

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO BỘ LAO ĐỘNG THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI**

TRỊNH THANH SƠN

**NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM ĐẾN SỰ HÀI
LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC TẠI TRUNG TÂM
DỊCH VỤ VIỆC LÀM HÀ NỘI**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ NHÂN LỰC

HÀ NỘI - 2021

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO BỘ LAO ĐỘNG THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI**

TRỊNH THANH SƠN

**NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM ĐẾN SỰ HÀI
LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC TẠI TRUNG TÂM
DỊCH VỤ VIỆC LÀM HÀ NỘI**

Chuyên ngành : Quản trị nhân lực

Mã số : 8340404

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ NHÂN LỰC

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS. HÀ DUY HÀO

HÀ NỘI - 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn “*Nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội*” là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Luận văn chưa được công bố trong bất kỳ một công trình nghiên cứu nào. Các số liệu, nội dung được trình bày trong luận văn này là hoàn toàn hợp lệ và đảm bảo tuân thủ các quy định về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Tôi xin chịu trách nhiệm về đề tài nghiên cứu của mình.

Tác giả

Trịnh Thanh Sơn

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em xin bày tỏ lời cảm ơn chân thành nhất tới TS. Hà Duy Hào đã tận tình chỉ bảo và tạo mọi điều kiện để em có thể hoàn thành luận văn một cách tốt nhất

Em xin gửi lời cảm ơn tới tập thể cán bộ, giảng viên bộ phận Sau Đại học - trường Đại học Lao động - Xã hội đã có những giúp đỡ, hỗ trợ trong suốt thời gian em tham gia học tập tại trường, đặc biệt là trong giai đoạn làm luận văn tốt nghiệp.

Trong quá trình thực hiện, do hạn chế về lý luận, kinh nghiệm, luận văn không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy, cô giáo và các bạn để luận văn được hoàn thiện hơn

Em xin trân trọng cảm ơn.

Tác giả

Trịnh Thanh Sơn

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	I
DANH MỤC BẢNG, SƠ ĐỒ.....	II
LỜI NÓI ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC.....	13
1.1. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và sự hài lòng của người tìm việc	13
1.1.1. Một số khái niệm cơ bản.....	13
1.1.2. Nội dung cơ bản của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm dịch vụ việc làm.	18
1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm	20
1.1.4. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng	22
1.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết	23
1.2.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	23
1.2.2. Các giả thuyết nghiên cứu.....	24
1.3. Kinh nghiệm về hoạt động của trung tâm việc làm một số địa phương và bài học rút ra cho Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.....	25
1.3.1. Kinh nghiệm từ Trung tâm dịch vụ việc làm làm tỉnh Bạc Liêu	25
1.3.2. Kinh nghiệm từ Trung tâm dịch vụ việc làm làm tỉnh Hậu Giang	27
1.3.3. Kinh nghiệm từ Trung tâm dịch vụ việc làm làm tỉnh Bình Dương.....	28
1.3.4. Bài học cho Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội	30

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC TẠI TRUNG TÂM DỊCH VỤ VIỆC LÀM HÀ NỘI	33
2.1. Tổng quan về Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.....	33
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội .	33
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội	34
2.1.3. Bộ máy tổ chức của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội	36
2.2. Một số kết quả về giới thiệu việc làm cho người lao động tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội trong những năm qua	39
2.3. Phương pháp nghiên cứu về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội	40
2.3.1. Quy trình nghiên cứu	40
2.3.2. Các thang đo được sử dụng trong mô hình nghiên cứu	41
2.3.3. Phương pháp chọn mẫu và cỡ mẫu	44
2.3.4. Phương pháp phân tích số liệu	45
2.4. Kết quả nghiên cứu định lượng về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội	50
2.4.1. Thống kê mẫu khảo sát	50
2.4.2. Kiểm định thang đo.....	52
2.4.4. Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng.....	60
CHƯƠNG 3: THẢO LUẬN VỀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM TẠI TRUNG TÂM DỊCH VỤ VIỆC LÀM HÀ NỘI.....	62
3.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu	62
3.2. Quan điểm, mục tiêu và phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm DVGTVL Hà Nội	63

3.2.1. Quan điểm nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm	63
3.2.2. Mục tiêu và phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm.....	64
3.3. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.....	65
3.3.1. Giải pháp với nhân tố sự tin cậy	65
3.3.2. Giải pháp với nhân tố thái độ phục vụ	68
3.3.3. Giải pháp với nhân tố năng lực nhân viên	69
3.3.4. Giải pháp với nhân tố quy trình thủ tục	71
3.3.5. Nâng cao năng lực hoạt động trung tâm dịch vụ giới thiệu việc làm đáp ứng yêu cầu phát triển thị trường lao động.	72
3.3.6. Hoàn thiện hệ thống thông tin thị trường lao động và dự báo thị trường lao động.	73
3.3.7. Nâng cao chất lượng hoạt động sàn (phiên) giao dịch việc làm và website “vieclamhanoi.net”.....	75
3.4. Một số kiến nghị đối với đơn vị cấp trên.....	77
3.4.1. Đối với Bộ Lao Động - Thương Binh - Xã Hội.....	77
3.4.2. Đối với Sở Lao động - Thương binh và Xã hội Hà Nội là đơn vị chủ quản của Trung tâm.....	78
KẾT LUẬN	79
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	80
PHỤ LỤC	

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CLDVGTVL	:	Chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm
DVVL	:	Dịch vụ việc làm
DVGTVL	:	Dịch vụ giới thiệu việc làm
GDVL	:	Giao dịch việc làm
NLĐ	:	Người lao động
NSDLĐ	:	Người sử dụng lao động
TTLĐ	:	Thị trường lao động

DANH MỤC BẢNG, SƠ ĐỒ

Bảng 2.1. Quy mô tư vấn và giới thiệu việc làm cho người lao động trong những năm qua	39
Bảng 2.2. Các tiêu chí đo lường các thành phần của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và sự hài lòng của người tìm việc	43
Bảng 2.3. Thông tin về mẫu nghiên cứu	51
Bảng 2.4. Kết quả Cronbach's Alpha các thang đo	52
Bảng 2.5. Kết quả EFA của thang đo CLDV Việc làm	54
Bảng 2.6. Kết quả EFA của thang đo sự hài lòng của NTV	55
Bảng 2.7. Kết quả phân tích tương quan.....	57
Bảng 2.8. Kết quả hồi quy.....	57
Bảng 2.9. Tóm tắt mô hình.....	57
Bảng 2.10. Kiểm định phương sai sai số thay đổi	58
Bảng 2.11: Tổng hợp các kết quả kiểm định giả thuyết trên MH nghiên cứu	59
Bảng 2.12. Kiểm định sự khác biệt theo giới tính	60
Bảng 2.13. Kiểm định sự khác biệt theo độ tuổi.....	60
Bảng 2.14. Kiểm định sự khác biệt theo học vấn	61
Sơ đồ 1.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất	24
Sơ đồ 2.1. Bộ máy tổ chức của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.	36
Sơ đồ 2.2. Quy trình triển khai nghiên cứu.....	41

LỜI NÓI ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài luận văn

Chính sách lao động, việc làm luôn là một trong những chính sách quan trọng đối với mỗi quốc gia. Đối với các nước đang phát triển có lực lượng lao động lớn như Việt Nam thì việc làm có vai trò vô cùng quan trọng giúp cho thị trường lao động phát triển, tạo động lực cho sản xuất, kinh doanh, góp phần phát triển kinh tế đất nước và góp phần ổn định xã hội. Việc làm cho người lao động trong sự phát triển của thị trường lao động là tiền đề quan trọng để sử dụng có hiệu quả nguồn lao động của đất nước góp phần tích cực vào việc hình thành thể chế kinh tế thị trường, tận dụng tốt lợi thế của đất nước trong giai đoạn hiện nay đưa nước ta phát triển giảm dần khoảng cách với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Dịch vụ giới thiệu việc làm là hoạt động quan trọng góp phần giải quyết việc làm cho người lao động, đồng thời giúp cho các doanh nghiệp có được lực lượng lao động có, tay nghề, trình độ, đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trên thực tế, ở toàn quốc nói chung, ở các địa phương nói riêng chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm của các trung tâm còn nhiều hạn chế, chưa phát huy được vai trò, chức năng của mình khiến cho một bộ phận thanh niên trong xã hội thất nghiệp, điều này không những gây lãng phí tiềm năng nguồn nhân lực trẻ mà còn gây ra những hệ quả không tốt về kinh tế - xã hội. Không có hoặc thiếu việc làm không chỉ ảnh hưởng đến thu nhập, sức mua của nền kinh tế, làm mất một lực lượng lao động trẻ khỏe mà nó còn là nguyên nhân chính dẫn đến sự gia tăng đáng báo động của các tệ nạn xã hội .

Mặt khác, việc làm là vấn đề quan trọng trong công tác giải quyết việc làm tạo ra sự phát triển của nền kinh tế. Nước ta đang trên đà hội nhập và phát

triển, vì vậy không thể thiếu đội ngũ lao động có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu về nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp. Việc cung cấp lao động cho các doanh nghiệp và tư vấn việc làm cho người lao động là hoạt động tích cực, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Vì vậy, việc quản lý nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm là hết sức quan trọng.

Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội là đơn vị sự nghiệp công lập trực thuộc Sở Lao động - Thương binh và Xã hội Hà Nội. Với chức năng, nhiệm vụ tổ chức các hoạt động tư vấn về lao động, việc làm cho người lao động, người sử dụng lao động; việc làm cho người lao động; thu thập, phân tích, dự báo và cung ứng thông tin về thị trường lao động; tổ chức thực hiện chính sách bảo hiểm thất nghiệp; tuyển dụng, quản lý người lao động Việt Nam làm việc cho các tổ chức, cá nhân nước ngoài trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Sau một thời gian nghiên cứu và tìm hiểu chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội, em nhận thấy chất lượng dịch vụ luôn giữ một vai trò quan trọng và trở thành công tác được quan tâm thường xuyên. Tuy nhiên, với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, môi trường kinh doanh thay đổi, cơ chế quản lý,... thì chất lượng dịch vụ còn bộc lộ những tồn tại hạn chế. Trong đó, hiệu quả mang lại từ hoạt động của hệ thống dịch vụ giới thiệu việc làm Hà Nội hiện chưa hoàn toàn đáp ứng nhu cầu thực tế, số lượng và quy mô còn nhỏ (chỉ có 3 cơ sở), hoạt động của trung tâm còn nhiều vướng mắc, tồn tại trong cơ cấu, tổ chức hoạt động nên TTDVVL Hà Nội vẫn chưa phát huy được tối đa vai trò làm cầu nối tuyển dụng, chưa thỏa mãn được nhu cầu giới thiệu việc làm của người lao động. Do đó, việc nghiên cứu và đánh giá chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm là rất cần thiết để làm căn cứ đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại TTDVVL Hà Nội trong thời gian tới.

