



NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM 2014

- MỤC TIÊU & ĐỘNG LỰC NGHỀ NGHIỆP CỦA NHÂN TÀI VIỆT NAM
- CÁCH ĐO LƯỜNG SỨC KHỎE THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG
- 100 NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM
- BÍ QUYẾT CỦA NHỮNG NHÀ TUYỂN DỤNG HÀNG ĐẦU



VIETNAM
BEST PLACES
TO WORK **2014**
anphabe^α

03 Giới thiệu

09 Mục tiêu & động lực
nghề nghiệp mới nhất

14 Cách đo lường sức khoẻ
Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng

18 100 Nơi làm việc tốt nhất
Việt Nam 2014

25 Bí quyết của những nhà tuyển dụng
hàng đầu

Đây là bản tóm lược từ Báo cáo Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam 2014.
Để mua Báo cáo Chuyên sâu, vui lòng liên hệ Anphabe:

☎ (08) 62682222
✉ clientsolution@anphabe.com

KHẢO SÁT NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM

VIETNAM
BEST PLACES
TO WORK 2014
anphabe 

- Khảo sát **Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam** là khảo sát đầu tiên và chuyên nghiệp nhất tại Việt Nam chuyên đo lường sức khoẻ THNTD các doanh nghiệp hàng đầu.
- Khảo sát do công ty tiên phong về giải pháp THNTD **Anphabe** và công ty nghiên cứu thị trường uy tín **Nielsen** phối hợp thực hiện hàng năm với các phương pháp đo lường chuyên sâu và liên tục cập nhật.
- Bên cạnh việc đưa ra các xu hướng động lực nghề nghiệp và THNTD tại Việt Nam, khảo sát cũng sẽ vinh danh những **Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam** theo từng ngành nghề, tất cả các ngành nghề và theo từng nhóm tiêu chí chính.

Về Anphabe

Anphabe là công ty tiên phong tại VN về giải pháp Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng (THNTD) toàn diện với 4 nhóm dịch vụ: Chiến lược THNTD; Giải pháp sáng tạo THNTD; Triển khai kế hoạch THNTD và Khảo sát THNTD. Anphabe hiện là đối tác Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng cho nhiều doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam và khu vực.

Anphabe cũng sở hữu và điều hành Mạng cộng đồng nghề nghiệp cấp quản lý lớn nhất Việt Nam www.anphabe.com với hơn 520,000+ thành viên. Với niềm tin "Thành công chia sẻ là thành công nhân lên", Anphabe cam kết sứ mệnh kết nối hàng triệu nhân sự cấp cao đến những thành

anphabe 
Connecting Opportunities!

công mới thông qua những mối quan hệ giá trị, kiến thức quản lý hữu ích và cơ hội nghề nghiệp xứng tầm tại **Cổng thông tin Vietnam Best Company** giới thiệu các Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam và chuyên trang các công ty Săn Đầu Người **Vietnam Top Headhunt**.

Anphabe được hỗ trợ về tài chính và chuyên môn chiến lược từ Tập đoàn giải pháp nhân sự hàng đầu thế giới **Recruit Holdings** với 109 công ty thành viên, 484 văn phòng và 25,518 nhân viên toàn cầu.

Về Nielsen

Nielsen (NYSE: NLSN) là công ty đa quốc gia hàng đầu chuyên đo lường và đánh giá thông tin về lĩnh vực Marketing, hành vi người tiêu dùng, Tivi và các phương tiện truyền thông khác, đo lường trực tuyến, đo lường các thiết bị di động và nhiều lĩnh vực khác. Nielsen hiện có văn phòng đại diện ở hơn 100 quốc gia với trụ sở chính được đặt tại New York, Mỹ và Diemen, Hà Lan.

nielsen
• • • • • • •

Thông tin chi tiết xem tại website www.nielsen.com.

PHƯƠNG PHÁP KHẢO SÁT

Thời gian khảo sát

8.2014

9 - 10.2014

11.2014 - 1.2015

1 - 3.2015



- Khởi động - Giới thiệu phương pháp đo lường Sức khoẻ Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng (THNTD) tới **500** công ty đứng đầu danh sách Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam 2013
- Ghi nhận thông tin đăng ký (Công ty, ngành nghề, mức độ tham gia khảo sát)
- Hoàn thiện bảng hỏi và website khảo sát (cho từng nhóm nhân viên nội bộ và người đi làm nói chung)
- Hoạt động truyền thông để thu hút đáp viên
- Gửi link khảo sát đến nhân viên công ty tham gia đo lường sức khoẻ THNTD nội bộ
- Thu thập dữ liệu phân tích & công bố kết quả

Quy mô & thành phần tham gia khảo sát

Mỗi đáp viên được chọn nhiều nhất **3** ngành nghề mà họ đã và đang làm việc. Ứng với mỗi ngành nghề đáp viên chọn, khảo sát đưa ra những câu hỏi tương ứng liên quan tới sức hấp dẫn của các THNTD trong ngành nghề đó.

24

Ngành

15,578

Đáp viên

Bán lẻ Bán sỉ Thương mại 3,952 *	Bảo hiểm (Nhân thọ & Phi nhân thọ) 935	Bất động sản Kiến trúc Thiết kế 901	Công nghệ phần mềm Thuê ngoài 1,243	Công nghệ thông tin Viễn thông 1,368	Dầu khí Năng lượng 423
Dệt may Giày dép 789	Dịch vụ Tư vấn Luật 701	Du lịch Nhà hàng Khách sạn 2,355	Dược Công nghệ sinh học Chăm sóc sức khoẻ 1,033	Đầu tư Kiểm toán Kế toán 1,083	Điện tử Công nghệ Thiết bị phụ trợ 1,032
Giáo dục Đào tạo 1,505	Hàng tiêu dùng nhạnh (Gồm thực phẩm & Đồ uống) 2,873	Internet Thương mại diện tử 935	Kỹ thuật Cơ khí công nghiệp 842	Ngân hàng Tài chính 2,912	Nông lâm nghiệp Thúc ăn chăn nuôi 371
Ô tô Phụ tùng 484	Phi chính phủ Phi lợi nhuận 354	Quảng cáo Truyền thông Giải trí 1,321	Sản xuất công nghiệp Hoá chất 855	Vận chuyển Hậu cần 809	Xây dựng Vật liệu 884

(*) Số đáp viên chọn đã hoặc đang làm việc trong ngành

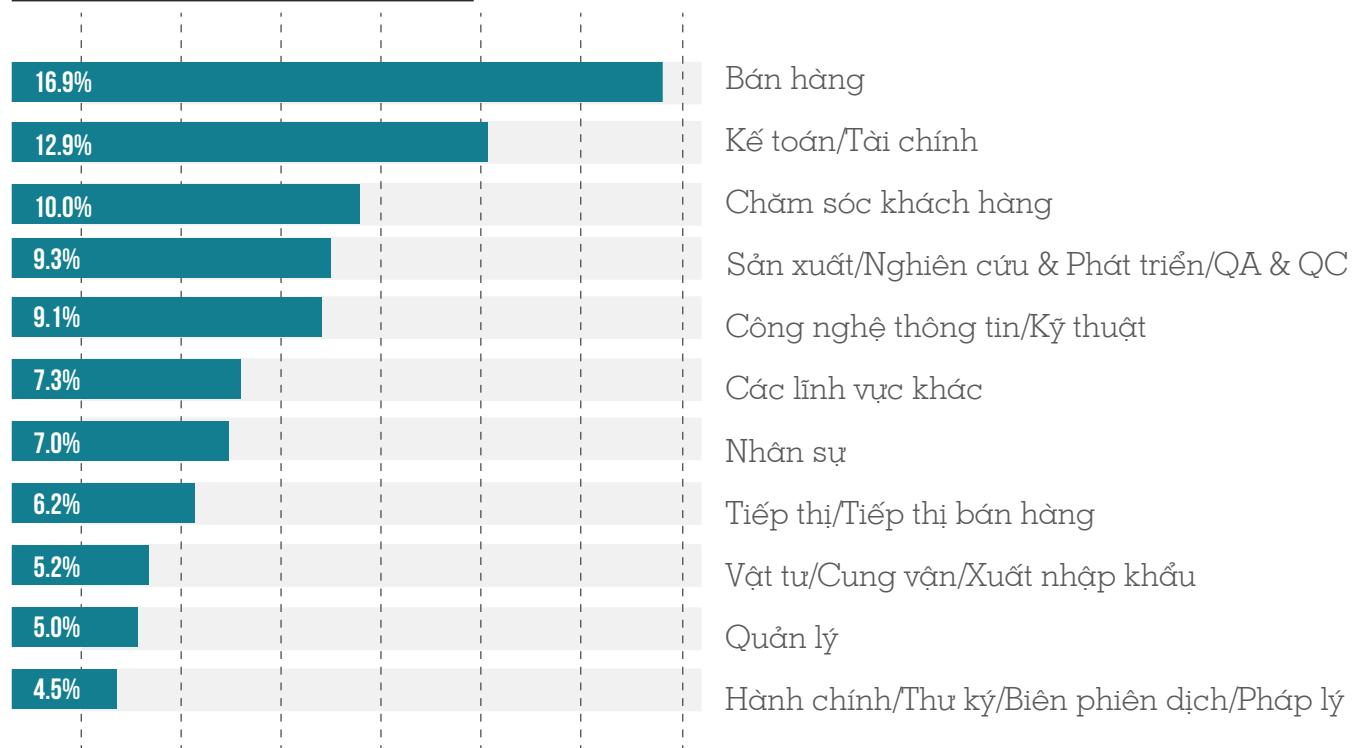
Thông tin đáp viên

Khảo sát tập trung tham khảo ý kiến của **những người đi làm đã có kinh nghiệm và cấp quản lý** tại Việt Nam, đi theo nhiều cấp bậc nghề nghiệp & đa dạng về chuyên môn.

