danh sách những công việc cụ thể với những thông tin cơ bản của tổ chức, DN và đảm bảo phòng nhân sự sẽ cung cấp đầy đủ đến nhân viên mới; (2) thông báo rộng rãi đến các phòng ban về sự có mặt của nhân viên mới, có hoạt động giới thiệu nhân viên mới và bố trí người hướng dẫn phù hợp; (3) khảo sát mức độ hài lòng cũng như theo dõi kết quả thực hiện trong những ngày đầu tiên để đánh giá mức độ làm quen và nắm bắt công việc của nhân viên.

- Về quản lý tài năng, các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh đã (1) xây dựng một mô hình phát triển nghề nghiệp giúp đảm bảo rằng nhân viên có thể phát triển sự nghiệp và cải thiện kỹ năng và kiến thức của họ; (2) nhân viên được theo dõi đánh giá, ghi nhận góp ý, tạo điều kiện làm việc nhằm

giữ chân được những nhân viên tốt nhất; (3) tích cực tuyên dương nếu nhân viên có sáng kiến làm việc thông minh, khoa học, dám nghĩ dám làm tinh thần đổi mới; (4) tổ chức các hoạt động vui chơi giải trí, đào tạo kỹ năng, các chương trình thưởng và chia sẻ lợi nhuận để giúp tăng cường tinh thần của nhân viên.

- Để quản lý thành tích được hiệu quả, đảm bảo tạo ra môi trường làm việc tích cực phát huy hết giá trị của người lao động, các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh đã tiến hành những hoạt động như: (1) làm rõ kỳ vọng trong công việc của người lao động, xác định cơ hội phát triển của họ; (2) xây dựng công cụ dùng để tính toán hiệu suất công việc, thiết lập mục tiêu cụ thể cho từng dự án; (3) đánh giá và khen thưởng dựa trên kết quả công việc của người lao động, phù hợp với cơ chế đặc thù của từng tổ chức, DN.

- Ngoài ra, các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh đầu tư rất nhiều vào các chương trình đào tạo cho nhân viên nhằm phát triển năng lực lãnh đạo trong nguồn lao động tại chỗ. Bên cạnh đó, các tổ chức, DN còn tạo điều kiện để nhân viên được tham gia các nhóm dự án khác nhau và có thể ở những cương vị khác nhau để đánh giá năng lực, thế mạnh, tinh thần làm việc nhóm của họ, đánh giá các cá nhân có tố chất lãnh đạo và đưa ra các cơ hội phát triển phù hợp.

Thứ ba, xét về quy mô DN, các tổ chức, DN lớn và có thời gian hoạt động lâu dài sẽ có lợi thế hơn các đối tác non trẻ. Những tổ chức, DN này có nguồn lực lớn hơn dành cho hoạt động XDTH nhà tuyển dụng, có danh tiếng trong lĩnh vực, ngành nghề hoạt động và chính sách phúc lợi, hậu đãi tốt cho nhân viên đã giúp cho tổ chức, DN thuận lợi trong quá trình XDTH nhà tuyển dụng.

2.2.2. Một số hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được thì các tổ chức, DN hoạt động tại TP. Hồ Chí Minh còn gặp nhiều hạn chế trong công tác XDTH nhà tuyển dụng.

Thứ nhất là, sự cạnh tranh gay gắt trong quá trình tuyển dụng nguồn nhân lực chất lượng cao. Việc này xuất phát từ tình trạng thị trường lao động tại TP. Hồ Chí Minh và các địa phương khác trong cả nước đang thiếu đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý

giỏi, chuyên gia và quản lý DN giỏi, lao động lành nghề cho các ngành kinh tế mũi nhọn, các vùng kinh tế động lực, trọng điểm. Trong so sánh quốc tế, xếp hạng trụ cột kỹ năng và chỉ số chất lượng đào tạo nghề nghiệp của Việt Nam cũng thuộc nhóm cuối của ASEAN. Việc này gây áp lực lên quá trình XDTH nhà tuyển dụng và làm mất cơ hội tuyển dụng được người tài đối với các tổ chức, DN có quy mô vừa và nhỏ.