Từ lý luận và thực tiễn trên, Em chọn chủ đề “*Nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội*” làm đề tài nghiên cứu luận văn thạc sỹ.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận văn

Cho đến nay đã có một số công trình nghiên cứu liên quan mật thiết đến dịch vụ việc làm. Các nghiên cứu này tập trung giải quyết những vấn đề sau:

Đề tài “*Phát triển dịch vụ việc làm trên địa bàn Hà Nội trong giai đoạn hiện nay*”, luận án Tiến sĩ Kinh tế của Nguyễn Thành Công, Hà Nội, 2017. Đề tài cung cấp: Về lý luận, tác giả quan niệm về dịch vụ giới thiệu việc làm là toàn bộ các hoạt động nhằm kết nối cung - cầu lao động trên thị trường lao động hoặc tư vấn, trợ giúp để người lao động có thể tự tạo việc làm và giới thiệu việc làm là quá trình trong đó cơ sở dịch vụ giới thiệu việc làm có những thông tin về chỗ làm việc trống và giới thiệu cho người tìm việc đến địa chỉ của người sử dụng lao động để tìm hiểu và có thể đi đến thoả thuận về việc làm; hoặc cơ sở dịch vụ giới thiệu việc làm có thông tin về người tìm việc và giới thiệu cho người sử dụng lao động tiếp xúc và có thể đi đến những thoả thuận tuyển dụng. Về thực tiễn, luận án chỉ ra phát triển DVVL trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 2009- 2016 đã đạt được một số kết quả, song vẫn còn nhiều hạn chế, đó là: Mạng lưới DVVL chủ yếu tập trung ở một số quận nội thành, trong khi ở một số huyện ngoại thành lại rất thiếu vắng; Việc đa dạng hóa nội dung, hình thức và gia tăng kết quả hoạt động DVVL chủ yếu chỉ được thực hiện ở một số trung tâm, còn lại các cơ sở khác yếu kém; Chất lượng DVVL chưa cao. Những hạn chế đó là do những nguyên nhân sau: Quản lý nhà nước đối với hoạt động DVVL trên địa bàn Hà Nội chưa đáp ứng được yêu cầu; Nhân lực của các cơ sở DVVL trên địa bàn Hà Nội vừa thiếu,

vừa yếu; Cơ sở vật chất, trang thiết bị của các cơ sở DVGTVL trên địa bàn Hà Nội chưa đáp ứng được yêu cầu; Nhận thức của người lao động và của người sử dụng lao động về dịch vụ giới thiệu việc làm chưa đầy đủ; Sự phối, kết hợp của các bên liên quan trong hoạt động dịch vụ giới thiệu việc làm chưa chặt chẽ; Hợp tác quốc tế trong phát triển dịch vụ giới thiệu việc làm còn nhiều hạn chế. Luận án đưa ra quan điểm và phương hướng phát triển DVVL, đồng thời, đề xuất 6 nhóm giải pháp nhằm phát triển DVVL trên địa bàn Hà Nội đến năm 2025, đó là: (1) Tăng cường quản lý nhà nước đối với hoạt động dịch vụ việc làm; (2) Tăng cường số lượng và nâng cao chất lượng nhân lực cho các cơ sở dịch vụ giới thiệu việc làm; (3) Đầu tư tài chính, nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị cho các cơ sở dịch vụ giới thiệu việc làm; (4) Tăng cường tuyên truyền quảng bá hoạt động của các cơ sở dịch vụ giới thiệu việc làm và sàn giao dịch việc làm; Tăng cường sự phối kết hợp giữa các bên có liên quan trong hoạt động dịch vụ giới thiệu việc làm; (6) Tăng cường hợp tác quốc tế nhằm phát triển dịch vụ việc làm trên địa bàn Hà Nội.

Nguyễn Phương Thảo, Dương Ngọc Duyên (2018): “*Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm thanh niên, tỉnh Bắc Ninh*”, Tạp chí khoa học và công nghệ Số 51 - 2018. Bài báo này trình bày nghiên cứu về phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Thanh niên tỉnh Bắc Ninh. Trên cơ sở thừa kế mô hình SERVPERF và tiếp thu ý kiến chuyên gia, các tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 6 nhân tố: Chính sách quản lý lao động; Tính hữu hình; Độ tin cậy; Khả năng phản ứng; Mức độ đảm bảo; Sự thấu cảm. Phương pháp phân tích nhân tố và phân tích hồi quy tuyến tính được áp dụng. Từ kết quả nghiên cứu, bài báo đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch

vụ việc làm Thanh niên nói riêng và cho các Trung tâm dịch vụ việc làm trên địa bàn tỉnh nói chung.

Hồ Quang Thanh (2017) “*Chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Lâm Đồng*”, Tạp chí khoa học Đại học Đà Lạt Số 1 - 2017. Nghiên cứu nhằm phát hiện và khẳng định các thành phần, yếu tố tạo nên chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tác động tới sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh Lâm Đồng. Tác giả sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) trên cơ sở mô hình lý thuyết về đo lường chất lượng dịch vụ của Parasuraman và cộng sự (1988, 1991). Kết quả nghiên cứu cho thấy, thang đo có 5 thành phần gồm: (1) Tin cậy; (2) Phản hồi; (3) Năng lực phục vụ; (4) Cảm thông; và (5) Tính hữu hình với 15 biến quan sát được khẳng định độ tin cậy và độ giá trị tạo thành chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và là nhân tố quan trọng làm thỏa mãn người tìm việc. Đồng thời, chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm này giải thích được 77% sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh Lâm Đồng.

Nghiên cứu về đánh giá chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm được thực hiện bởi tác giả như Vũ Thanh Phương (2017), Nguyễn Tri Quang (2014). Nhưng các nghiên cứu này chỉ dừng ở việc đánh giá thực trạng thông qua các chỉ tiêu nghiên cứu mô tả về chất lượng dịch vụ. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ có thể thấy qua nghiên cứu của Nguyễn Huỳnh Thọ (2015) về dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Eximbank, Lê Phương Linh (2016) về chất lượng dịch vụ thẻ tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam. Các nhân tố ảnh hưởng được thừa kế dựa trên các mô hình của Parasumanra, Gronroos, Sweeney và cộng sự, Cronin và Taylor. Tuy nhiên chưa có nghiên cứu nào đánh giá các nhân tố ảnh hưởng

đến Chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm Dịch vụ việc làm Hà Nội.

Theo Đặng Anh Thư (2017), nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ việc làm tại Trung tâm Dịch vụ việc làm thành phố Cần Thơ nhằm mục tiêu đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng về CLDV giới thiệu việc làm tại Trung tâm Dịch vụ việc làm thành phố Cần Thơ. Trên cơ sở đó, đề ra các giải pháp để gia tăng sự hài lòng của khách hàng trong thời gian tới để góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của Trung tâm và chất lượng phục vụ khách hàng. Số liệu trong nghiên cứu được thu thập từ kết quả khảo sát các khách hàng đến giao dịch việc làm và được xử lý bằng phần mềm SPSS. Phương pháp phân tích bao gồm các bước kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy đa biến. Kết quả phân tích cho thấy các nhân tố tác động tích cực đến sự hài lòng của người lao động bao gồm 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng với 30 biến quan sát như sau: (1) Mức độ đáp ứng, (2) Sự đồng cảm, (3) Độ tin cậy, (4) Năng lực phục vụ, (5) Cơ sở vật chất. Trong đó Năng lực phục vụ có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của người lao động.

Theo nghiên cứu của Nguyễn Quốc Nghi (2010) cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng đối với các Trung tâm giới thiệu việc làm ở thành phố Cần Thơ chịu tác động bởi năm yếu tố là: (1) tin cậy, (2) đáp ứng, (3) đảm bảo, (4) cảm thông, (5) phương tiện hữu hình với 22 biến. Trong đó yếu tố tin cậy và đáp ứng tác động mạnh mẽ đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với Trung tâm giới thiệu việc làm. Tác giả đã đề xuất các giải pháp để nâng cao mức độ hài lòng của người lao động cụ thể như hoàn thiện các yếu tố sau: Thực hiện dịch vụ đúng như đã hứa, quan tâm đến khó khăn của người lao

động, cung cấp dịch vụ nhanh chóng, đúng hạn, hạn chế xảy ra sai sót và luôn dành thời gian đáp ứng các yêu cầu và sẵn sàng giúp đỡ người lao động.

Bên cạnh đó, Mai Ngọc Anh (2009) đánh giá thực trạng các dịch vụ hướng nghiệp và giới thiệu việc làm cho các đối tượng tham gia vào thị trường lao động Việt Nam, từ đó đưa ra các khuyến nghị nhằm phát triển dịch vụ này trong tương lai. Bên cạnh đó, Nguyễn Quốc Nghi (2010) và Nguyễn Toàn Thắng (2010) cho rằng, mức độ hài lòng của khách hàng chịu tác động bởi các yếu tố: Tin cậy và đáp ứng, phương tiện hữu hình. Trong đó, yếu tố tin cậy và đáp ứng có tác động mạnh hơn đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với các trung tâm giới thiệu việc làm.

- "Giải pháp phát triển hệ thống trung tâm giới thiệu việc làm" của Nguyễn Tiệp (2009). Tác giả phân tích những hạn chế của hệ thống trung tâm GTVL và đề ra 5 giải pháp phát triển hệ thống trung tâm GTVL như sau: (i) Phát triển hệ thống trung tâm GTVL gắn với nhu cầu thực tế của TTLĐ địa phương, vùng, cả nước và TTLĐ các nước mà Việt Nam xuất khẩu; (ii) Đầu tư trang thiết bị cho các trung tâm để nâng cao năng lực hoạt động; (iii) Xây dựng và phát triển sàn GDVL hoạt động định kỳ, thường xuyên tại các trung tâm và các điểm GDVL vệ tinh; (iv) Tăng cường phối hợp hoạt động giữa các trung tâm GTVL trong vùng và cả nước; (v) Quy định những quy tắc đạo đức trong hoạt động DVVL.