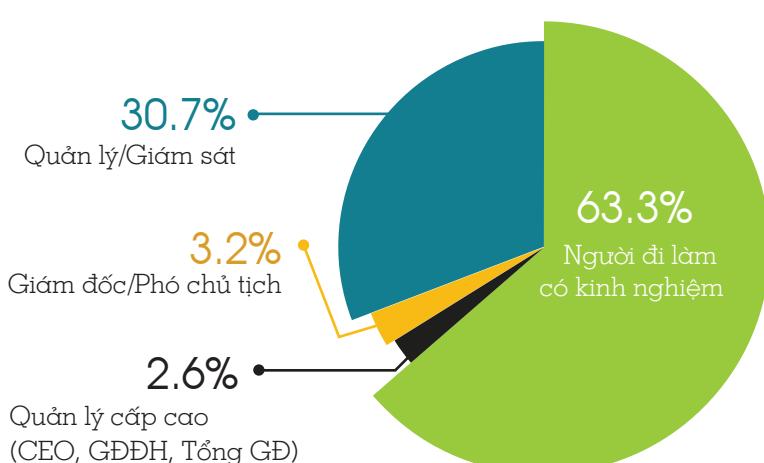
15,578

Người đi làm

LĨNH VỰC NGHỀ NGHIỆP



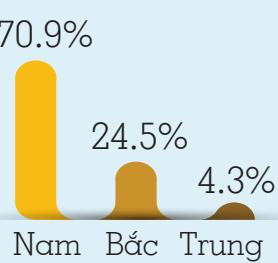
CẤP BẬC NGHỀ NGHIỆP



GIỚI TÍNH



KHU VỰC



THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

Thương hiệu nhà tuyển dụng (THNTD) là hình ảnh về một công ty dưới góc độ một "nơi làm việc" trong mắt của nhân viên hiện tại và tương lai.



- Vói định nghĩa trên, THNTD không phải là điều công ty tự quảng cáo mà là hình ảnh được cảm nhận bởi đối tượng nhân tài công ty hướng đến (cả nhân viên và nhân tài bên ngoài).
- Vì thế, xây dựng THNTD là làm sao để nhân tài mục tiêu cảm nhận về công ty theo đúng hình ảnh công ty mong muốn chứ không phải hình ảnh nào khác.

Bộ tiêu chí Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng

46 lợi ích, trải nghiệm mà một nơi làm việc có thể cung cấp cho người đi làm



anphabe

*Bộ tiêu chí độc quyền của Anphabe, sử dụng trong các nghiên cứu THNTD cho các công ty hàng đầu

Ứng dụng Bộ tiêu chí THNTD

Bộ tiêu chí THNTD và các kết quả khảo sát Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam có thể được ứng dụng vào các mục tiêu:

■ Đo lường THNTD:

Tìm hiểu Cảm nhận về hình ảnh THNTD trong mắt từng nhân tài, theo từng thời kỳ và so sánh với các đối thủ mục tiêu.

■ Định vị THNTD

Xác định EVP – Employer Value Proposition sao cho vừa hấp dẫn, vừa thực tiễn và vừa cạnh tranh.

■ Xây dựng THNTD

Chọn thông điệp và lên chiến lược phát triển THNTD cho từng nhóm nhân tài theo từng kênh tiếp cận phù hợp.

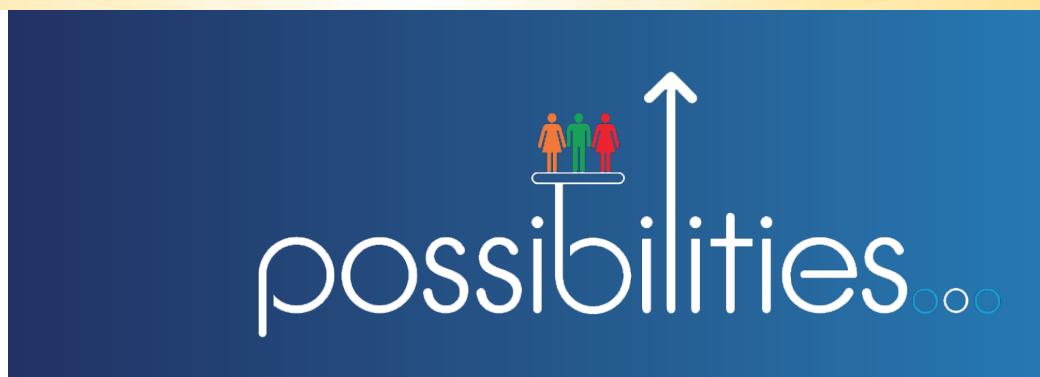
Để biết thêm về các ứng dụng và cách xây dựng THNTD hấp dẫn, vui lòng liên hệ Anphabe:

anphabe
Connecting Opportunities!
clientsolution@anphabe.com
ĐT: (08) 6268 2222



#1 in
Pharmaceutical,
Biotech,
Healthcare





Công ty Thực phẩm PepsiCo Việt Nam là công ty thuộc tập đoàn PepsiCo. Với hơn 250,000 nhân viên trải dài trên 200 quốc gia và khu vực, PepsiCo là một trong những công ty nước giải khát và thực phẩm hàng đầu trên thế giới với doanh thu thuần đạt trên 66 tỷ USD năm 2014 và danh mục các sản phẩm đa dạng, được yêu thích trên toàn cầu.



Năm bắt cơ hội

hành trình thành công của PepsiCo thể hiện mong muốn không ngừng của tổ chức đối với mỗi nhân viên trong việc nắm bắt cơ hội, chấp nhận thử thách, thể hiện sự cài tiến và khả năng lãnh đạo, cũng như sự nỗ lực hết mình của bản thân và những người khác.

Hành động có chủ đích

kết quả kinh doanh của PepsiCo được thực hiện thông qua việc mang đến những nhãn hiệu sản phẩm tốt nhất, được yêu thích nhất thế giới, và cam kết duy trì phát triển xã hội cũng như môi trường. Tại Việt Nam, chúng tôi có những hoạt động xã hội bao gồm xây dựng thư viện đọc sách phối hợp với tổ chức Room to Read, tổ chức quyên góp vào những dịp Tết trung thu, Tết Nguyên đán, dự án nâng cao thu nhập cho các hộ nghèo phía Bắc bằng cách tập huấn kỹ thuật trồng khoai tây.

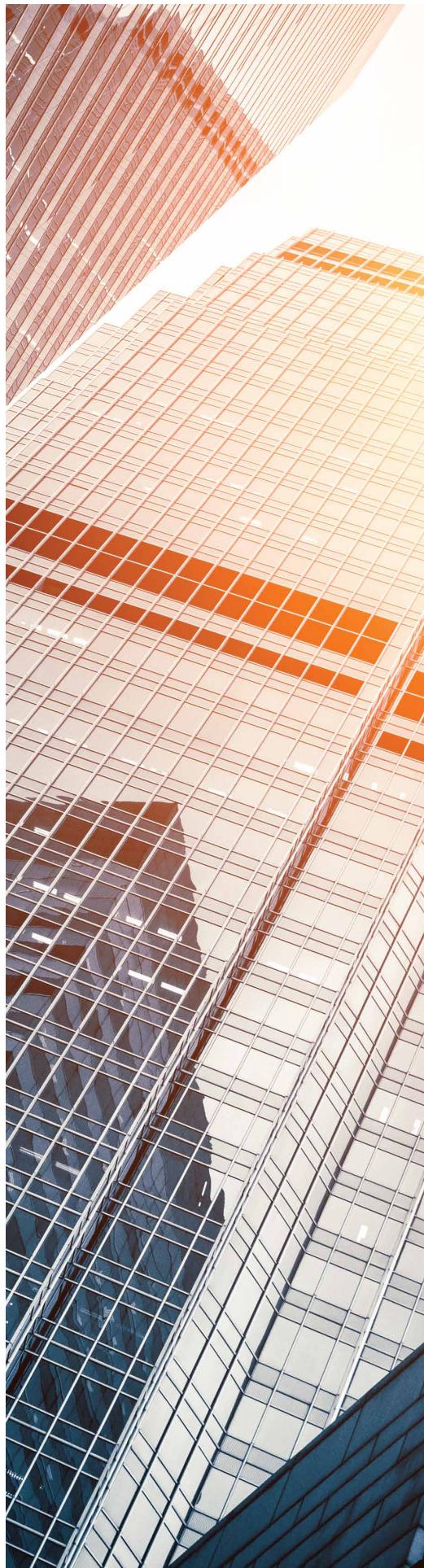
Phát triển khả năng lãnh đạo

PepsiCo tin tưởng rằng những trải nghiệm thực tế là trường học tốt nhất để bạn phát triển khả năng lãnh đạo, điều này đồng nghĩa với việc chúng tôi ghi nhận những lợi ích của việc chịu trách nhiệm, chấp nhận thách thức, luân chuyển nội bộ và cơ hội học hỏi từ những người giỏi nhất trong tổ chức.

Cùng nhau chiến thắng

PepsiCo mang lại một môi trường làm việc cởi mở và hối nhập, nơi những quan điểm và giá trị của mỗi cá nhân được ghi nhận cũng như đóng góp vào thành công chung của tổ chức.





MỤC TIÊU & ĐỘNG LỰC NGHỀ NGHIỆP CỦA NHÂN TÀI VIỆT NAM

#1 Mục tiêu nghề nghiệp

Kết quả khảo sát năm 2014 cho thấy 4 mục tiêu nghề nghiệp quan trọng nhất đối với người đi làm ở Việt Nam, bao gồm:

- Có được sự cân bằng công việc và cuộc sống một cách lành mạnh
- Có đủ tiền để tận hưởng cuộc sống thoải mái
- Có được công việc ổn định và đảm bảo
- Có cơ hội thăng tiến trong nấc thang sự nghiệp

Đáng chú ý:

- Mục tiêu nghề nghiệp còn ít được quan tâm nhất là: Tiên phong trong lĩnh vực mới, tạo ra sản phẩm dịch vụ sáng tạo
- Ngoài ra, nam giới có xu hướng đặt mục tiêu cao hơn đối với việc "Có thử thách mới để tiếp tục học hỏi & phát triển" và "Trở thành lãnh đạo hoặc chuyên gia được tôn trọng". Trong khi đó, nữ giới coi trọng hơn đối với các mục tiêu "Có đủ tiền để tận hưởng cuộc sống thoải mái" và "Tận hưởng những trải nghiệm thú vị và đa dạng".
- Xét theo cấp bậc nghề nghiệp, Nhân viên coi trọng việc "Có đủ tiền để tận hưởng cuộc sống thoải mái" và "Được đào tạo và tạo nền tảng để phát triển" hơn so với các cấp Quản lý. Còn với những người làm ở cấp bậc Quản lý, "Được cống hiến cho những mục tiêu ý nghĩa" và "Trở thành người lãnh đạo hoặc chuyên gia được tôn trọng" có ý nghĩa nhiều hơn đối với họ.