Thứ hai là, trong hoạt động tuyển dụng, các tổ chức, DN vẫn chưa tận dụng được tối đa sức mạnh của các kênh truyền thông, đặc biệt là mạng xã hội để quảng bá thương hiệu nhà tuyển dụng. Ngoài ra, đối với tuyển dụng nội bộ còn gặp khó khăn trong việc kết nối, giới thiệu các nhân sự phù hợp cho tổ chức. Một trong các nguyên nhân là do nhiều DN không có nhân sự phụ trách chuyên sâu mảng tuyển dụng, nhân viên tuyển dụng thường kiêm nhiệm công việc chính khác trong các phòng ban của công ty. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến công tác xây dựng và triển khai quy trình, kế hoạch tuyển dụng.

Thứ ba là, khó khăn về nguồn ngân sách để phục vụ cho hoạt động XDTH nhà tuyển dụng. Do suy thoái kinh tế, nhiều tổ chức, DN chọn tập trung vào việc làm thế nào để giảm lãng phí và nâng cao hiệu quả vận hành tổ chức, DN với nguồn ngân sách ngày càng hạn hẹp. Ngân sách cho XDTH nhà tuyển dụng thường là mục tiêu cắt giảm đầu tiên trong các khoản chi tiêu khác như vận hành, sản xuất vì hiệu quả khó đo lường trong ngắn hạn và chi phí linh động. Điều này khiến bộ phận nhân sự gặp không ít khó khăn trong việc sáng tạo, thực hiện, đánh giá và giải quyết các vấn đề liên quan đến XDTH nhà tuyển dụng, khối lượng công việc cũng từ đó mà tăng lên.

Thứ tư là, với điều kiện thị trường hiện nay, vấn đề cạnh tranh nhân lực chất lượng cao là điều tất yếu. Sau khi tuyển dụng được lao động chất lượng cao, việc giữ chân những người giỏi gắn bó lâu dài với tổ chức, DN là một trong những vấn đề khó khăn. Vì vậy, các tổ chức, DN cần xác định việc giữ chân người giỏi không phải là sách lược nhất thời mà là một trong những vấn đề mang tính chiến lược, xuyên suốt và đồng bộ.

Thứ năm là, việc XDTH nhà tuyển dụng phải đi sâu vào nội bộ và văn hóa tổ chức, DN. Trong đó, những người nhân viên là một trong các nhân tố góp phần phát triển và lan tỏa văn hóa DN. Tuy nhiên, điều này sẽ phản chiếu những hoạt động văn hóa, cụ thể từ các cá nhân trong nội bộ DN có thể dẫn đến những khó khăn nhất định. Do đó, việc kết nối văn hóa DN vào hoạt động XDTH nhà tuyển dụng cũng đang đặt ra những khó khăn cho các tổ chức, DN hiện nay.

3. Một số hàm ý kiến nghị

3.1. Hàm ý dành cho nhà tuyển dụng lao động

Để khắc phục những hạn chế trong quá trình XDTH nhà tuyển dụng, các tổ chức, DN tại TP. Hồ Chí Minh cần xem xét một số đề xuất như sau:

Thứ nhất, về tình trạng thiếu đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý giỏi, chuyên gia và quản lý DN giỏi, lao động lành nghề, các tổ chức và DN cần: 1) Xây dựng quy trình tuyển dụng chuyên nghiệp hơn; 2) Phải đưa ra chính sách việc làm phù hợp ngay từ ban đầu với những chính sách đãi ngộ ban đầu phù hợp với khả năng của tổ chức, DN; 3) Cần đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử như là xây dựng trang tuyển dụng chuyên nghiệp, đồng thời cần đảm bảo các trang hiển thị này tương thích với nhiều ứng dụng như điện thoại thông minh cũng như các thông tin được cập nhật liên tục và có hệ thống hỗ trợ, tương tác thường xuyên với người dùng.

Thứ hai, giải quyết các khó khăn trong hoạt động tuyển dụng, liên quan đến việc tận dụng được tối đa sức mạnh của các kênh truyền thông như mạng xã hội để quảng bá thương hiệu nhà tuyển dụng. Ngoài ra, đối với tuyển dụng nội bộ còn gặp khó khăn trong việc kết nối, giới thiệu các nhân sự phù hợp cho tổ chức, DN. Do đó: 1) Cần xây dựng và hoàn thiện các trang tuyển dụng, đặc biệt là kênh mạng xã hội, không nên biến trang tuyển dụng thành một danh sách dài yêu cầu kinh nghiệm và kỹ năng mà hãy làm cho nó trở thành những thông tin tuyển dụng thu hút và sống động hơn, đồng thời vẫn phải đảm bảo nội dung cần thiết của một trang tuyển dụng chuyên nghiệp; 2) Sử dụng hiệu quả các phương tiện truyền thông để đăng tải thông tin tuyển dụng; 3) Tổ chức, DN hỗ trợ đẩy mạnh hoạt

động tuyển dụng thông qua các kinh nghiệm từ một số tổ chức, DN đã thành công.