- "Giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động dịch vụ việc làm trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh" của Trương Lê Mỹ Ngọc. Bài viết đã phân tích những hạn chế của các đơn vị DVVL Thành phố giai đoạn 2010 - 2014 và đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động DVVL trên địa bàn thành phố: Đẩy mạnh công tác thanh tra, kiểm tra xử lý các điểm hoạt động DVVL không phép, đặc biệt là các địa bàn trọng điểm; Tiến hành khảo sát tình hình hoạt động của các cơ sở DVVL trên địa bàn để kịp thời chấn chỉnh,

nhắc nhở các đơn vị thực hiện đúng quy định và tìm kiếm, nhân rộng mô hình hoạt động hiệu quả; Xây dựng chương trình liên kết giữa các trung tâm, doanh nghiệp hoạt động DVVL để kết nối cơ sở dữ liệu chung về thông tin tuyển dụng lao động, nhu cầu tìm kiếm việc làm, từ đó đáp ứng nhu cầu xã hội; Hỗ trợ các đơn vị hoạt động DVVL tham gia sàn GDVL của thành phố tổ chức; Thực hiện và hoàn thành dự án “Quy hoạch phát triển hệ thống tổ chức DVVL trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2025”.

Như vậy, các công trình nghiên cứu có liên quan đến đề tài luận văn đã phân tích và làm rõ chức năng, vai trò của DVVL, chỉ ra được một số nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng DVVL và đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng DVVL ở Việt Nam trong thời gian tới.

Tuy nhiên, xung quanh vấn đề chất lượng DVVL nói chung, chất lượng DVGTVL trên địa bàn tỉnh, thành phố nói riêng còn không ít những nội dung chưa được đề cập hoặc được đề cập chưa đầy đủ, như:

Một là: Chưa có công trình nào đưa ra khái niệm chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm (DVGTVL), nội dung (nội hàm) của chất lượng DVGTVL và các chỉ tiêu đánh giá chất lượng DVGTVL.

Hai là: Mặc dù có một số công trình bàn tới các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng DVGTVL, tuy nhiên còn rời rạc, chưa hệ thống, toàn diện và chưa được luận giải một cách thuyết phục. Ngoài ra, các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng DVGTVL chủ yếu mới được nhìn nhận ở phạm vi quốc gia, chưa nhìn nhận ở phạm vi hẹp là từng tỉnh, thành phố.

Ba là: Thực trạng chất lượng DVGTVL tại Trung tâm DVVL Hà Nội kể từ khi mở rộng thành phố (năm 2008) đến nay thế nào? Đã đạt được những kết quả gì? Còn những hạn chế gì? Tại sao còn những hạn chế đó (nguyên nhân)? Trong những năm tới cần nâng cao chất lượng DVGTVL tại Trung tâm DVVL Hà Nội như thế nào? Giải pháp nào có thể nâng cao chất

lượng DVGTVL tại trung tâm DVVL Hà Nội Hà Nội đến năm 2025?...Đó là những vấn đề thực tiễn đặt ra bức xúc cho đến nay vẫn chưa có công trình nghiên cứu nào đề cập một cách hệ thống, toàn diện nhằm tìm ra lời giải đáp.

Trên cơ sở các đề tài nghiên cứu khoa học và bài viết về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm, luận văn sẽ tiếp tục kế thừa các kết quả nghiên cứu trước đó để tiếp tục hệ thống hóa các vấn đề lý luận để đánh giá kết quả và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội nhằm tăng cường sự hài lòng của người tìm việc.

Như vậy, cho đến nay chưa có nghiên cứu nào thực sự toàn diện, có hệ thống từ cơ sở lý luận đến thực tiễn về chủ đề: Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

3. Mục đích và nhiệm vụ của luận văn

3.1. Mục đích nghiên cứu

Đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội nhằm tăng cường sự hài lòng của người tìm việc trong thời gian tới.

3.2. Nhiệm vụ của luận văn

Để thực hiện mục đích nghiên cứu, luận văn có các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Thứ nhất, Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ việc làm tới sự hài lòng của người tìm việc.

Thứ hai, nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và đánh giá ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội trong thời

gian qua, trên cơ sở đó đánh giá những kết quả đạt được và những hạn chế; chỉ ra nguyên nhân của những hạn chế đó.

Thứ ba, Đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội nhằm tăng cường sự hài lòng của người tìm việc trong thời gian tới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận văn

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Về không gian: Luận văn được triển khai nghiên cứu tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

Về thời gian: Khoảng thời gian nghiên cứu là từ năm 2018 đến năm 2020. Định hướng đến năm 2025.

5. Phương pháp nghiên cứu của luận văn

Trong quá trình nghiên cứu và viết luận văn tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

5.1. Phương pháp nghiên cứu lý luận

- Phương pháp phân loại và hệ thống hóa lý thuyết

Nhóm tác giả sắp xếp các tài liệu khoa học thành một hệ thống logic chặt chẽ theo từng mặt, từng đơn vị kiến thức, từng vấn đề khoa học có chung dấu hiệu bản chất hoặc cùng hướng phát triển. Đồng thời, sắp xếp tri thức khoa học thành hệ thống trên cơ sở một mô hình lý thuyết làm cho sự hiểu biết về đối tượng được toàn diện và sâu sắc hơn.

- Phương pháp phân tích và tổng hợp lý thuyết

Nhóm tác giả nghiên cứu các văn bản, tài liệu lý luận về các yếu tố kỹ năng ảnh hưởng đến kết quả làm việc bằng cách phân tích chúng thành từng bộ phận, từng mặt để hiểu chúng một cách toàn diện. Nó còn nhằm phát hiện ra những xu hướng, những trường phái nghiên cứu của từng tác giả, từ đó lựa chọn những thông tin quan trọng phục vụ cho nghiên cứu của mình.

5.2. Phương pháp nghiên cứu thực tiễn

- *Phương pháp thu thập thông tin thứ cấp*: Nguồn thông tin thứ cấp được tác giả thu thập trực tiếp tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội thông qua các báo cáo kết quả hoạt động dịch vụ giới thiệu việc làm hàng năm của Trung tâm (giai đoạn từ 2018 - 2020). Đây là nguồn thông tin chủ yếu được sử dụng làm cơ sở cho việc phân tích khái quát cơ sở lý luận và thực tiễn của đề tài nghiên cứu.

- *Phương pháp điều tra xã hội học*

Tác giả xây dựng bộ câu hỏi khảo sát người lao động tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội. Phiếu khảo sát này nhằm thu thập thông tin về các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và sự hài lòng của người tìm việc. Số phiếu được phát ra cho 300 người tìm việc tại Trung tâm, số phiếu thu về và hợp lệ là 290.

Sau khi phát phiếu khảo sát, nhóm sẽ tiến hành xử lý số liệu thông qua phần mềm SPSS 20.0, sử dụng kết quả đó để phân tích, tổng hợp và đánh giá mức độ tác động của các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tới sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

- *Phương pháp chuyên gia*:

Nhóm tác giả sẽ tiến hành phỏng vấn sâu một số chuyên gia trong lĩnh vực kinh tế lao động; các chuyên gia quản trị nhân lực, các nhà quản lý, cán bộ của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội nhằm mục đích thu thập thông tin và đánh giá sơ bộ các vấn đề nghiên cứu.

6. Những đóng góp mới của luận văn

6.1. Về mặt lý luận

Nghiên cứu đã tổng hợp lại những vấn đề lý luận về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc

6.2. Về mặt thực tiễn

Dựa trên cơ sở lý thuyết, nghiên cứu đã phân tích ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội. Từ đó, đề xuất các giải pháp góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội nói riêng, các trung tâm dịch vụ việc làm trên địa bàn Hà Nội nói chung nhằm tăng cường sự hài lòng của người tìm việc trong thời gian tới.

7. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục; nội dung của luận văn được cấu trúc trong 3 Chương:

Chương 1. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và mô hình nghiên cứu về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc.

Chương 2. Thực trạng ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

Chương 3. Thảo luận về kết quả nghiên cứu và giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC

1.1. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và sự hài lòng của người tìm việc

1.1.1. Một số khái niệm cơ bản

1.1.1.1. Chất lượng

Theo tổ chức Quốc tế về Tiêu chuẩn hóa ISO đã đưa ra định nghĩa sau: "*Chất lượng là khả năng của tập hợp các đặc tính của một sản phẩm, hệ thống hay quá trình để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng và các bên có liên quan*".

1.1.1.2. Chất lượng dịch vụ

Dịch vụ là một sản phẩm đặc biệt với đặc điểm của nó là vô hình, biến tiềm ẩn nên các công ty, tổ chức cảm thấy khó khăn trong việc nhận thức như thế nào về dịch vụ và một tiêu chuẩn nào đó để đánh giá chất lượng dịch vụ từ đó phục vụ khách hàng ngày một tốt hơn.

Có nhiều quan điểm và cách định nghĩa về khái niệm dịch vụ. Chẳng hạn, như: dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng (Philip & Gary, 2004).

Chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng về tính siêu việt và sự tuyệt vời nói chung của một thực thể Zeithaml (1987). Đó là một dạng của thái độ và các hệ quả từ một sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những thứ ta nhận được. Lewis và Booms (1983) cho rằng, dịch vụ là

sự đo lường mức độ dịch vụ được đưa đến khách hàng tương xứng với mong đợi của khách hàng tốt đến đâu. Việc tạo ra một dịch vụ chất lượng nghĩa là đáp ứng mong đợi của khách hàng một cách đồng nhất.

Về đo lường chất lượng dịch vụ đã có nhiều nghiên cứu như: Gronroos (1984) đề nghị về chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng cách so sánh giữa giá trị mà khách hàng mong đợi trước khi sử dụng dịch vụ và giá trị mà khách hàng nhận được khi sử dụng dịch vụ và đo lường chất lượng dịch vụ bởi ba tiêu chí: Chất lượng kỹ thuật; Chất lượng chức năng; và Hình ảnh, hay chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh: Quá trình cung cấp dịch vụ; và Kết quả của dịch vụ (Lehtinen & Lehtinen, 1982).