Để phân tích mục tiêu nghề nghiệp cụ thể theo ngành nghề, giới tính, khu vực và cấp bậc cũng như so sánh với mục tiêu nghề nghiệp của nhân viên nội bộ, vui lòng liên hệ:
Anphabe (08) 62682222
clientsolution@anphabe.com

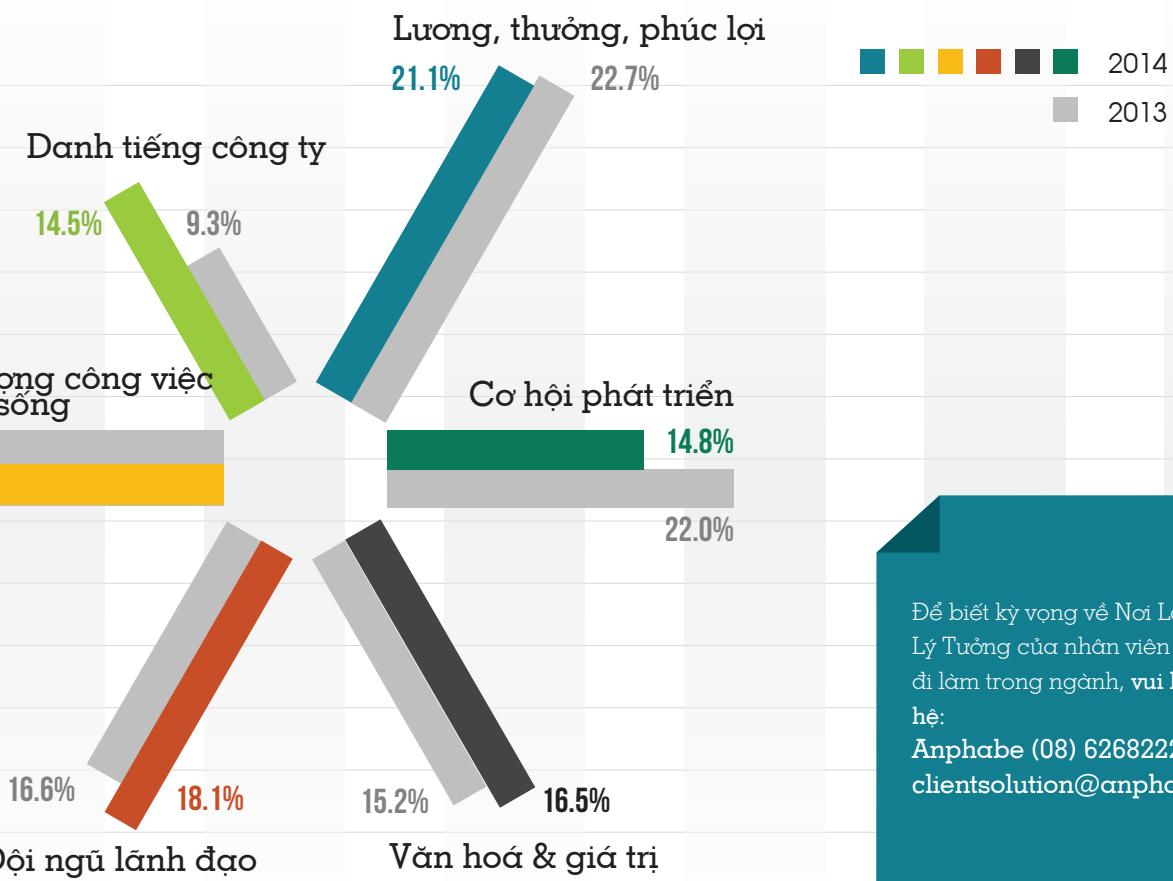
#2 Vẫn còn khoảng cách giữa mục tiêu nghề nghiệp của người đi làm và khả năng đáp ứng của doanh nghiệp:

Những ngành có nhân viên hài lòng CAO NHẤT và THẤP NHẤT

4 MỤC TIÊU NGHỀ NGHIỆP QUAN TRỌNG NHẤT	NHÂN VIÊN HÀI LÒNG NHẤT	NHÂN VIÊN ÍT HÀI LÒNG NHẤT
Có được sự công bằng trong công việc và cuộc sống	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dệt may/Giày dép ■ Dầu khí/Năng lượng 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Internet/Thương mại điện tử
Có đủ tiền để sống thoải mái và không lo tài chính trong tương lai	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bảo hiểm (Nhân thọ/Phi nhân thọ) ■ Dầu khí/Năng lượng 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tài chính/Ngân hàng
Có được công việc ổn định và đảm bảo	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vận chuyển/Hậu cần 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tài chính/Ngân hàng ■ Internet/Thương mại điện tử
Có cơ hội thăng tiến trong nắc thang sự nghiệp		<ul style="list-style-type: none"> ■ Quảng cáo/Truyền thông/ Giải trí ■ Dược/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ

#3 Kỳ vọng về nơi làm việc lý tưởng

Người đi làm ngày nay cầu toàn hơn khi chọn nơi làm việc; trong đó **Lương, Thưởng, Phúc lợi** là nhóm tiêu chí quan trọng nhất.



#4 Những lý do người đi làm ĐẾN và ĐI

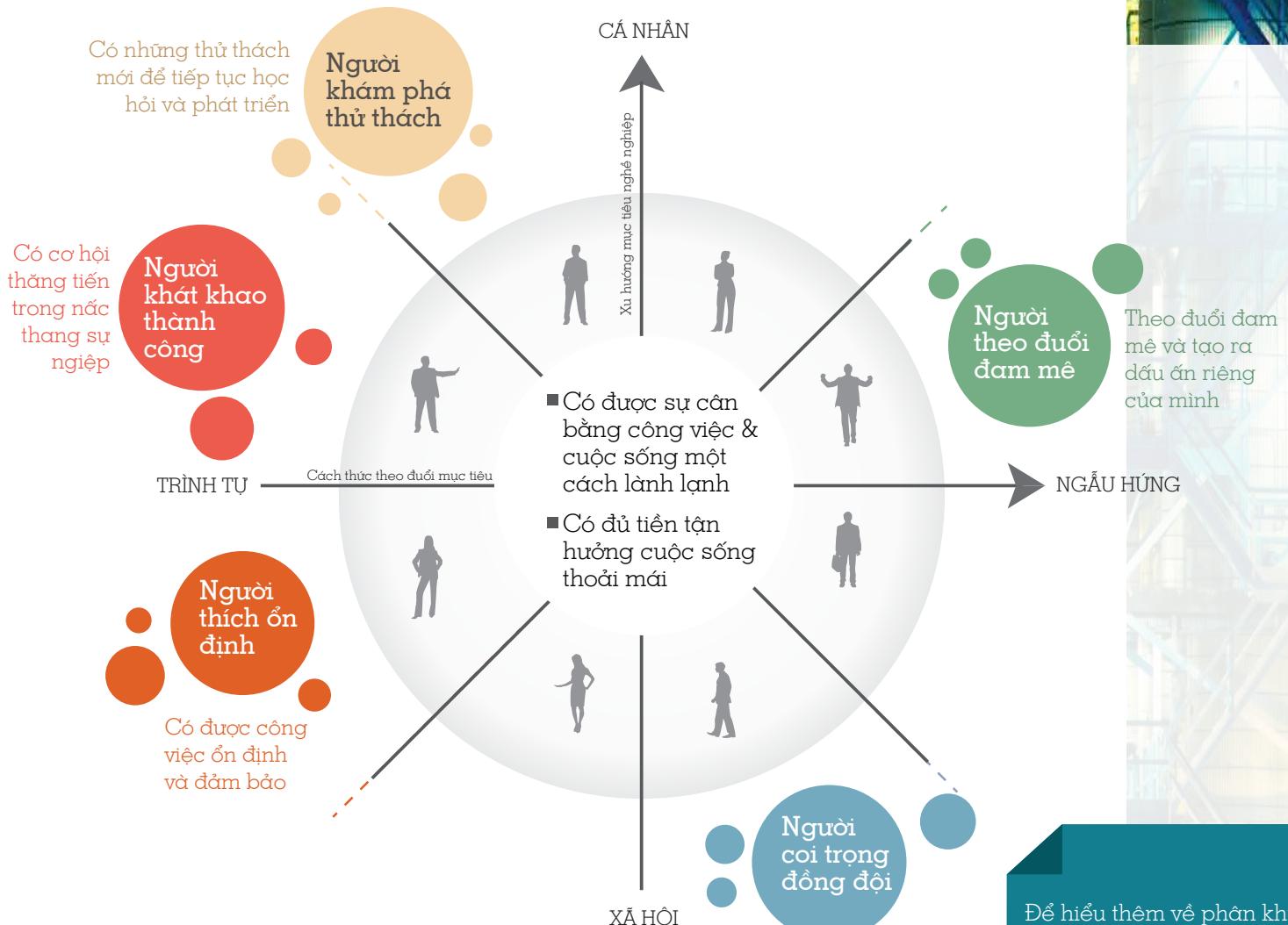
5 Yếu tố hàng đầu thu hút nhân tài đến

- Phúc lợi hấp dẫn
- Đội ngũ lãnh đạo giỏi
- Tâm nhìn & chiến lược rõ ràng
- Mức lương cạnh tranh
- Chương trình chăm sóc sức khoẻ & đời sống tốt

5 Yếu tố hàng đầu nếu không được thỏa mãn nhân tài sẽ ra đi

- Mức lương cạnh tranh
- Công bằng và tôn trọng
- Phúc lợi hấp dẫn
- Đội ngũ lãnh đạo giỏi
- Công việc ổn định

#5 5 Phân khúc nhân tài phổ biến ở Việt Nam



* Mục tiêu nghề nghiệp chính, tương ứng với từng phân khúc nhân tài

Để hiểu thêm về phân khúc nhân tài Việt Nam, vui lòng liên hệ:
Anphabe (08) 62682222
clientsolution@anphabe.com



Bosch tại Việt Nam

Là một nhà cung ứng hàng đầu về công nghệ và dịch vụ, Bosch tận dụng các lợi thế từ các cơ hội toàn cầu cho mục tiêu phát triển mạnh mẽ và mang nhiều ý nghĩa. Khát vọng của chúng tôi là nâng cao chất lượng cuộc sống bằng các giải pháp vừa mang tính sáng tạo vừa mang lại lợi ích. Bosch là một trong những số ít công ty đa quốc gia ở Việt Nam tăng trưởng một cách đáng kể các hoạt động trong cả 3 lĩnh vực: Sản xuất, Kinh doanh, Nghiên cứu và Phát triển. Từ khoảng 10 công sự năm 1994, Bosch đã tăng đội ngũ đến hơn 2000 công sự và trở thành một trong những công ty công nghệ cao của Châu Âu lớn nhất trong cả nước.