Thứ ba, khó khăn về nguồn ngân sách để phục vụ cho hoạt động XDTH nhà tuyển dụng. Do đó, tổ chức, DN cần: 1) Lập ngân sách rõ ràng cho kế hoạch tuyển dụng; 2) Xác định rõ các nguồn chi cho hoạt động tuyển dụng để tìm nguồn cân đối; 3) Tổ chức, DN có thể áp dụng phương pháp tổ chức LEAN để đạt được cả 2 mục đích: XDTH nhà tuyển dụng song song với nhu cầu cắt giảm tinh gọn.

Thứ tư, để tránh việc mất nhân tài do tổ chức, DN đối thủ lôi kéo, các tổ chức, DN cần: 1) Thu thập phản hồi của nhân viên để biết được hiện tại trong tổ chức, DN có vấn đề gì hay không và đó là những vấn đề gì; 2) Sau khi lắng nghe được ý kiến từ nhân viên thì các tổ chức, DN cần có hành động cụ thể để thay đổi những điểm chưa tốt trong mắt đội ngũ nhân sự của mình; 3) cần có những giải pháp thu hút và giữ chân nhân tài phù hợp (thiết kế các chương trình đào tạo nội bộ, phát triển năng lực và kỹ năng của người lao động; xây dựng lộ trình phát triển rõ ràng cho từng vị trí nhân sự trong tổ chức, DN;...)

Thứ năm, khó khăn trong việc kết nối văn hóa DN vào hoạt động XDTH nhà tuyển dụng đối với các tổ chức, DN hiện nay. Do đó, việc xây dựng và phát triển văn hóa DN có thể thông qua một số hoạt động như: 1) Xây dựng một môi trường làm việc và văn hóa tích cực giúp tạo động lực khuyến khích nhân viên hào hứng làm việc hơn; 2) Truyền đạt văn hóa DN đến toàn thể thành viên; 3) Tận dụng nguồn nhân lực nội bộ không chỉ truyền thông thương hiệu nhà tuyển dụng hiệu quả, mà còn tiết kiệm chi phí, tạo sự tin tưởng cho ứng viên.

3.2. Hàm ý dành cho người lao động

Bên cạnh các gợi ý cho tổ chức và DN tại TP. Hồ Chí Minh, nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý đối với người lao động để họ có thể tham gia và hỗ trợ tốt hơn vào hoạt động XDTH nhà tuyển dụng như sau:

Thứ nhất, để nâng cao giá trị của bản thân trên thị trường lao động, người lao động cần phải: 1) Tìm hiểu rõ về tổ chức, DN có ý định ứng tuyển trên trang web tổ chức, DN; 2) Trau dồi cả về chuyên môn và kỹ năng; 3) Trang bị cho bản thân kinh

nghiệm làm việc thực tế, những ngành mang tính đại trà cho phép ứng viên sở hữu kinh nghiệm ở vị trí tương đương, trong lĩnh vực tương tự, những ngành mang tính đặc thù cao luôn đòi hỏi ứng viên phải làm đúng lĩnh vực mà nhà tuyển dụng đang hoạt động.

Thứ hai, sau khi được tuyển dụng, người lao động muốn thăng tiến cần phải không ngừng học tập trau dồi bản thân, cụ thể: 1) Hoàn thành tốt công việc hàng ngày, đây là tiền đề để tiến tới những mục tiêu xa hơn, như việc tạo lập và mang lại những giá trị cao hơn cho tổ chức, DN; 2) Có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc, kỹ năng này hoàn toàn có thể luyện tập qua từng ngày, song thái độ có trách nhiệm sẽ quyết định liệu người lao

động có được thăng tiến hay không; 3) Chủ động nâng cao hiệu quả công việc, biết thể hiện khả năng của bản thân cũng như sẵn sàng chỉ dẫn và giúp đỡ đồng nghiệp khi cần; 4) Suy nghĩ về khả năng mang lại nhiều giá trị hơn cho tổ chức, DN.