Có hai mô hình cơ bản để đo lường chất lượng dịch vụ là mô hình chất lượng chức năng và kỹ thuật (Gronroos, 1984) và mô hình năm khoảng cách (Parasuraman 1985 - 1988) được nhiều tác giả sử dụng và kiểm định. Nitin Seth và S.G.Deshmukh (2005) sử dụng 19 mô hình chất lượng dịch vụ trong giai đoạn từ năm 1984 đến năm 2003. Trong số đó có đến 8 mô hình phát triển dựa trên nền mô hình năm khoảng cách và sử dụng thang đo SERVQUAL để đo lường chất lượng dịch vụ. Như vậy, Parasuraman đã nghiên cứu nhiều về chất lượng dịch vụ và được nhiều nhà nghiên cứu cho là khá toàn diện (Svensson 2002). Mô hình SERVPERF được phát triển dựa trên nền tảng của mô hình SERVQUAL nhưng đo lường chất lượng dịch vụ trên cơ sở đánh giá chất lượng dịch vụ thực hiện mà không phải là khoảng cách giữa chất lượng kỳ vọng và chất lượng cảm nhận. Sử dụng mô hình SERVPERF sẽ cho kết quả tốt hơn mô hình SERVQUAL và bảng câu hỏi theo mô hình SERVPERF ngắn gọn hơn so với SERVQUAL, không gây mất thời gian cho người trả lời. Theo mô hình SERVPERF thì: Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận. Trong các mô hình đo lường chất lượng dịch vụ thì mô

hình thang đo SERVQUAL được sử dụng rộng rãi nhất (Buttle, 1996; Robinson, 1999).

1.1.1.3. Khái niệm dịch vụ việc làm

Theo điều 36 chương 5 của Luật việc làm năm 2013 “*Dịch vụ việc làm bao gồm: tư vấn, giới thiệu việc làm; cung ứng và tuyển lao động theo yêu cầu của người sử dụng lao động; thu thập, cung cấp thông tin về thị trường lao động*”.

Cũng theo điều trên “*Tổ chức dịch vụ việc làm bao gồm trung tâm dịch vụ việc làm và doanh nghiệp hoạt động dịch vụ việc làm*”.

Trong các dịch vụ việc làm thì dịch vụ giới thiệu việc làm (DVGTVL) có vai trò quan trọng trong việc giúp có người lao động có được việc làm. Trên thực tế, trong hầu hết các trường hợp, DVGTVL không trực tiếp tạo ra việc làm. Việc làm là sản phẩm của đầu tư, nó phụ thuộc vào nhận thức và hành động của Chính phủ, doanh nghiệp và cá nhân những người ra quyết định đầu tư một cách có ý thức vào ngành nghề sản xuất với mong muốn tạo ra lợi nhuận. Thông qua đầu tư xuất hiện cầu về lao động mà hệ thống DVGTVL có thể giúp họ thỏa mãn bằng cách giới thiệu người tìm việc thích hợp cho các doanh nghiệp. Tóm lại, DVGTVL không tạo ra việc làm nhưng có thể trợ giúp để người lao động có việc làm. Như vậy, DVGTVL hiện nay được thể hiện bằng những công việc phục vụ cho hai nhóm đối tượng chính:

Nhóm đối tượng là người lao động: hoạt động chính phục vụ nhóm đối tượng này là giới thiệu việc làm. Bên cạnh đó là các hoạt động như: tổ chức huấn luyện giảng dạy các kỹ năng về nghề nghiệp việc làm các kiến thức liên quan đến việc làm, cung cấp các thông tin về thị trường lao động, tư vấn mức lương, chế độ lao động, chế độ bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội...

Nhóm đối tượng là người sử dụng lao động: bao gồm các hoạt động cung ứng lao động theo đơn đặt hàng, thông tin về tình hình tuyển dụng của

doanh nghiệp hoặc người sử dụng lao động, tổ chức huấn luyện đội ngũ lao động cho doanh nghiệp, cung cấp các thông tin về mức lương và các chế độ đãi ngộ trên thị trường lao động,...

1.1.1.4. Khái niệm chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm

Chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm có thể được xem như là mức độ đáp ứng của dịch vụ giới thiệu việc làm với nhu cầu hoặc mong đợi của người lao động, hoặc là khoảng cách giữa sự mong đợi của người lao động và nhận thức của họ khi sử dụng dịch vụ giới thiệu việc làm.

Theo quan điểm hướng về khách hàng, chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đồng nghĩa với việc đáp ứng mong đợi của người lao động và người sử dụng lao động, thoả mãn nhu cầu của họ hay nói cách khác họ chính là khách hàng. Do vậy, chất lượng được xác định bởi khách hàng, như khách hàng mong muốn. Do nhu cầu của khách hàng thì đa dạng, cho nên chất lượng cũng sẽ có nhiều cấp độ tùy theo đối tượng khách hàng. Chất lượng dịch vụ là do khách hàng quyết định. Như vậy, chất lượng là phạm trù mang tính chủ quan, tùy thuộc vào nhu cầu, mong đợi của khách hàng. Cùng một mức chất lượng dịch vụ nhưng các khách hàng khác nhau sẽ có cảm nhận khác nhau và ngay cả cùng một khách hàng cũng có cảm nhận khác nhau ở các giai đoạn khác nhau. Đối với ngành dịch vụ, chất lượng phụ thuộc nhiều vào nhân viên cung cấp dịch vụ, khó đảm bảo tính ổn định. Đồng thời, chất lượng mà khách hàng cảm nhận phụ thuộc nhiều vào yếu tố ngoại vi: môi trường, phương tiện thiết bị, phục vụ, thái độ của nhân viên phục vụ. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ còn có các yếu tố cấu thành như:

- Tính hữu hình thể hiện ở cơ sở vật chất, trang thiết bị vận dụng, vẻ bề ngoài, cách thức trang trí, vị trí cơ sở. Các yếu tố nào cho khách hàng cảm nhận chất lượng dịch vụ hoặc thông qua đó người ta thấy được mức độ dịch vụ.

- Độ tin cậy được thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ như đã hứa một cách chính xác đầy đủ và đúng thời hạn kèm theo một phong cách dịch vụ không sai sót.

- Tính trách nhiệm là khả năng phản ánh thái độ sẵn sàng phục vụ giúp đỡ khách hàng tốt nhất, an toàn nhất. Bên cạnh đó nó đòi hỏi mức khắc phục khi xảy ra rủi ro một cách nhanh nhất và an toàn nhất.

- Sự đảm bảo nó thể hiện tác phong lịch sự, sự tôn trọng và tin tưởng khách hàng của nhân viên phục vụ, do đó sự đảm bảo này phải được quan tâm đầy đủ, nghĩa là phải luôn luôn quan tâm làm điều tốt cho khách hàng.

- Sự đồng cảm với khách hàng thể hiện khả năng am hiểu khách hàng, chia sẻ với khách hàng niềm vui và nỗi buồn và làm yên lòng khách hàng.

1.1.1.5. Khái niệm sự hài lòng của người tìm việc

Theo Kotler và Keller (2006), sự hài lòng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó. Dựa vào nhận thức về chất lượng dịch vụ có thể chia sự hài lòng thành ba mức độ:

- Không hài lòng: khi mức độ cảm nhận của khách hàng nhỏ hơn mong đợi.

- Hài lòng: khi mức độ cảm nhận của khách hàng bằng mong đợi.

- Rất hài lòng: khi mức độ cảm nhận của khách hàng lớn hơn mong đợi.

Theo Oliver and Bearden (1985), sự hài lòng là phản ứng của người tiêu dùng đối với việc được đáp ứng những mong muốn. Định nghĩa này có hàm ý rằng sự thỏa mãn chính là sự hài lòng của người tiêu dùng trong việc tiêu dùng sản phẩm hay dịch vụ mà nó đáp ứng những mong muốn của họ, bao gồm mức độ dưới hoặc quá mức mong muốn.

Sự hài lòng của khách hàng là được hiểu là trạng thái mà một cá nhân cảm nhận được từ việc so sánh kết quả thực hiện với sự mong đợi của cá nhân

đó đối với một sản phẩm/dịch vụ cụ thể (Wang & cộng sự, 2005). Theo Schiffman & Karun (2004), sự hài lòng của khách hàng được định nghĩa như “sự nhận thức của một cá nhân về việc thực hiện sản phẩm/dịch vụ trong quan hệ với mong đợi của người đó”.

Sự hài lòng của khách hàng là một yếu tố quan trọng trong sự hình thành của những ham muốn mua hàng của khách hàng trong tương lai. Hơn nữa, khi khách hàng hài lòng họ thường sẽ nói chuyện với người khác về những kinh nghiệm tốt của họ, đó là cơ sở giúp doanh nghiệp ngày càng có được nhiều khách hàng hơn.

Do đó, có thể hiểu sự hài lòng của người tìm việc với dịch vụ giới thiệu việc làm như sau: *Sự hài lòng của người tìm việc là phản ứng của người tìm việc đối với việc được đáp ứng những mong muốn trong việc tiêu dùng dịch vụ giới thiệu việc làm mà nó đáp ứng những mong muốn tìm được việc làm của họ, bao gồm mức độ dưới hoặc quá mức mong muốn.*

1.1.2. Nội dung cơ bản của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm dịch vụ việc làm.

- Công tác tuyên truyền, tư vấn cho người lao động. Đây là bước quan trọng trong việc giúp người lao động hiểu được thị trường lao động và kỹ năng xin việc làm. Trên cơ sở đó, hàng năm trung tâm tổ chức hội nghị khách hàng tại các đơn vị với đại diện của các cơ quan ban ngành, đoàn thể, các doanh nghiệp.

- Tăng cường giới thiệu việc làm cho người lao động, đặc biệt ở các khu trung tâm công nghiệp. Trung tâm tổ chức “Ngày hội tuyển dụng lao động trực tiếp” để mời các doanh nghiệp đến tuyển dụng lao động trực tiếp.

- Cung cấp các thông tin về thị trường lao động thông qua thông tin hội chợ việc làm và tuyển dụng lao động trực tiếp.

- Đi liền với việc cung cấp thông tin theo hình thức trên, việc cung cấp

thông tin từ internet cũng đang được nhiều người quan tâm. Việc ra đời trang web người tìm việc – việc tìm người là rất cần thiết tạo môi trường và điều kiện thuận lợi thúc đẩy hoạt động người tìm việc, việc tìm người nhằm đáp ứng nhu cầu tuyển dụng lao động của các doanh nghiệp và nhu cầu giải quyết việc làm của người lao động trong cơ chế thị trường.

- Tư vấn cho người lao động và sử dụng lao động hiểu biết nhiều hơn, sâu hơn chủ trương của Đảng và chính sách pháp luật Nhà nước về lĩnh vực lao động, việc làm.