Triết lý hướng về con người của Bosch

Một tầm nhìn đầy cảm hứng và một chiến lược rõ ràng chúng tôi đang theo đuổi hằng ngày: Bosch đang phát triển nhanh và chúng tôi đang làm việc trong một công ty đang phát triển mang đến cho bạn nhiều cơ hội: Với Bosch, các công sự có thể đạt được những bước đi trong sự nghiệp, với một phạm vi rộng về các công việc và trách nhiệm, đặc biệt là một nghề nghiệp thú vị với những kinh nghiệm đa dạng. Chúng tôi phấn đấu để đảm bảo một công việc và cuộc sống tốt, chính sách hưởng lợi với những điều kiện hấp dẫn, cũng như xây dựng một văn

Sáng tạo để nâng cao chất lượng cuộc sống và tăng tốc trong sự nghiệp

Bosch Vietnam Tầng 10, 194 Tòa nhà Golden, 473 Điện Biên Phủ, P.25, Quận Bình Thạnh, Tp. HCM
Để biết thêm thông tin, vui lòng truy cập: www.bosch.com.vn



**VIETNAM BEST PLACES TO WORK
2013 & 2014**

"BE REAL YOU"

WIPRO **UNZA**

SỨC KHOẺ THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

- THNTD “khoẻ mạnh” là THNTD được nhìn nhận một cách tích cực bởi cả nhân viên bên trong và nhân tài mục tiêu bên ngoài.
- Để thực sự hiểu được điểm mạnh, điểm yếu cũng như có cách thức cải thiện sức hấp dẫn THNTD, lần đầu tiên tại Việt Nam, Anphabe giới thiệu phương pháp “kiểm tra sức khoẻ THNTD toàn diện”.

KHẢO SÁT SỨC KHỎE
THNTD NỘI BỘ

(thực hiện trên đối tượng
nhân viên)

KHẢO SÁT SỨC KHỎE
THNTD BÊN NGOÀI

(thực hiện trên đối tượng
nhân tài mục tiêu
trong ngành)



SỨC KHOẺ THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG NỘI BỘ

Phương pháp luận

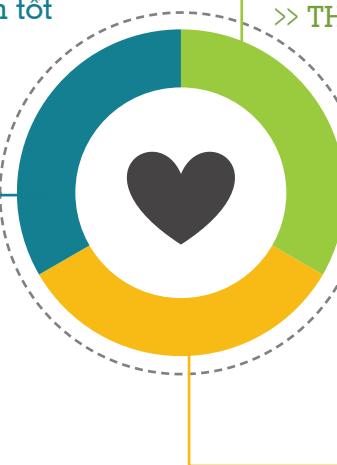
Phương pháp đo lường sức khỏe THNTD nội bộ của Anphabe dựa trên mô hình tâm lý **Suy nghĩ – Cảm nhận – Hành động**. Theo đó, những gì chúng ta Suy nghĩ sẽ quyết định những điều chúng ta Cảm nhận và Hành Động là kết quả kết hợp của Suy nghĩ và Cảm nhận. Ngược lại, Hành động cũng có tác động đến Suy nghĩ và Cảm nhận theo thời gian.

Biểu hiện của một nhân viên khi được làm việc tại Nơi Làm Việc Lý Tưởng

“Nhân viên sẽ cảm nhận công ty của mình là Nơi Làm Việc Lý Tưởng khi và chỉ khi họ kết hợp được những Suy nghĩ, Cảm nhận và Hành động tích cực để tạo nên những sự lựa chọn tốt cho bản thân và cả công ty.”

SUY NGHĨ

- Công ty ĐÁP ỦNG nhu cầu của tôi
 - Đây là nơi làm việc TỐT HƠN những nơi tương tự
 - THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN của tôi sẽ tốt khi làm việc tại đây
 - Đây không phải LÀ THỜI ĐIỂM THÍCH HỢP để rời công ty
- >> **NGHĨ CÔNG TY
LÀ NOI ĐÁNG ĐỂ LÀM VIỆC**



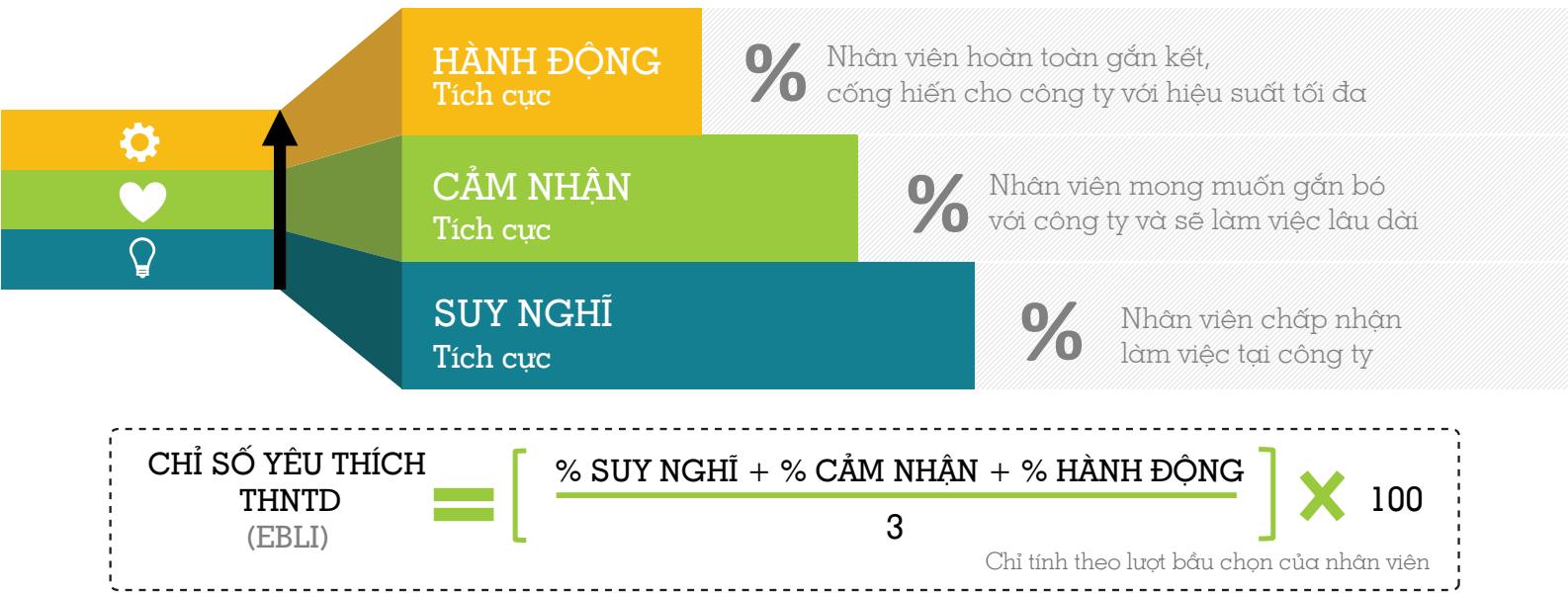
CẢM NHẬN

- TIN TUỔNG vào tầm nhìn, chiến lược của công ty
 - TỰ HÀO về những gì tôi làm và đạt được ở đây
 - THÍCH công việc của tôi
 - YÊU mến những người mà tôi đang cùng làm việc
- >> **THÍCH CÔNG TY MÌNH ĐANG LÀM VIỆC**

- NÓI tích cực về công ty
 - GIỚI THIỆU bạn bè vào làm việc ở đây
 - LÀM VƯỢT TRÊN phạm vi công việc của mình để công ty thành công hơn
 - LỰA CHỌN làm việc ở đây thay vì những nơi trả lương cao hơn
- >> **SẴN SÀNG ĐÓNG GÓP TÍCH CỰC CHO CÔNG TY**