Thứ ba, người lao động cũng có nhiệm vụ góp phần vào XDTH nhà tuyển dụng, bởi vì khi một tổ chức, DN phát triển bản thân người lao động cũng sẽ được hưởng lợi từ sự phát triển này. Người lao động cần phải hòa mình vào văn hóa DN và xem mình như một phần không thể tách rời của tổ chức, DN. Ngoài ra, người lao động cần tích cực chia sẻ cảm nhận tốt của bản thân họ về tổ chức, DN trên mạng xã hội, từ đó giúp thương hiệu nhà tuyển dụng đáng tin cậy hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Mai Thanh Lan và Đỗ Vũ Phương Anh. (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến thương hiệu nhà tuyển dụng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TP. Hà Nội. *Tạp chí Khoa học thương mại*, 142, 52-61.
2. Nguyễn Ánh Dương, Hà Ngọc Thùy Liên & Tống Thị Thanh Thảo. (2023). Tác động của sức hấp dẫn thương hiệu nhà tuyển dụng đến sự thỏa mãn và lòng trung thành của người lao động tại VNPT Thừa Thiên Huế. *Tạp chí Khoa học Quản Lý Và Kinh tế*, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, 22, 1-6.
3. Nguyễn Đức Nhân, Lê Thị Huyền Trang, Lê Hoàng Việt Thương, Nguyễn Nhật Ánh, & Nguyễn Minh Hiếu (2021). Thương hiệu tuyển dụng và ý định ứng tuyển: Vai trò trung gian của thái độ. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 290(2), 52-61.
4. Nguyễn Ngọc Hiền, Phạm Thu Trang, Hoàng Phương Linh, Nguyễn Tiến Đạt, & Hoàng Văn Trường (2021). Tác động điều tiết của nhu cầu thành tích tới mối quan hệ giữa thương hiệu tuyển dụng và sức hấp dẫn của tổ chức: Nghiên cứu sinh viên trên địa bàn Hà Nội. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 290(2), 91-99.
5. Nguyễn Tấn Minh (2020a). Mối quan hệ giữa hấp dẫn thương hiệu nhà tuyển dụng và thái độ trung thành của nhân viên. *Tạp chí Khoa học thương mại*, 146, 70-79.
6. Nguyễn Tấn Minh (2020b). Mối quan hệ giữa hấp dẫn thương hiệu nhà tuyển dụng và hiệu suất công việc của nhân viên: Nghiên cứu các doanh nghiệp ngành dịch vụ tại TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 46, 190-206.
7. Nguyễn Tấn Minh (2022). Mối quan hệ giữa hấp dẫn thương hiệu nhà tuyển dụng và hiệu suất công việc của nhân viên: Nghiên cứu các doanh nghiệp ngành dịch vụ tại TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 56(02), 32-44.

Ngày nhận bài: 12/9/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/9/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/10/2023

Thông tin tác giả:

1. TS. TRẦN THỊ PHƯƠNG THỦY¹

2. TS. HÀ HIỀN MINH¹

3. PGS. TS. NGUYỄN XUÂN MINH¹

Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II TP. Hồ Chí Minh

CURRENT EMPLOYER BRANDING ACTIVITIES OF SOME ORGANIZATIONS AND BUSINESSES IN HO CHI MINH CITY IN THE PERIOD 2020 - 2023

● Ph.D **TRAN THI PHUONG THUY¹**

● Ph.D **HA HIEN MINH¹**

● Assoc.Prof.Ph.D **NGUYEN XUAN MINH¹**

¹Foreign Trade University - Ho Chi Minh City Campus

ABSTRACT:

This study analyzed the current employer branding activities of some organizations and businesses in Ho Chi Minh City in the period 2020–2023. Besides the achieved results, employer branding activities still have some limitations, such as 1) fierce competition in high-quality human resources recruitment; 2) ineffective use of communication channels to promote the employer brand; and 3) limited budget for employer branding activities. Based on the study's findings, some recommendations were made to improve the employer branding activities of organizations and businesses in Ho Chi Minh City.

Keywords: brand building, employers, organizations, businesses, Ho Chi Minh City.