- Giới thiệu việc làm cho người lao động phù hợp với trình độ, khả năng nghiệp vụ chuyên môn của họ, đồng thời người tuyển dụng lao động, sử dụng lao động là các doanh nghiệp tuyển dụng được lao động làm việc tốt, đáp ứng được yêu cầu của công việc mà doanh nghiệp đề ra. Có như vậy mới kết hợp hài hòa đáp ứng được cung, cầu trên thị trường lao động.

- Cung cấp thông tin về thị trường lao động nhanh hơn, đầy đủ, chính xác hơn thông qua nhiều hình thức như hội chợ việc làm, trang web, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, hội thảo để người lao động sớm tìm được việc làm, người sử dụng lao động có ngay nguồn nhân lực để phục vụ cho sản xuất kinh doanh và hoạt động được tốt hơn.

- Quản lý chất lượng dựa trên quan điểm lý thuyết hệ thống. Trung tâm là một hệ thống trong đó có sự phối hợp đồng bộ thống nhất giữa các bộ phận chức năng. Mức chất lượng đạt được trên cơ sở giảm chi phí phụ thuộc rất lớn vào trình độ tổ chức quản lý của trung tâm. Chất lượng của hoạt động quản lý phản ánh chất lượng hoạt động của doanh nghiệp. Theo W.E.Deming thì có tới 85% những vấn đề về chất lượng do hoạt động quản lý gây ra. Vì vậy, hoàn thiện quản lý là cơ hội tốt cho nâng cao chất lượng sản phẩm, thoả mãn nhu cầu của khách hàng cả về chi phí và các chỉ tiêu kinh tế – kỹ thuật khác.

- Bản thân người lao động phải nhận thức được có việc làm tốt, thu

nhập ổn định phải có trình độ tay nghề cao, đặc biệt trong điều kiện tiến bộ khoa học kỹ thuật ngày càng nhanh và yêu cầu của người sử dụng lao động ngày càng cao. Bởi vậy, người lao động phải tự rèn luyện nâng cao trình độ tay nghề, tự học hỏi có như vậy thì các trung tâm giới thiệu việc làm mới kết hợp hài hòa giữa lao động – cung lao động được.

- Cơ sở vật chất, trang thiết bị của các trung tâm có tầm quan trọng đặc biệt đến nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm. Từ các phòng làm việc (đăng ký tìm việc làm, khu vực phỏng vấn, tư vấn, khu vực dành cho người lao động), trang thiết bị (máy tính, thông tin tuyên truyền...) ảnh hưởng lớn đến dịch vụ giới thiệu việc làm.

- Quản lý chất lượng dịch vụ việc làm: đi liền với giới thiệu việc làm thì việc quản lý chất lượng dịch vụ này rất có ý nghĩa, Trung tâm thường xuyên kiểm tra, giám sát, đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua các tiêu chí. Nếu thực hiện tốt công tác này một cách thường xuyên thì chắc chắn chất lượng dịch vụ việc làm sẽ ngày được cải thiện.

- Sự phối hợp giữa các ban ngành, tổ chức đoàn thể cũng ảnh hưởng đến nâng cao chất lượng dịch vụ, đặc biệt trong việc phối hợp cung cấp thông tin, tổ chức các phiên giao dịch việc làm, tổ chức tuyển chọn...

- Thị trường lao động: một nền kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường, tất yếu tuân thủ các quy luật của kinh tế thị trường, đặc biệt là quy luật cung cầu hàng hóa dịch vụ. Khi nền kinh tế càng phát triển, nhu cầu lao động ngày càng cao, thị trường lao động ngày càng sôi động. Nó tác động đến dịch vụ giới thiệu việc làm ở các cơ sở sản xuất, kinh doanh, dịch vụ hàng hóa.

1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm

Chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố, nhưng tổng hợp lại chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm chịu ảnh hưởng của 5 nhân tố lớn sau:

+ *Sự tin cậy*: Sự tin cậy chính là khả năng cung cấp dịch vụ giới thiệu việc làm như đã hứa một cách tin cậy và chính xác. Thực hiện dịch vụ tin cậy là một trong những trông đợi cơ bản của người lao động và người sử dụng lao động.

+ *Tinh thần trách nhiệm*: Là sự sẵn sàng giúp đỡ người lao động, người sử dụng lao động một cách tích cực và cung cấp dịch vụ một cách hăng hái. Trong trường hợp dịch vụ sai lệch sẽ được xử lý kịp thời và thỏa đáng, điều đó sẽ tạo ra cảm nhận tích cực về chất lượng dịch vụ.

+ *Sự đảm bảo*: Là việc thực hiện dịch vụ một cách lịch sự và kính trọng người lao động, người sử dụng lao động, giao tiếp có kết quả với khách hàng, thực sự quan tâm và có giữ bí mật cho họ.

+ *Sự đồng cảm*: Thể hiện việc chăm sóc chu đáo, chú ý tới cá nhân từng người lao động. Sự đồng cảm bao gồm khả năng tiếp cận và nỗ lực tìm hiểu nhu cầu của của người lao động.

+ *Tính hữu hình*: Là sự hiện diện của điều kiện làm việc, trang thiết bị, con người và các phương tiện thông tin. Mặt khác, chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm còn chịu tác động của các yếu tố: Khách hàng; Trình độ; năng lực; kỹ năng và thái độ làm việc của cán bộ và công nhân phục vụ, cơ sở vật chất, chất lượng của quá trình thực hiện và chuyên giao dịch vụ, môi trường hoạt động dịch vụ.

+ *Yếu tố chính sách quản lý lao động của cơ quan quản lý nhà nước*:

Định hướng quy định của cơ quan nhà nước có vai trò nhất định trong quá trình hoạt động của trung tâm giới thiệu việc làm. Nếu cơ chế thuận lợi, chính sách tạo điều kiện sẽ thúc đẩy các Trung tâm dịch vụ việc làm hoạt động một cách chuyên nghiệp, hiệu quả hơn.

Mặt khác, nếu quản lý nhà nước về dịch vụ giới thiệu việc làm thực hiện chặt chẽ, triệt để thì dịch vụ giới thiệu việc làm sẽ phát triển đúng hướng,

góp phần lành mạnh hóa các mối quan hệ lao động, hạn chế tiêu cực, tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động. Ngược lại, nếu quản lý nhà nước chỉ là hình thức và buông lỏng thì dịch vụ giới thiệu việc làm sẽ phát triển “tự do”, dẫn đến sự cạnh tranh và thu phí vô tổ chức, gây thiệt hại về quyền lợi cho người lao động và doanh nghiệp tuyển dụng lao động, vi phạm những vấn đề thuộc phạm trù đạo đức xã hội, gây ảnh hưởng xấu đến thực hiện công bằng xã hội....

Hệ thống chính sách quản lý và điều tiết hoạt động của thị trường lao động. Trong những năm qua, mặc dù có nhiều chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về giới thiệu, giải quyết việc làm cho người lao động, các bộ, sở, ban ngành đã có văn bản hướng dẫn thực hiện, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai thực hiện nhưng còn một số chính sách chưa thực sự tạo ra động lực mạnh mẽ, thủ tục còn rườm rà, chưa có quy định về quản lý sự di chuyển lao động nên dẫn đến tình trạng không nắm chắc và điều tiết được dòng di chuyển lao động một cách hiệu quả.

1.1.4. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng

Qua nhiều nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng là hai khái niệm phân biệt. Parasuraman, Zeithaml và Berry (1993) cho rằng, giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng tồn tại một số khác biệt, mà điểm khác biệt cơ bản là vấn đề “nhân quả”. Còn Zeithaml và Malhotra (2000) thì cho rằng sự hài lòng của người tìm việc bị tác động bởi nhiều yếu tố như: Chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, yếu tố tình huống, yếu tố cá nhân.

Trong các nghiên cứu trước, một số nhà nghiên cứu đã tiến hành đánh giá sự thoả mãn của khách hàng đối với các dịch vụ điện thoại di động (Santouridis và Trivellas, 2010), dịch vụ thư viện (Kiran, 2010), các dịch vụ công cộng (Akinboade & cộng sự, 2012), dịch vụ ngân hàng (Ganguli và Roy,

2011) và dịch vụ siêu thị (Nguyễn Thị Mai Trang, 2006)... Phát hiện của những nghiên cứu trong các lĩnh vực kể trên đều cho thấy sự hài lòng của khách hàng luôn bị chi phối bởi các yếu tố thành phần của chất lượng dịch vụ; nghĩa là có một mối quan hệ giữa sự thỏa mãn của khách hàng và chất lượng dịch vụ. Hơn thế nữa, trong quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ, các nhà nghiên cứu đã chỉ ra một cách chính xác hơn về ý nghĩa và các phép đo của sự hài lòng và chất lượng dịch vụ. Sự hài lòng và chất lượng dịch vụ có đặc điểm chung nhất định, nhưng sự hài lòng nói chung là một khái niệm rộng hơn, trong khi chất lượng dịch vụ tập trung cụ thể về các khía cạnh của dịch vụ (Wilson & cộng sự, 2008).

Chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem lại cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì doanh nghiệp đó bước đầu làm cho khách hàng hài lòng. Do đó muốn nâng cao sự hài lòng của khách hàng, doanh nghiệp cần nâng cao chất lượng dịch vụ của mình hơn nữa.