HÀNH ĐỘNG

Công thức đo lường sức khỏe THNTD nội bộ

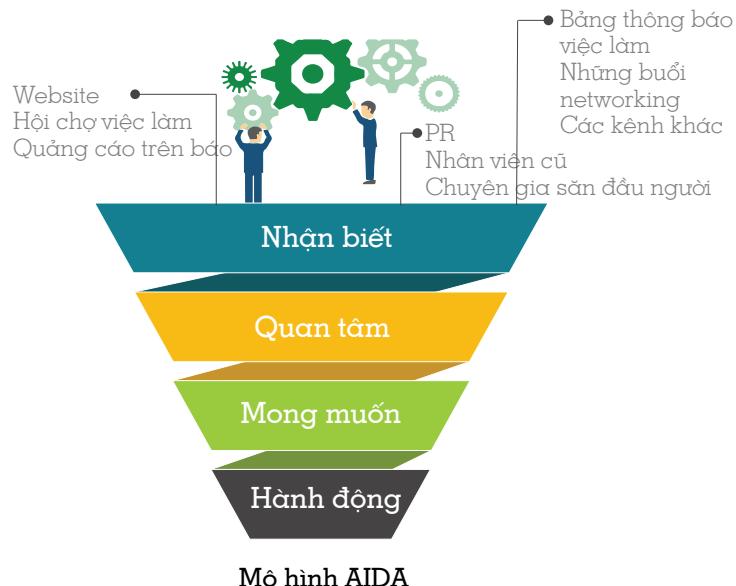


SỨC KHOẺ THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG BÊN NGOÀI

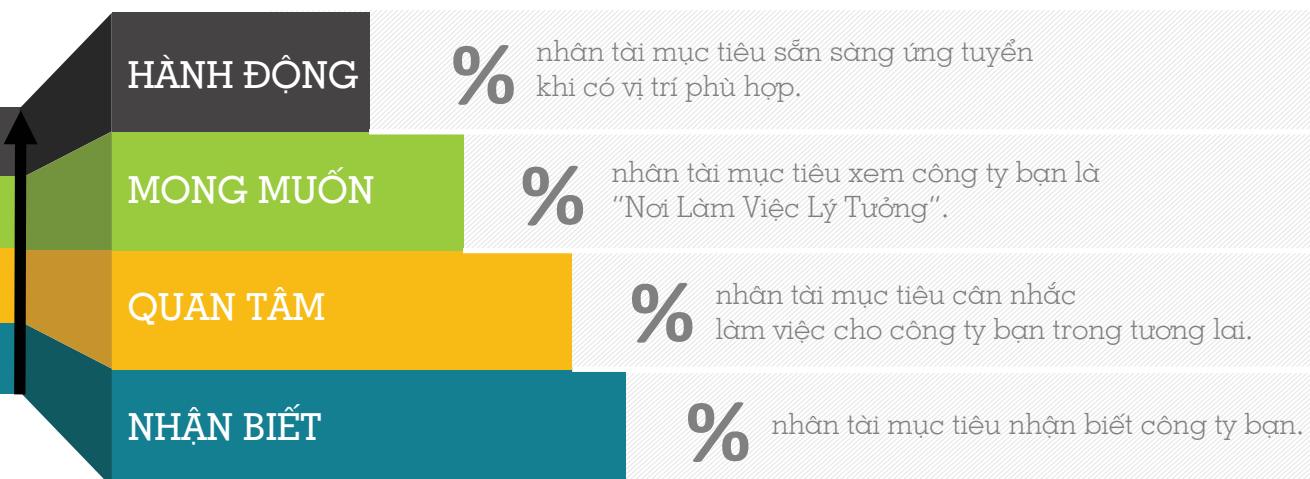
Phương pháp luận

Một THNTD muốn thu hút thành công một nhân tài mục tiêu thường trải qua 4 bước chính:

- Nhận biết: Nhân tài mục tiêu nghe nói/hoặc đã biết về công ty.
- Quan tâm: Nhân tài mục tiêu quan tâm, cân nhắc chọn công ty là nơi làm việc tương lai.
- Mong muốn: Nhân tài mục tiêu yêu thích công ty hơn so với các công ty khác mà họ quan tâm, do đó ghi nhận công ty như là Nơi Làm Việc Lý Tưởng.
- Hành động: Nhân tài mục tiêu sẵn lòng ứng tuyển khi công ty có vị trí phù hợp.



Công thức đo lường sức khoẻ THNTD bên ngoài



$$\text{CHỈ SỐ HẤP DẪN} \quad = \quad \left[\frac{\% \text{ NHẬN BIẾT} + \% \text{ QUAN TÂM} + \% \text{ MONG MUỐN} + \% \text{ HÀNH ĐỘNG}}{4} \right] \times 100$$

Thứ tự từ trái sang phải: Chỉ số hấp dẫn, =, phần tử tử số, phần tử chia, ×, 100.

Chỉ tính dựa trên kết quả khảo sát từ bên ngoài

Để biết thông tin chi tiết về cách đo lường sức khoẻ Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng bên ngoài, so sánh với các đối thủ cạnh tranh...

Vui lòng liên hệ:
Anphabe (08) 62682222
clientsolution@anphabe.com



150 năm kinh nghiệm với hơn 143,000 nhân viên trên 67 quốc gia, Cargill cung cấp thực phẩm, nông nghiệp, tài chính, sản phẩm công nghiệp, và các dịch vụ trên toàn thế giới. Cargill cam kết giúp cộng đồng thịnh vượng bằng những phương thức có trách nhiệm, giảm thiểu tác động môi trường những nơi chúng tôi có mặt.

Định hướng kinh doanh của Cargill là “Nuôi dưỡng con người”. Vì thế, chúng tôi đã luôn nỗ lực thực hiện theo định hướng này trong suốt 20 năm qua từ khi có mặt tại Việt Nam năm 1995. Với hơn 1,400 nhân viên thuộc các ngành kinh doanh: Thức ăn chăn nuôi, nguyên liệu, kinh doanh sắt thép, ngũ cốc, xuất khẩu cacao, nguyên liệu thực phẩm, ...

Cargill luôn thể hiện sự quan tâm đến tất cả các nhân viên bằng nhiều hình thức khác nhau. Cargill thu hút và giữ chân nhân tài bằng cách xây dựng chính sách lương, thưởng cạnh tranh và phúc lợi hấp dẫn, thiết thực. Công ty mua bảo hiểm cho nhân viên và gia đình, tổ chức các chương trình gắn kết nhân viên, tặng quà cho nhân viên trong các sự kiện quan trọng như đám cưới, sinh con, kỷ niệm 5, 10, 15, 20 năm cộng tác với Cargill.

Cargill cam kết hỗ trợ nhân viên “**cùng phát triển bền vững**”. Nhân viên của Cargill được huấn luyện các chương trình đào tạo và phát triển phù hợp với tiềm năng của từng nhân viên. Công ty xây dựng kế hoạch phát triển một cách hệ thống cho từng cấp bậc và từng bộ phận. Xây dựng văn hóa trao quyền nhằm đào tạo và hướng dẫn nhân viên làm việc cùng vì sự phát triển của công ty và cá nhân. Củng cố kỹ năng quản lý cho các cấp lãnh đạo thông qua “Học viện quản lý”. Thiết lập “Học viện Dinh Dưỡng” nhằm phát triển kiến thức và kỹ năng chuyên môn cho nhân viên.

Văn hóa doanh nghiệp của Cargill là tổng hòa của quan niệm giá trị, tiêu chuẩn đạo đức, triết lý kinh doanh, quy phạm hành vi, ý tưởng kinh doanh, phương thức quản lý và nội quy, chính sách...được mọi thành viên trong công ty chấp nhận, tuân theo. Đây là toàn bộ giá trị được gầy dựng nên trong quá trình tồn tại và phát triển của công ty tại Việt Nam, chi phối tình cảm, nếp suy nghĩ và hành vi của mọi thành viên để hướng tới các mục tiêu kinh doanh.

Môi trường làm việc của công ty cởi mở thân thiện, nhân viên được khuyến khích nêu ý kiến, tham gia vào quá trình ra quyết định. Công ty luôn lắng nghe ý kiến của nhân viên thông qua việc tổ chức thực hiện khảo sát để đo lường sự gắn kết của nhân viên và đề ra các kế hoạch hành động nhằm hỗ trợ công ty phát triển bền vững và nhân viên gắn bó lâu dài với công ty.

Ngoài ra văn hóa an toàn cũng là một trong những nền tảng văn hóa quan trọng của Cargill. Các chương trình đào tạo về an toàn thực phẩm, an toàn lao động, lái xe an toàn được tổ chức hàng năm nhằm nâng cao ý thức về an toàn và bảo vệ cuộc sống của nhân viên và gia đình.

Với Cargill, nhân viên không chỉ là nền tảng mang lại sự thành công trong kinh doanh, mà nhân viên còn là tương lai góp phần mang lại sự thịnh vượng cho Việt Nam.



Chị Huỳnh Thị Xuân Liên
Phó tổng giám đốc cấp cao - MKT



TỰ TIN MỞ LỐI THÀNH CÔNG

Với chiến lược phát triển đội ngũ lãnh đạo từ nội bộ, Suntory PepsiCo đã luôn mở cho tôi cơ hội phát huy tiềm năng tối đa, qua nhiều dự án thử thách và nhiều công việc đúng thể mạnh. Vì thế đến lượt mình, tôi luôn khuyến khích nhân viên tinh thần "Làm được", sáng tạo và học hỏi nhanh để luôn có cơ hội phát triển và thăng tiến trong sự nghiệp

Chị Trịnh Thị Mỹ Hạnh
Chuyên viên phụ trách
khách hàng quan trọng



GHI DẤU THÀNH CÔNG CÙNG ĐỒNG ĐỘI XỨNG TẦM

Tôi thấy may mắn khi được gia nhập Suntory PepsiCo – công ty có lịch sử thành công đáng tự hào. Tinh thần của "người chiến thắng" luôn được phát huy khi cả đội ngũ Sales luôn cam kết chính phục thành công tiếp nối thành công. Được làm việc cho những nhãn hàng danh tiếng cùng đội ngũ tài năng xuất sắc để giới thiệu những sản phẩm sáng tạo, đột phá, dẫn đầu nhiều trào lưu tiêu dùng mới của giới trẻ tại Việt Nam hẳn sẽ là cơ hội bạn sẽ không thể bỏ qua.

Anh Ngô Xuân Thành
Kế toán chính - Báo cáo tài chính



LUÔN LÀ CHÍNH MÌNH GIÚP NHAU TỎA SÁNG

Văn hoá Suntory PepsiCo xem trọng cá tính riêng của từng cá nhân cũng như sự đa dạng trong tập thể. Đó chính là "đặc sản" giúp tôi cũng như nhiều nhân viên khác cảm thấy yêu và gắn bó với công ty hơn. Được làm việc trong một môi trường cởi mở và thân thiện như Suntory PepsiCo, tôi luôn được khuyến khích chia sẻ quan điểm, thể hiện bản thân theo cách riêng để có thể làm việc và sống hết mình.

Anh Phạm Công Nhàn
Trưởng phòng bảo trì – Cần Thơ



THĂNG TIẾN SỰ NGHIỆP CÂN BẰNG CUỘC SỐNG

Gia đình Suntory PepsiCo luôn cùng nhau chia sẻ phương châm "Sống trọn từng giây". Tôi cảm nhận được sự tận tâm của Công ty với những chính sách đãi ngộ đa dạng, đặc biệt về chăm sóc cho sức khoẻ cho nhân viên cùng những người thân yêu. Mọi nỗ lực và thành quả ở đây đều được ghi nhận và tưởng thưởng xứng đáng. Tôi tin rằng bắt đầu sự nghiệp cùng Suntory PepsiCo không chỉ đảm bảo một hành trình lâu dài, mà còn là những cơ hội và thu nhập tương lai hấp dẫn, tương xứng với những đóng góp của những nhân tài tiềm năng

100 NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM 2014



#	Công ty	Ngành	Liên kết
1	Unilever Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	unilever-vietnam.anphabe.com
2	Vinamilk	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	vinamilk.anphabe.com
3	Microsoft Việt Nam	Công nghệ phần mềm/Thuê ngoài	microsoft-vietnam.anphabe.com
4	Abbott Laboratories Việt Nam	Dược/Công nghệ sinh học/Chăm sóc sức khoẻ	abbott-vietnam.anphabe.com
5	Nestlé Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	nestle-vietnam.anphabe.com
6	Procter & Gamble Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	pg-vietnam.anphabe.com
7	HSBC Việt Nam	Ngân hàng/Tài chính	hsbc-vietnam.anphabe.com
8	IBM Việt Nam	Công nghệ thông tin/Viễn thông	ibm-vietnam.anphabe.com
9	Coca Cola Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	coca-cola-vietnam.anphabe.com
10	PepsiCo Foods Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	pepsi-co-vietnam.anphabe.com
11	Hewlett Packard Việt Nam	Công nghệ phần mềm/Thuê ngoài	hp-vietnam.anphabe.com
12	Mobifone	Công nghệ thông tin/Viễn thông	mobifone.anphabe.com
13	Suntory PepsiCo Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	suntory-pepsi-co.vietnam.anphabe.com
14	Viettel Group	Công nghệ thông tin/Viễn thông	viettel.anphabe.com
15	Samsung Vina Electronics	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	samsung-vietnam.anphabe.com
16	GE Việt Nam	Kỹ thuật/Cơ khí công nghiệp	ge-vietnam.anphabe.com
17	Vietcombank	Ngân hàng/Tài chính	vietcombank.anphabe.com
18	Bosch Việt Nam	Kỹ thuật/Cơ khí công nghiệp	bosch-vietnam.anphabe.com
19	Harvey Nash	Công nghệ phần mềm/Thuê ngoài	harveynash-vietnam.anphabe.com
20	Intel Products Việt Nam	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	intel-vietnam.anphabe.com
21	Microsoft Mobile (Việt Nam) LLC (Nokia)	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	nokia-vietnam.anphabe.com
22	Cisco Systems Việt Nam	Công nghệ thông tin/Viễn thông	cisco-vietnam.anphabe.com
23	Kimberly Clark Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	kimberly-clark-vietnam.anphabe.com
24	Techcombank	Ngân hàng/Tài chính	techcombank.anphabe.com
25	VinaCapital	Đầu tư/Kiểm toán/Kế toán	vinacapital.anphabe.com



#	Công ty	Ngành	Liên kết
26	Oracle Việt Nam	Công nghệ thông tin/Viễn thông	oracle-vietnam.anphabe.com
27	Mercedes-Benz Việt Nam	Ô tô/Phụ tùng	mercedes-benz-vietnam.anphabe.com
28	FPT Trading	Bán lẻ/Bán sỉ/Thương mại	fpt.anphabe.com
29	Sony Electronics Việt Nam	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	sony-vietnam.anphabe.com
30	British American Tobacco	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	bat-vietnam.anphabe.com
31	Masan Group	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	masangroup.anphabe.com
32	Nutifood	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	nutifood.anphabe.com
33	Toyota Motor Việt Nam	Ô tô/Phụ tùng	toyota-vietnam.anphabe.com
34	Piaggio Việt Nam	Ô tô/Phụ tùng	piaggio-vietnam.anphabe.com
35	ANZ Việt Nam	Ngân hàng/Tài chính	anz-vietnam.anphabe.com
36	Sapporo Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	sapporobeer-vietnam.anphabe.com
37	Gameloft	Công nghệ phần mềm/Thuê ngoài	gameloft-vietnam.anphabe.com
38	Colgate Palmolive Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	colgate-vietnam.anphabe.com
39	Panasonic Vietnam Group	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	panasonic-vietnam.anphabe.com
40	ABB Việt Nam	Kỹ thuật/Cơ khí công nghiệp	abb-vietnam.anphabe.com
41	PNJ	Bán lẻ/Bán sỉ/Thương mại	pnj.anphabe.com
42	Holcim Việt Nam	Sản xuất công nghiệp/Hoá chất	holcim-vietnam.anphabe.com
43	Prudential Việt Nam	Bảo hiểm (Nhóm thọ & Phi nhóm thọ)	prudential-vietnam.anphabe.com
44	Metro Cash & Carry Việt Nam	Bán lẻ/Bán sỉ/Thương mại	metro-vietnam.anphabe.com
45	AIA Việt Nam	Bảo hiểm (Nhóm thọ & Phi nhóm thọ)	aia-vietnam.anphabe.com
46	Nike Việt Nam	Dệt may/Giày dép	nike-vietnam.anphabe.com
47	Deloitte Việt Nam	Đầu tư/Kiểm toán/Kế toán	deloitte-vietnam.anphabe.com
48	Manulife Việt Nam	Bảo hiểm (Nhóm thọ & Phi nhóm thọ)	manulife-vietnam.anphabe.com
49	Adidas Việt Nam	Dệt may/Giày dép	adidas-vietnam.anphabe.com
50	Big C Việt Nam	Bán lẻ/Bán sỉ/Thương mại	bigc-vietnam.anphabe.com



#	Công ty	Ngành	Liên kết
51	VietJetAir	Du lịch/Khách sạn/Nhà hàng	vietjetair.anphabe.com
52	CSC Việt Nam	Công nghệ phần mềm/Thuê ngoài	csc-vietnam.anphabe.com
53	Akzo Nobel Paint Việt Nam	Sản xuất công nghiệp/Hoá chất	akzonobel-vietnam.anphabe.com
54	LG Electronics Việt Nam	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	lg-vietnam.anphabe.com
55	Nippon Paint Việt Nam	Sản xuất công nghiệp/Hoá chất	nipponpaint-vietnam.anphabe.com
56	Siemens	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	siemens-vietnam.anphabe.com
57	Thế Giới Di Động	Bán lẻ/Bán sỉ/Thương mại	thegioididong.anphabe.com
58	Hoa Sen Group	Kỹ thuật/Cơ khí công nghiệp	hoasengroup.anphabe.com
59	Sanofi Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/Chăm sóc sức khoẻ	sanofi-vietnam.anphabe.com
60	Yamaha Motor Việt Nam	Ô tô/Phụ tùng	yamahamotor-vietnam.anphabe.com
61	Jotun Paints (Việt Nam)	Sản xuất công nghiệp/Hoá chất	jotun-vietnam.anphabe.com
62	Electrolux Việt Nam	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	electrolux-vietnam.anphabe.com
63	Canon Việt Nam	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	canon-vietnam.anphabe.com
64	Maersk Line Việt Nam	Vận chuyển/Hậu cần	maerskline-vietnam.anphabe.com
65	DHL-VNPT Express	Vận chuyển/Hậu cần	dhl-vietnam.anphabe.com
66	KFC Việt Nam	Du lịch/Khách sạn/Nhà hàng	kfc-vietnam.anphabe.com
67	Cargill Việt Nam	Nông lâm nghiệp/Thức ăn chăn nuôi	cargill-vietnam.anphabe.com
68	KPMG Limited	Đầu tư/Kiểm toán/Kế toán	kpmg-vietnam.anphabe.com
69	Ernst & Young Việt Nam	Đầu tư/Kiểm toán/Kế toán	ey-vietnam.anphabe.com
70	L'Oréal Việt Nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	loreal-vietnam.anphabe.com
71	Honda Việt Nam	Ô tô/Phụ tùng	honda-vietnam.anphabe.com
72	Việt Nam Brewery Ltd.	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	vbl-vietnam.anphabe.com
73	Mead Johnson Nutrition Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/Chăm sóc sức khoẻ	meadjohnson-vietnam.anphabe.com
74	American Standard	Xây dựng/Vật liệu	americanstandard-vietnam.anphabe.com
75	International Consumer Products Corporation	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	icpvn.anphabe.com