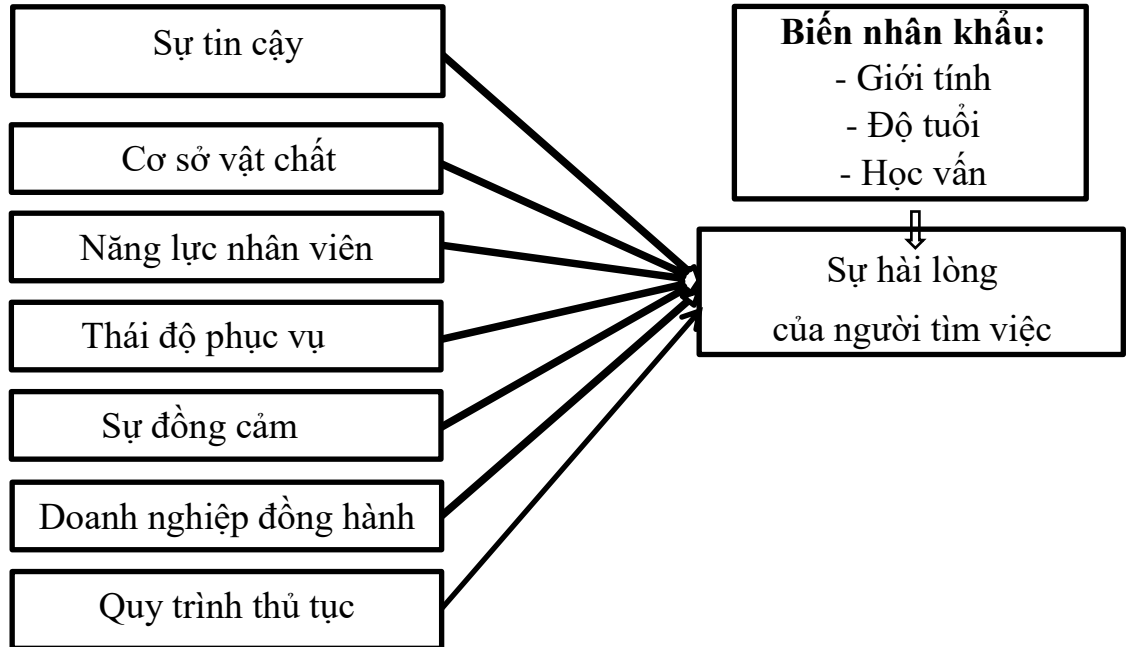
Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng tuy là hai khái niệm khác nhau nhưng có liên hệ chặt chẽ với nhau trong nghiên cứu về dịch vụ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Lý do là chất lượng dịch vụ liên quan đến việc cung cấp dịch vụ, còn sự thỏa mãn chỉ đánh giá được sau khi đã sử dụng dịch vụ. Như vậy, chất lượng dịch vụ là nguyên nhân dẫn đến sự thỏa mãn, hài lòng.

1.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết

1.2.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên lý thuyết về chất lượng dịch vụ và dịch vụ giới thiệu việc làm, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 7 nhân tố đo lường chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm là: “Sự tin cậy”, “Cơ sở vật chất”, “Năng lực nhân viên”, “Thái độ phục vụ”, “Sự đồng cảm”, “Doanh nghiệp đồng hành” và

“Quy trình thủ tục”; 1 nhân tố là sự hài lòng của người tìm việc. Cùng với cách tiếp cận từ nhà quản lý, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Sơ đồ 1.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

1.2.2. Các giả thuyết nghiên cứu

H1: Người tìm việc đánh giá Sự tin cậy càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

H2: Người tìm việc đánh giá cơ sở vật chất của trung tâm càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

H3: Người tìm việc đánh giá Năng lực nhân viên càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

H4: Người tìm việc đánh giá Thái độ phục vụ càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

H5: Người tìm việc đánh giá Sự đồng cảm càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

H6: Người tìm việc đánh giá Doanh nghiệp đồng hành càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

H7: Người tìm việc đánh giá Quy trình thủ tục càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của Người tìm việc.

1.3. Kinh nghiệm về hoạt động của trung tâm việc làm một số địa phương và bài học rút ra cho Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

1.3.1. Kinh nghiệm từ Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh Bạc Liêu

Chỉ trong 6 tháng đầu năm 2020, Trung tâm giới thiệu việc làm tỉnh Bạc Liêu đã tiếp nhận trên 1.040 hồ sơ đăng ký hưởng trợ cấp bảo hiểm thất nghiệp và có 464 lao động đến đăng ký tìm việc. Điều đó cho thấy, nhu cầu tìm kiếm việc làm của người lao động hiện nay rất lớn. Nắm bắt được tình hình chung ấy, thời gian qua Trung tâm DVGTVL tỉnh Bạc Liêu đã đẩy mạnh công tác tư vấn, giới thiệu việc làm cho người lao động thông qua việc tổ chức các phiên giao dịch việc làm. Năm 2020, Trung tâm đã tổ chức 24 phiên giao dịch việc làm, thu hút gần 11.800 lượt người đến tham dự và có 115 lượt doanh nghiệp đăng ký tham gia tuyển dụng lao động. Cũng trong năm 2020, Trung tâm giới thiệu việc làm đã giới thiệu việc làm cho 18.350 lao động. Trong đó, giới thiệu việc làm tại Trung tâm là 350 lao động, giới thiệu thông qua các điểm giao dịch việc làm là 18.000 lao động.

Không chỉ tư vấn, giới thiệu việc làm, Trung tâm DVGTVL tỉnh Bạc Liêu còn chú trọng công tác tuyên truyền chính sách lao động - việc làm, xuất khẩu lao động, dạy nghề, bảo hiểm thất nghiệp... cho NLD thông qua các hình thức như: phát tờ rơi, treo pa-nô ở các xí nghiệp, công ty, khu vực đông dân cư; phối hợp tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng... Trong năm 2020, Trung tâm đã tổ chức 12 cuộc tuyên truyền về chính sách lao động việc làm, bảo hiểm thất nghiệp, các chính sách hỗ trợ NLD đi xuất khẩu lao động theo hợp đồng.

Để đạt được nhiều thành tựu trong công tác giải quyết việc làm, Trung tâm thường xuyên tìm hiểu, khai thác các thông tin thị trường lao động trong

và ngoài nước; phát huy tốt vai trò cầu nối giữa các doanh nghiệp tuyển dụng và NLD trong và ngoài tỉnh.

Nhằm nâng cao hiệu quả công tác tư vấn, giới thiệu việc làm, thời gian tới, Trung tâm DVGTVL tỉnh Bạc Liêu đã tăng cường công tác tuyên truyền về chính sách lao động - việc làm, xuất khẩu lao động một cách sâu rộng đến nhân dân và NLD trong tỉnh bằng nhiều hình thức như: duy trì thông báo trên các phương tiện thông tin đại chúng ít nhất 1 lần/tháng; thường xuyên đăng tải thông tin tuyển truyền trên website việc làm của Trung tâm và cung cấp thông tin thị trường lao động cho các điểm giao dịch việc làm ít nhất 2 lần/tháng. Tiếp tục khai thác tìm kiếm thông tin thị trường lao động, các cơ sở đào tạo nghề có chất lượng nhằm tư vấn, giới thiệu việc làm cho NLD thất nghiệp lựa chọn việc làm, học nghề phù hợp với năng lực để sớm tái hòa nhập thị trường lao động. Song song đó, phối hợp với địa phương, trên từng địa bàn khóm - ấp tuyên truyền, phát động, quảng bá các chính sách dành cho NLD để người dân nắm rõ chủ trương của Nhà nước về lao động - việc làm; đồng thời quan tâm vận động gia đình có con em đang làm việc tại Hàn Quốc thực hiện tốt các quy định của pháp luật nhằm hạn chế tối đa tình trạng lao động cư trú bất hợp pháp tại nước ngoài. Ngoài ra, Trung tâm cũng tăng cường liên hệ với các đối tác để nắm bắt nhu cầu tuyển dụng, từ đó cung ứng kịp thời nguồn lao động.

Chính vì vậy, so với cùng kỳ năm 2019 thì số lượng giới thiệu việc làm năm 2020 cao hơn rất nhiều. Sắp tới, Trung tâm sẽ tiếp tục tuyên truyền chính sách việc làm, xuất khẩu lao động đến từng địa phương; đẩy mạnh khai thác thông tin lao động, nhu cầu người tuyển dụng; đào tạo, tập huấn kỹ năng giao tiếp cho NLD. Ngoài ra, phát huy vai trò cầu nối cho các trung tâm dạy nghề và nhà tuyển dụng.

1.3.2. Kinh nghiệm từ Trung tâm dịch vụ việc làm làm tỉnh Hậu Giang

Trong năm 2020, Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh Hậu Giang đã tư vấn cho trên 9.500 lao động. Trong đó, có 2.473 lao động được giới thiệu việc làm trong và ngoài nước.

Để làm tốt công tác nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm DVGTVL tỉnh Hậu Giang đã:

- Tăng cường công tác tư vấn, giới thiệu việc làm cho người lao động, giải quyết chế độ bảo hiểm thất nghiệp luôn được Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh Hậu Giang quan tâm thực hiện và mang lại hiệu quả tích cực. Qua đó, đã góp phần cùng với địa phương thực hiện tốt công tác an sinh xã hội.

- Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh đã đẩy mạnh hoạt động giới thiệu việc làm đến người lao động, góp phần tăng thu nhập cho cá nhân và gia đình. Thông qua sự tư vấn, giới thiệu của trung tâm, người lao động sẽ tìm được công việc phù hợp với khả năng của bản thân.

- Khi người tìm việc đến Trung tâm, sẽ được các nhân viên tư vấn cách lựa chọn công việc phù hợp với khả năng và nguyện vọng, cách chuẩn bị hồ sơ, kỹ năng thi tuyển... Nhờ đó, giúp người tìm việc yên tâm và tự tin hơn.

- Đẩy mạnh hoạt động hợp tác, xuất khẩu lao động, cung cấp thông tin về thị trường lao động nước ngoài đến người tìm việc, giúp họ mạnh dạn đăng ký xuất khẩu lao động sang thị trường khác.

- Không chỉ tư vấn, giới thiệu việc làm trong và ngoài tỉnh, công tác giải quyết chính sách bảo hiểm thất nghiệp cho người lao động thất nghiệp tại trung tâm cũng luôn đảm bảo nhanh chóng, đúng quy trình. Trung tâm DVGTVL tỉnh Hậu Giang đã hướng dẫn người lao động một cách cụ thể. Đồng thời, tư vấn và hỗ trợ người lao động tìm việc làm mới.

- Để giúp người lao động tìm được việc làm, Trung tâm dịch vụ việc làm tỉnh đã tổ chức đa dạng hóa hình thức hoạt động. Thông qua các hình

thức tuyên truyền như cấp phát tờ rơi, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng... đã giúp người lao động dễ dàng đăng ký, tra cứu thông tin, tìm kiếm việc làm trước yêu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp. Ngoài ra, nhằm đẩy mạnh công tác tư vấn, giới thiệu việc làm, trung tâm đã tổ chức sàn giao dịch việc làm tại Văn phòng Bảo hiểm thất nghiệp - Giới thiệu việc làm Cái Lắc và Văn phòng Bảo hiểm thất nghiệp thị xã Ngã Bảy. Khi người lao động đến đăng ký tìm việc tại trung tâm sẽ được các cán bộ, nhân viên hướng dẫn ghi phiếu đăng ký tìm việc làm. Theo đó, toàn bộ các thông tin cá nhân của người lao động như họ tên, giới tính, tuổi, trình độ học vấn, trình độ chuyên môn, nhu cầu việc làm,... đều được trung tâm tiếp nhận, lưu trữ. Khi doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng, trung tâm sẽ liên hệ với người lao động. Tất cả hoạt động tư vấn, giới thiệu việc làm, đều được trung tâm miễn phí hoàn toàn.