#	Công ty	Ngành	Liên kết
76	LG-Vina Cosmetics	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	lgcare.anphabe.com
77	Wipro Unza Việt nam	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	wipro-unza-vietnam.anphabe.com
78	PwC Việt Nam	Đầu tư/Kiểm toán/Kế toán	pwc-vietnam.anphabe.com
79	VinGroup	Bất động sản/Kiến trúc/Thiết kế	vingroup.anphabe.com
80	Johnson & Johnson Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ	jnj-vietnam.anphabe.com
81	Bayer Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ	bayer-vietnam.anphabe.com
82	DKSH Việt Nam	Vận chuyển/Hậu cần	dksh-vietnam.anphabe.com
83	Nielsen Việt Nam	Dịch vụ/Tu vấn/Luật	nielsen-vietnam.anphabe.com
84	CGV Cinemas	Quảng cáo/Truyền thông/Giải trí	cgv.anphabe.com
85	Đất Việt VAC	Quảng cáo/Truyền thông/Giải trí	datvietvac.anphabe.com
86	Triumph International Việt Nam	Dệt may/Giày dép	triumph-vietnam.anphabe.com
87	GlaxoSmithKline Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ	gsk-vietnam.anphabe.com
88	Syngenta Việt Nam	Nông lâm nghiệp/ Thức ăn chăn nuôi	syngenta-vietnam.anphabe.com
89	RMIT Việt Nam	Giáo dục/Đào tạo	rmit-vietnam.anphabe.com
90	Petro Việt Nam	Dầu khí/Năng lượng	petro-vietnam.anphabe.com
91	CBRE Việt Nam	Bất động sản/Kiến trúc/Thiết kế	cbre-vietnam.anphabe.com
92	CP Việt Nam	Nông lâm nghiệp/ Thức ăn chăn nuôi	cp-vietnam.anphabe.com
93	Novartis Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ	novartis-vietnam.anphabe.com
94	Ogilvy & Mather Việt Nam	Quảng cáo/Truyền thông/Giải trí	ogilvy-vietnam.anphabe.com
95	Lazada Việt Nam	Internet/Thương mại điện tử	lazada.anphabe.com
96	Savills Việt Nam	Bất động sản/Kiến trúc/Thiết kế	savills-vietnam.anphabe.com
97	Roche Pharma Việt Nam	Được/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ	roche-vietnam.anphabe.com
98	Total Việt Nam	Dầu khí/Năng lượng	total-vietnam.anphabe.com
99	Shell Việt Nam	Dầu khí/Năng lượng	shell-vietnam.anphabe.com
100	VNG	Internet/Thương mại điện tử	vng.anphabe.com

MAKE GREAT

FRIENDS

The environment we work in and the kind of people we are - a friendly team in a supportive and fun environment

CAREER

The opportunities you have to build a worthwhile and rewarding career. Training and development that helps you realize your potential, and recognition programs which reward good performance

LIFE

The belief in work-life harmony - where you can manage work and life to fit your life style and career plans. The range of roles in our restaurants, delivery outlets and corporate offices give you flexibility to choose what work for you

BRAND

The pride you feel when you're part of one of the world's best-known brands, helping to make it great for our customers every day.

At Pizza Hut, we believe every moment together counts. That's why every day, in every way, we work to make it great for our people and for our customers.

We are a Company where you can learn new skills, enjoy flexibility in your career, and feel proud knowing you are part of the team behind

the Pizza Hut Brand. It's a happy, fun and supportive place, where colleagues aren't just colleagues, they are friends.



Established: 2006

No. of employees: 2.056

No. of store: 53

Pizza Hut Vietnam Co., Ltd

www.pizzahut.vn

NHÀ TUYỂN DỤNG HẤP DẪN TRÊN THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG



Tiền thân là một doanh nghiệp nhà nước nhưng sau khi cổ phần hóa năm 2004, PNJ đã nhanh chóng thay đổi cách thức quản trị theo mô hình quản trị hiện đại. Không những nổi tiếng về thương hiệu sản phẩm, PNJ còn là thương hiệu nhà tuyển dụng hấp dẫn trên thị trường lao động. Tại sao PNJ lại thu hút người lao động như vậy?

trên mọi miền đất nước, đặc biệt là lao động trẻ rất thuận lợi. Ngoài ra, PNJ có nhà máy sản xuất nữ trang thuộc hàng lớn nhất Châu Á nên ngành nghề tuyển dụng rất đa dạng từ tất cả các khía cạnh kinh doanh, kỹ thuật, tài chính kế toán...

Bà Nguyễn Thị Ngọc Minh- Giám đốc khối nguồn nhân lực PNJ khẳng định hiện chính sách đãi ngộ của Công ty hoàn toàn cạnh tranh với thị trường (tương đương các công ty đa quốc gia). Như Công ty cam kết nhân viên hưởng 15 tháng lương, thưởng theo lợi nhuận, thưởng cổ phiếu. Các chính sách phúc lợi khác như bảo hiểm tai nạn, sức

khỏe, team building, phòng gym, canteen, thư viện... là những khoản phúc lợi khi bạn được trở thành nhân viên PNJ.

Chính sách đào tạo nội bộ trong và ngoài nước luôn được xây dựng hàng năm, bao gồm các chương trình đào tạo dài hạn, ngắn hạn. Nhân viên được xây dựng lộ trình phát triển nghề nghiệp rõ ràng và có nhiều cơ hội tham gia các dự án cũng như chuyên chuyen, thăng tiến nghề nghiệp.

Môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, trong lành. Cơ sở vật chất sạch đẹp, khang trang đặt ngay các trung tâm thành phố lớn. Nhân viên luôn được tạo điều kiện để đóng góp, thể hiện năng lực của mình một cách tối đa.

Việc đứng thứ 41 trên thị trường và đứng thứ hai trong ngành của "Top 100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam năm 2014" chính là minh chứng cho sự hài lòng của người lao động về môi trường làm việc cũng như những cải tiến vượt bậc trong chính sách nhân sự của PNJ. Chúng tôi luôn trao cơ hội cho tất cả thành viên để cùng hướng tới mục tiêu "Hội Tụ Tỏa Sáng – Sự Nghiệp Thành Hoa".

NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM 2014 - THEO NGÀNH



#	Ngành	Nơi làm việc tốt nhất theo ngành
1	Bán lẻ/Bán sỉ/Thuơng mại	FPT Trading
2	Bảo hiểm (Nhân thọ & Phi nhân thọ)	Prudential Việt Nam
3	Bất động sản/Kiến trúc/Thiết kế	VinGroup
4	Công nghệ phần mềm/Thuê ngoài	Microsoft Việt Nam
5	Công nghệ thông tin/Viễn thông	IBM Việt Nam
6	Dầu khí/Năng lượng	Petro Việt Nam
7	Dệt may/Giày dép	Nike Việt Nam
8	Dịch vụ/Tư vấn/Luật	Nielsen Việt Nam
9	Du lịch/Khách sạn/Nhà hàng	VietJetAir
10	Dược/Công nghệ sinh học/ Chăm sóc sức khoẻ	Sanofi Việt Nam
11	Đầu tư/Kiểm toán/Kế toán	VinaCapital
12	Điện tử/Công nghệ/Thiết bị phụ trợ	Samsung Vina Electronics
13	Giáo dục/Đào tạo	RMIT Việt Nam
14	Hàng tiêu dùng nhanh (Gồm Thực phẩm & Đồ uống)	Unilever Việt Nam
15	Internet/Thuơng mại điện tử	Lazada
16	Kỹ thuật/Cơ khí công nghiệp	Bosch Việt Nam
17	Ngân hàng/Tài chính	HSBC Việt Nam
18	Nông lâm nghiệp/ Thúc ăn chăn nuôi	Cargill Việt Nam
19	Ô tô/Phụ tùng	Mercedes-Benz Việt Nam
20	Phi chính phủ/Phi lợi nhuận	UNDP Việt Nam
21	Quảng cáo/Truyền thông/Giải trí	CGV Việt Nam
22	Sản xuất công nghiệp/Hóa chất	Holcim Việt Nam
23	Vận chuyển/Hậu cần	Maersk Line Việt Nam
24	Xây dựng/Vật liệu	American Standard Việt Nam



NƠI LÀM VIỆC TỐT NHẤT VIỆT NAM 2014 THEO CÁC TIÊU CHÍ

LƯƠNG, THƯỞNG, PHÚC LỢI

Vinamilk

VĂN HÓA & GIÁ TRỊ

Intel Products Việt Nam

**CHẤT LƯỢNG CÔNG VIỆC &
CUỘC SỐNG**

Vinamilk

CƠ HỘI PHÁT TRIỂN

Unilever Việt Nam

ĐỘI NGŨ LÃNH ĐẠO

Microsoft Việt Nam

DANH TIẾNG CÔNG TY

Unilever Việt Nam



L

azada Group, trung tâm mua sắm trực tuyến lớn nhất Đông Nam Á, hiện đã có mặt tại Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam (www.lazada.vn) với một trung tâm phân phối lớn đặt tại Hồng Kông & một trung tâm phát triển công nghệ ở Nga.

Lazada là doanh nghiệp tiên phong trong lĩnh vực thương mại điện tử của khu vực, luôn mang đến cho khách hàng trải nghiệm mua sắm hiệu quả với nhiều phương thức thanh toán tiện lợi, an toàn bao gồm thanh toán khi nhận hàng, chăm sóc và hỗ trợ khách hàng chu đáo, nâng cao chất lượng hậu mãi và dịch vụ đổi trả hàng miễn phí. Ngoài ra, Lazada còn cung cấp nguồn sản phẩm đa dạng thuộc nhiều hạng mục khác nhau, từ điện tử tiêu dùng đến đồ gia dụng, đồ chơi, quần áo thời trang và thiết bị thể thao.

Chính thức ra mắt vào tháng 2 năm 2012, đến nay, Lazada đã phát triển nhanh chóng với hơn 3500 nhân viên tại Đông Nam Á, trong đó Lazada Việt Nam và Trung tâm phát triển công nghệ Lazada tại Việt Nam chiếm 29% (khoảng 1000 nhân viên). Với đội ngũ lao động trẻ nhiệt huyết, sáng tạo và đam mê, Lazada luôn phấn đấu xây dựng môi trường làm việc lý tưởng theo tiêu chuẩn quốc tế để tương xứng và phát huy tối đa tiềm năng của nhân viên. Trở thành một trong "100 nơi làm việc tốt nhất Việt Nam" là sự kiện đánh dấu quá trình không ngừng nỗ lực của tập thể Lazada trong thời gian vừa qua.

Trong suốt 3 năm hoạt động tại thị trường Việt Nam, Lazada luôn chú trọng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực để đáp ứng sự phát triển nhanh chóng của ngành thương mại điện tử Việt Nam. Với vô vàn cơ hội tiềm năng trong kinh doanh, Lazada Việt Nam hy vọng sẽ mở rộng và phát triển xứng tầm hội nhập của ngành thương mại điện tử trong nước và quốc tế.

THƯƠNG HIỆU NHÀ TUYỂN DỤNG

Phải có chiến lược dài hơi

Một doanh nghiệp muốn kinh doanh hiệu quả và bền vững phải là doanh nghiệp luôn thu hút & giữ chân được một đội ngũ nhân sự tài năng, hay nói cách khác phải trở thành Nơi Làm Việc Lý Tưởng đối với những nhân tài này. Thế nhưng cũng nhu việc phát triển thương hiệu sản phẩm, phát triển Thương Hiệu Nhà Tuyển Dụng (THNTD) là một quá trình dài hơi cần nhiều tâm sức và đầu tư không kém. Anphabe trò chuyện với những "chiến lược gia" của 4 THNTD hàng đầu – Unilever, Microsoft, Bosch và Cargill để cùng chia sẻ về hành trình cam kết dài hơi nhưng đáng giá này.



Ông Vũ Minh Trí
GĐĐH Microsoft Việt Nam

Bà Nguyễn Tâm Trang
Phó chủ tịch phụ trách
nhân sự Unilever Việt Nam

Bà Nguyễn Tâm Thanh
Giám đốc nhân sự
Cargill Việt Nam

Ông Võ Quang Huệ
Tổng Giám đốc Công ty
TNHH Bosch Việt Nam.

NHÂN TÀI - HỌ LÀ AI?

Theo ông Vũ Minh Trí – GĐĐH Microsoft Việt Nam: "Nếu chỉ săn toàn ngôi sao từ những công ty khác về hội tụ thành dải ngân hà mà không có chiến lược rõ ràng thì có khi chỉ tốn tiền mà lại không hiệu quả." Mỗi công ty với đặc thù khác nhau sẽ cần xác định rõ ràng đối tượng nhân sự nào sẽ phù hợp với chiến lược kinh doanh của mình, không chỉ về kinh nghiệm, khả năng mà còn phải tính rất nhiều đến thái độ, cách tư duy và tính cách. Chẳng hạn như Microsoft tập trung thu hút hai nhóm nhân tài mục tiêu, một nhóm Mid-Career (nhiều kinh nghiệm) và nhóm Young Talent (nhân tài trẻ). Nhóm nhiều kinh nghiệm thì phải là những người rất giỏi và có kinh nghiệm xuất sắc phù hợp còn nhóm trẻ thì phải có khả năng học hỏi và thích ứng rất nhanh. Ông Trí nói vui: "Nếu bạn không tài năng và cũng không tiềm năng thì có lẽ Microsoft không phải là nơi phù hợp với bạn."

Đối với Cargill – công ty thuộc ngành Nông nghiệp / Thực Ăn gia súc thì việc thu hút và phát triển nhân tài là một thách thức. Mặc dù là công ty hàng đầu trong một ngành có tốc độ phát triển rất mạnh nhưng không phải ai cũng biết tới cái tên Cargill. Đặc thù ngành này nghe cũng không "sang" như nhiều ngành khác nên việc xác định đúng đối tượng nhân tài có khả năng gắn bó lâu dài với công ty là định hướng rất quan trọng.

Theo bà Nguyễn Tâm Thanh - Giám đốc nhân sự của Cargill Việt Nam: "Họ phải là những người gắn bó lâu dài với nghề này, cảm nhận được sự đóng góp của mình vào việc cùng phát triển, giúp đỡ để đem lại sự thay đổi trong cuộc sống của những người chăn nuôi. Hy vọng, Cargill và những nhân sự tận tụy của mình sẽ góp phần thay đổi điều đó."

Bà Thanh Nguyễn - GĐĐH của Anphabe tu vấn thêm: "Buộc đầu tiên giúp đạt tới mục tiêu trở thành nơi làm việc hấp dẫn hơn là phải xác định được định vị THNTD của doanh nghiệp mình. Để làm được điều đó, sau khi xác định rõ nhân tài phù hợp nhất là ai, doanh nghiệp sẽ tìm hiểu và xây dựng những lợi ích, trải nghiệm tương ứng cho từng nhóm nhân tài một cách vừa hấp dẫn, vừa khác biệt mà cũng đúng với thực tế hiện tại và định hướng lâu dài của công ty."

HẤP DẪN NHÂN TÀI BẰNG QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ

Thu hút nhân tài không đơn thuần chỉ là một vài cuộc phỏng vấn, tăng lương, đáp ứng những phúc lợi khác mà là cả một quá trình xây dựng mối quan hệ, gây cảm hứng cho từng nhóm ứng viên khi họ tiếp xúc với công ty. Đối với Unilever – đơn vị được người đi làm bình chọn là Nơi Làm Việc Tốt Nhất Việt Nam trong hai năm liền, đây không chỉ là chiến lược mà là cam kết dài hạn. Bà Nguyễn Tâm

Trang, Phó chủ tịch phụ trách nhân sự của Unilever Việt Nam chia sẻ: "Cho dù nhu cầu nhân sự của công ty mỗi năm nhiều hay ít, kinh doanh tốt hay gặp thử thách, chúng tôi vẫn đảm bảo các hoạt động và ngân sách dành cho chương trình THNTD luôn ở mức cao nhất và uy tín nhất. Bởi vì để từ khi bắt đầu biết tới cho tới khi quan tâm và thực sự mong muốn công hiến cho công ty, các ứng viên cần được tiếp cận nhiều lần, với nhiều cách truyền tải thông điệp và qua nhiều kênh thì mới "thấm" được."

Cả khi nhân tài đã tham gia vào công ty, quá trình xây dựng quan hệ vẫn cần được tiếp tục nuôi dưỡng. Chính vì vậy, nhiều công ty tại Việt Nam trong đó có Bosch luôn tự hào khi có nhiều nhân viên gắn bó với công ty từ những ngày đầu thành lập cho đến nay. Ngoài việc đảm bảo tính cạnh tranh cao về chế độ chính sách lương bổng, phúc lợi, Bosch rất quan tâm đến việc đảm bảo sức khỏe cho nhân viên và bảo hiểm cho hai người thân của họ. Ông Võ Quang Huệ - TGĐ công ty TNHH Bosch Việt Nam cho biết Bosch áp dụng chính sách làm việc tại nhà (work from home) và linh hoạt giờ làm việc (flexi-time) để tạo một môi trường làm việc thân thiện cho nhân viên. Kết quả tốt ngoài mong đợi, hầu hết nhân viên hài lòng với các chính sách từ ban lãnh đạo và hiệu quả công việc tăng đáng kể.

GIỮ CHÂN NHÂN TÀI – PHÒNG CHÁY HƠN CHỮA CHÁY

Đừng chỉ hiểu xây dựng THNTD gói gọn trong việc truyền thông ra bên ngoài. "THNTD phải được định vị và xây dựng từ chính nội bộ doanh nghiệp, tập trung trước hết vào nhóm nhân tài quan trọng nhất là nhân viên hiện tại của công ty. Vì họ sẽ những "thông điệp viên" giúp quảng bá THNTD tới nhóm nhân tài mục tiêu bên ngoài hiệu quả nhất" - bà Thanh Nguyễn nói. Điều này đòi hỏi nhiều nỗ lực từ cả ban lãnh đạo chứ không riêng gì nhân sự, tuy nhiên nếu được chú trọng

xuyên suốt thì sẽ rất hiệu quả trong việc giữ chân nhân tài lâu dài, tránh được tình huống "khủng hoảng nhân lực" khi mà công ty gặp những khó khăn kinh doanh và thực sự cần người giỏi gắn bó thì họ lại lần lượt ra đi.

Nói luôn dễ hơn làm, khi mà mọi cuộc họp quan trọng luôn tập trung quanh việc chạy theo doanh số và chỉ tiêu... Bài toán Microsoft là "làm sao để nhân viên luôn cùng phát triển với doanh nghiệp." Cam kết giải quyết bài toán này, ban lãnh đạo Microsoft mỗi tháng luôn dành riêng 5 tiếng đồng hồ chỉ để bàn luận về kế hoạch phát triển nhân tài. "Phòng cháy hon chua cháy" - ông Trí nhấn mạnh - "Một khi nhân viên đã có quyết định ra đi thì có muốn cũng không thể giữ và cũng không nên giữ."

Bà Nguyễn Tâm Trang cho biết năm 2014 là một năm đầy thử thách đối với Unilever. Trong khi các nhân viên luôn cố gắng không mệt mỏi thì những nhà quản lý nhân sự cũng cần làm việc gấp đôi nhằm tạo niềm tin, động lực cho tất cả mọi người qua nhiều hình thức khác nhau. Tại Unilever, chúng tôi thấu hiểu mỗi nhóm đối tượng nhân viên sẽ có nhu cầu và động lực khác nhau. Các hoạt động gắn kết và giữ chân nhân tài, vì thế, cũng được thiết kế linh hoạt để đáp ứng nguyện vọng của từng nhóm. Một ví dụ điển hình là Câu lạc bộ các bà Mẹ trẻ (Young Mom Club), diễn đàn để các bà mẹ trẻ chia sẻ kinh nghiệm chăm sóc con nhỏ, bí quyết cân bằng công việc và cuộc sống. Năm rồi, công ty cũng có ý tưởng liên kết với nhiều trường học uy tín để nhân viên công ty nhận được những ưu đãi giáo dục tốt nhất cho con cái. Kết quả là trong một năm đầy khó khăn, mức độ hài lòng của nhân viên vẫn rất cao.

"Cần phải có chiến lược và cam kết dài hơi" – Đó là thông điệp chung của tất cả các diễn giả khi nói về việc đẩy mạnh THNTD nhằm xây dựng một Nơi làm việc lý tưởng hơn. Thế nhưng "đừng chờ đợi, hãy bắt tay ngay khi có thể" vì một hành trình dài luôn cần có những bước đầu tiên...

V I E T N A M
BEST PLACES
TO WORK **2014**
anphabe^α



CÁM ƠN
HẸN GẶP LẠI

Liên hệ

Công ty cổ phần Anphabe

Lầu 1, Tòa nhà Hữu Nghị, 309 - 311 Hoàng Diệu, Phường 6, Quận 4

Hồ Chí Minh, Việt Nam

Tel: (84 8) 6268 2222 - Fax: (84 8) 6268 2222

Email: clientsolution@anphabe.com

Website: www.anphabe.com