- Với các hoạt động tích cực, bình quân mỗi năm trung tâm đã tư vấn và giới thiệu việc làm cho hàng ngàn lao động làm việc trong và ngoài tỉnh, kể cả thị trường nước ngoài. Mặt khác, thông qua hoạt động của trung tâm, doanh nghiệp có thể dễ dàng lựa chọn những lao động phù hợp với nhu cầu tuyển dụng và người lao động cũng tìm kiếm được cơ hội việc làm từ các doanh nghiệp có uy tín hoặc xuất khẩu lao động ra nước ngoài. Với những kết quả đã đạt được, thời gian tới, trung tâm sẽ tăng cường hơn nữa công tác tư vấn, giới thiệu việc làm, giúp người dân tìm kiếm được việc làm, góp phần tăng thu nhập, nâng cao chất lượng cuộc sống.

1.3.3. Kinh nghiệm từ Trung tâm dịch vụ việc làm làm tỉnh Bình Dương

Tỉnh Bình Dương có dân số đông, dân số năm 2017 là 2.071.000 người, mật độ dân số là 768,5 người/ km², diện tích của tỉnh là 2.694,43 km². Với lợi thế là vùng công nghiệp trẻ, năng động và có sức bật cao, có tiềm năng lớn, luôn đi đầu với chính sách trải thảm đón nhà đầu tư trong những năm qua. Kinh nghiệm tạo việc làm ở tỉnh Bình Dương:

Trong năm 2019, Trung tâm đã tư vấn cho tổng số 1.117.087 người lao động, giới thiệu việc làm cho tổng số 68.381 lao động. Nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp trong năm 2016 là 70.820 lao động, trong đó lao động phổ thông là 50.281 chiếm 71%, còn lại là lao động chuyên môn kỹ thuật 20.539 chiếm 29%.

Trong năm 2020, toàn tỉnh đã tư vấn, giới thiệu việc làm cho 132.583 người, trong đó giới thiệu việc làm cho 85.303 người lao động, 46.255 người nhận được việc làm (đạt tỉ lệ 34,9% so với tổng số người được giới thiệu việc làm); tổ chức 27 sàn giao dịch việc làm (đạt 100% kế hoạch) với 3.268 lượt DN tham gia trực tiếp và trực tuyến, với nhu cầu tuyển dụng là 114.479 lao động; tổ chức 24 lớp bồi dưỡng kỹ năng tìm việc cho người lao động và kỹ năng nghiệp vụ. Hỗ trợ cho vay vốn từ Quỹ quốc gia về việc làm đã tạo việc làm cho 15.084 lao động.

Trung tâm Dịch vụ việc làm Bình Dương cũng là một trong những đơn vị đầu tiên có bộ phận phân tích dự báo thị trường lao động. Luôn điều tra, thu thập, tổng hợp về thông tin thị trường lao động, cập nhật phiếu điều tra cung - cầu lao động toàn tỉnh vào cơ sở dữ liệu cung cầu lao động. (Nguồn: Trung tâm DVVL Bình Dương).

Phòng Lao động – TBXH thành phố, các huyện, thị xã phối hợp với các xã, phường, thị trấn nắm bắt nhu cầu việc làm của NLD để giới thiệu với những doanh nghiệp đang có nhu cầu tuyển dụng lao động.

Triển khai thực hiện đồng bộ các giải pháp tạo việc làm, giải quyết việc làm cho người lao động thông qua chính sách phát triển các thành phần kinh tế.

Đổi mới, sắp xếp lại và nâng cao hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp nhà nước, phát triển kinh tế tập thể, khuyến khích kinh tế tư nhân và kinh tế hộ gia đình, thu hút vốn đầu tư nước ngoài.

Triển khai thực hiện các chương trình phát triển nông nghiệp, nông thôn với các mô hình kinh tế trang trại, chuyển đổi cơ cấu cây trồng, vật nuôi, khai thác và chế biến thủy hải sản; tập huấn cho cán bộ quản lý lao động - việc làm; xây dựng và phát triển hạ tầng giao thông các khu công nghiệp, công trình trọng điểm.

Chủ động phối hợp với các sở, ban, ngành nắm bắt nhu cầu việc làm của người lao động để giới thiệu với những doanh nghiệp đang có nhu cầu tuyển lao động lớn trên địa bàn.

Sở Lao động - TBXH tỉnh Bình Dương chỉ đạo Trung tâm Dịch vụ việc làm tỉnh đẩy mạnh những hoạt động tư vấn, giới thiệu việc làm cho người lao động, tổ chức các phiên giao dịch việc làm, giúp đưa thông tin về lao động đến với các đơn vị, doanh nghiệp cần tuyển lao động. Trung tâm DVVL tỉnh đã tích cực khảo sát, khai thác nhu cầu của các doanh nghiệp để chủ động thông tin trong các phiên giao dịch việc làm. Đến nay đã có hàng chục doanh nghiệp đăng ký nhu cầu lao động tại trung tâm với hàng ngàn vị trí việc làm, đây được xem là kênh kết nối hữu ích để giải quyết việc làm cho người lao động.

Trung tâm Dịch vụ việc làm tỉnh Bình Dương đã xây dựng Website sàn giao dịch việc làm trực tuyến nhằm tư vấn, giới thiệu việc làm cho NLD thuận lợi hơn. Ngoài ra còn tư vấn, giới thiệu việc làm cho sinh viên mới ra trường qua hình thức đến trực tiếp các trường để gặp gỡ, tư vấn, trao đổi thông tin về nhu cầu của doanh nghiệp, định hướng cho sinh viên được tốt hơn.

Triển khai các giải pháp hỗ trợ, thu hút đầu tư, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp duy trì tốt hoạt động sản xuất, kinh doanh, mở rộng sản xuất, đa dạng hóa các ngành nghề, nhằm tạo thêm việc làm mới, giải quyết việc làm tại chỗ cho người lao động.

1.3.4. Bài học cho Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

Từ kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại các

Trung tâm DVGTVL tỉnh Hậu Giang và tỉnh Bạc Liêu và Bình Dương. Chúng ta có thể rút ra một số kinh nghiệm để nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm DVGTVL Hà Nội như sau:

- Tư vấn cho người lao động và sử dụng lao động hiểu biết nhiều hơn, sâu hơn chủ trương của Đảng và chính sách pháp luật Nhà nước về lĩnh vực lao động, việc làm.

- Thông qua công tác tuyên truyền, tư vấn. Đây là bước quan trọng trong việc giúp người lao động hiểu được thị trường lao động và kỹ năng xin việc làm. Trên cơ sở đó, hàng năm các trung tâm cần tổ chức hội nghị khách hàng tại các đơn vị với đại diện của các cơ quan ban ngành, đoàn thể, các doanh nghiệp. Sự phối kết hợp chặt chẽ giữa Trung tâm với các tổ chức đoàn thể như Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Cựu chiến binh, các Trung tâm Giáo dục lao động xã hội... sẽ tư vấn cho nhiều lao động lựa chọn học nghề, lựa chọn nghề thích hợp.

- Tăng cường giới thiệu việc làm cho người lao động, đặc biệt ở các khu trung tâm công nghiệp. Trung tâm cần tổ chức “Ngày hội tuyển dụng lao động trực tiếp” tại các địa phương. Đồng thời trung tâm nên mời các doanh nghiệp ở các khu công nghiệp, các doanh nghiệp đóng trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh và các tỉnh lân cận đến tuyển dụng lao động trực tiếp tại địa phương.

- Cung cấp các thông tin về thị trường lao động thông qua thông tin hội chợ việc làm và tuyển dụng lao động trực tiếp. Sau những lần tổ chức, chỉ tiêu về việc làm tại các cơ sở, các cấp, các ngành, các doanh nghiệp, đây là việc làm rất có hiệu quả và thiết thực.

- Đi liền với việc cung cấp thông tin theo hình thức trên, việc cung cấp thông tin từ internet (website: vieclam.net) cũng nên được quan tâm. Việc ra đời trang web người tìm việc - việc tìm người (<http://vieclamhanoi.net>) là rất cần thiết nhằm tạo môi trường và điều kiện thuận lợi thúc đẩy hoạt động

người tìm việc, việc tìm người nhằm đáp ứng nhu cầu tuyển dụng lao động của các doanh nghiệp và nhu cầu giải quyết việc làm của người lao động trong cơ chế thị trường. Trang web người tìm việc - việc tìm người là hệ thống, mạng lưới thông tin kết nối hoạt động giữa trung tâm giới thiệu việc làm với các doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng lao động và người có nhu cầu tìm việc. Đây là cầu nối nhanh và có hiệu quả được đánh giá cao.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC TẠI TRUNG TÂM DỊCH VỤ VIỆC LÀM HÀ NỘI

2.1. Tổng quan về Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội là đơn vị thuộc Sở Lao động - Thương binh và Xã hội Hà Nội được thành lập theo Quyết định số 3055/QĐ-UB ngày 19/11/1991 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội với tên gọi ban đầu là Trung tâm Dạy nghề và Giới thiệu việc làm Hà Nội.

Ngày 13/4/2007, Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội ban hành Quyết định số 1460/QĐ-UBND về việc xác định lại chức năng, nhiệm vụ của Trung tâm và đổi tên thành Trung tâm Giới thiệu Việc làm Hà Nội.

Ngày 27/1/2015, đổi tên Trung tâm Giới thiệu Việc làm Hà Nội thành Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

Ngày 19/01/2017, Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội ban hành Quyết định số 375/QĐ-UBND về việc tổ chức lại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội trên cơ sở hợp nhất Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội và Trung tâm dịch vụ việc làm số 2 Hà Nội trực thuộc Sở Lao động - Thương binh và Xã hội.

Trung tâm dịch vụ việc làm số 2 Hà Nội có tiền thân là Trung tâm dạy nghề và giới thiệu việc làm Hà Sơn Bình trực thuộc Sở Lao động – Thương binh và Xã Hội Hà Sơn Bình được thành lập theo Quyết định số 185 – QĐ/UB ngày 04/6/1990 của Ủy ban nhân dân Tỉnh Hà Sơn Bình.

Ngày 14/6/1993, Ủy ban nhân dân Tỉnh Hà Tây ban hành Quyết định đổi tên Trung tâm dạy nghề và giới thiệu việc làm thành Trung tâm xúc tiến việc làm trực thuộc Sở Lao động – Thương binh & Xã hội Hà Tây.

Tháng 8/1997, Ủy ban nhân dân Tỉnh Hà Tây tiếp tục đổi tên Trung tâm xúc tiến việc làm thành Trung tâm dịch vụ việc làm trực thuộc Sở Lao động – Thương binh & Xã hội Hà Tây.

Từ năm 2012 – 2016: Tần suất tổ chức các Phiên GDVL định kỳ từ 01 phiên/tuần đã được nâng lên thành 02 phiên/tuần và hình thành mô hình các Điểm GDVL vệ tinh. Năm 2016, thực hiện khai trương thành công 05 Điểm GDVL vệ tinh tại 5 quận, huyện: Nam Từ Liêm, Long Biên, Gia Lâm, Sóc Sơn và Mê Linh. Quy trình giải quyết BHTN theo Đề án cũng rút ngắn được 3 ngày so với trước đây, các thủ tục hành chính được niêm yết công khai ngày càng đầy đủ, rõ ràng.

Với những đóng góp to lớn, Trung tâm đã vinh dự được tặng các phần thưởng cao quý: Năm 2015 được tặng Cờ thi đua xuất sắc của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội, Cờ thi đua xuất sắc của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Bằng khen của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội, Bằng khen của UBND Thành phố Hà Nội; Năm 2016 Bằng khen của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội, Cờ thi đua của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội, Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Tập thể lao động xuất sắc của UBND TP. Hà Nội, Bằng khen của UBND TP. Hà Nội; Năm 2017 Cờ thi đua của UBND TP. Hà Nội, Cờ “Đơn vị xuất sắc phong trào thi đua” của UBND TP. Hà Nội, Giấy khen của UBND quận Cầu Giấy; Năm 2018 Bằng khen của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội; Năm 2019 Tập thể lao động xuất sắc của UBND TP. Hà Nội, Cờ thi đua xuất sắc của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam.

2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

- Hoạt động tư vấn:

+ Tư vấn nghề cho người lao động về lựa chọn nghề, trình độ đào tạo, nơi học phù hợp với khả năng và nguyện vọng.

+ Tư vấn việc làm cho người lao động về lựa chọn công việc phù hợp với khả năng và nguyện vọng, về kỹ năng thi tuyển, về tự tạo việc làm, tìm việc làm trong và ngoài nước.

+ Tư vấn cho người sử dụng lao động về tuyển dụng lao động; về quản trị và phát triển nguồn nhân lực; về sử dụng lao động và phát triển việc làm.

+ Tư vấn về chính sách, pháp luật lao động cho người lao động, người sử dụng lao động.

- Giới thiệu việc làm cho người lao động, cung ứng và tuyển lao động theo yêu cầu của người sử dụng lao động, bao gồm:

+ Giới thiệu người lao động cần tìm việc làm với người sử dụng lao động cần tuyển lao động.

+ Cung ứng lao động theo yêu cầu của người sử dụng lao động.

+ Tuyển lao động thông qua thi tuyển để lựa chọn những người có đủ điều kiện, đáp ứng yêu cầu của người sử dụng lao động.

+ Giới thiệu, cung ứng lao động cho đơn vị, doanh nghiệp được cấp phép đưa người lao động Việt Nam đi làm việc tại nước ngoài theo hợp đồng.

- Thu thập, phân tích, dự báo và cung ứng thông tin thị trường lao động.

- Tổ chức đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực tìm kiếm việc làm và đào tạo kỹ năng, dạy nghề khác theo quy định của pháp luật.

- Hỗ trợ người lao động trong trường hợp chuyển từ nghề này sang nghề khác, di chuyển từ địa phương này sang địa phương khác, di chuyển ra nước ngoài làm việc và các hỗ trợ khác theo quy định của pháp luật.

- Tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật về lao động việc làm.

- Thực hiện các chương trình dự án về việc làm.

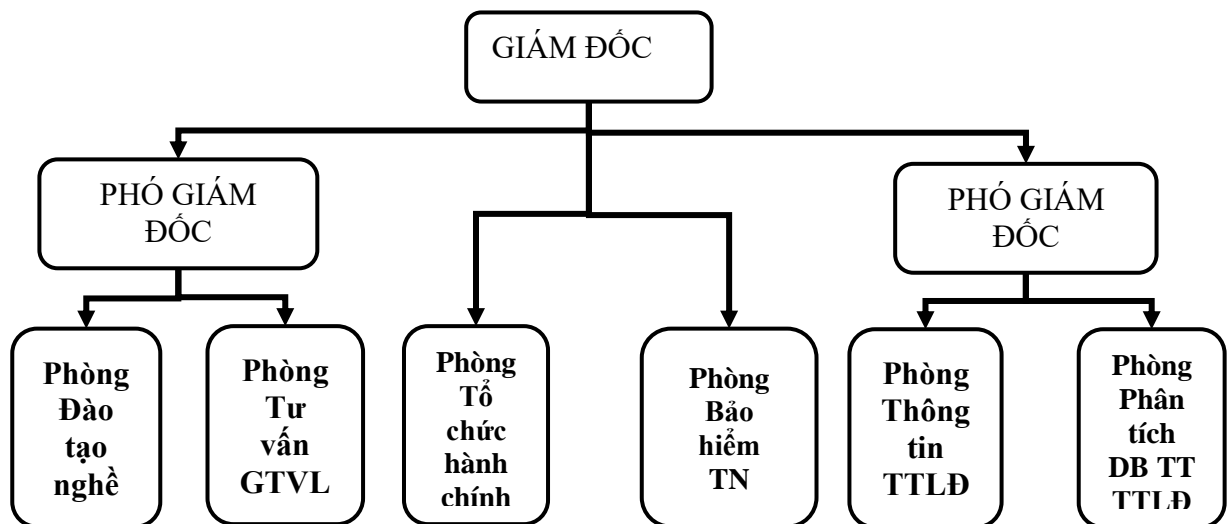
- Thực hiện các dịch vụ khác theo quy định của pháp luật.

Ngoài những nhiệm vụ nêu trên, Trung tâm thực hiện các nhiệm vụ do Sở Lao động - Thương binh và Xã hội Hà Nội phân công và các nhiệm vụ khác theo quy định của pháp luật.

2.1.3. Bộ máy tổ chức của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý gồm: Giám đốc, Phó giám đốc, Phòng Đào tạo nghề, Phòng Tư vấn giới thiệu việc làm, Phòng Tổ chức hành chính, Phòng Bảo hiểm thất nghiệp, Phòng Thông tin thị trường lao động, Phòng Phân tích dự báo Thông tin thị trường lao động.

Sơ đồ 2.1. Bộ máy tổ chức của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.



Nguồn: Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận:

Giám đốc: Là người đứng đầu cơ quan, người nắm quyền hành cao nhất và quản lý mọi hoạt động của cơ quan, quy định nhiệm vụ cụ thể cho từng cán bộ. Chịu trách nhiệm với Cục Việc làm và Sở Lao động – Thương

binh và Xã hội thành phố Hà Nội về các mặt công tác của đơn vị theo nhiệm vụ được giao.

Phó giám đốc: gồm 2 phó giám đốc là người cộng tác đặc lực của giám đốc. Phó giám đốc thay mặt Giám đốc giải quyết các lĩnh vực trong đơn vị, có ý kiến tham mưu với Giám đốc giải quyết về các hoạt động của cơ quan nhất là lĩnh vực chuyên môn, thực hiện và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về hoạt động của đơn vị khi được ủy quyền. Trực tiếp phụ trách các bộ phận của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

Phòng Đào tạo nghề: Tham mưu, đề xuất với Giám đốc về phương hướng tổ chức dạy nghề gắn với giải quyết việc làm; Tư vấn về học nghề cho người lao động; Thực hiện công tác chiêu sinh, tổ chức các lớp dạy nghề tại Trung tâm hoặc liên kết với các cơ sở đào tạo khác; Thực hiện việc quản lý nội dung chương trình đào tạo, quản lý quá trình dạy và học theo đúng các quy định của Tổng cục dạy nghề, đảm bảo chất lượng đào tạo của Trung tâm; Thực hiện việc quản lý học viên trong thời gian lên lớp; Quản lý tốt các trang thiết bị dạy nghề được giao; Phối hợp với các phòng thuộc Trung tâm thực hiện các nhiệm vụ khác do Giám đốc giao.

Phòng Bảo hiểm thất nghiệp: Thực hiện chính sách Bảo hiểm thất nghiệp theo quy định của pháp luật trên địa bàn thành phố Hà Nội; Tổ chức, tiếp nhận hồ sơ hưởng bảo hiểm thất nghiệp, xem xét và thực hiện các thủ tục giải quyết chế độ bảo hiểm thất nghiệp theo quy định; Tổ chức công tác thông tin, tuyên truyền chính sách, pháp luật về bảo hiểm thất nghiệp; Tổ chức tư vấn, giới thiệu việc làm cho người đang hưởng bảo hiểm thất nghiệp; tổ chức dạy nghề phù hợp cho người đang hưởng bảo hiểm thất nghiệp; Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ, đột xuất theo quy định.

Phòng tổ chức hành chính: Tham mưu cho Giám đốc về việc sắp xếp cán bộ và tổ chức nhân sự; Tham mưu cho Giám đốc ban hành các quy định

nội vụ, kiểm tra đánh giá việc thực hiện các quy định đó đối với các phòng thuộc Trung tâm; Quản lý cơ sở vật chất của Trung tâm; lập dự toán, lên kế hoạch mua sắm bổ sung; sửa chữa, nâng cấp, thanh lý trang thiết bị nhằm đáp ứng các yêu cầu hoạt động của Trung tâm; Thực hiện chế độ tài chính - kế toán theo luật định chung của Nhà nước và Quy chế chi tiêu nội bộ của Trung tâm; Thực hiện công tác hành chính - quản trị, đáp ứng tốt các yêu cầu hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ của Trung tâm; Bảo vệ an toàn cơ quan.

Phòng tư vấn giới thiệu việc làm: Tư vấn việc làm cho người lao động về lựa chọn công việc phù hợp với khả năng, nguyện vọng; về kỹ năng thi tuyển; về tự tạo việc làm trong nước và ngoài nước; Tư vấn cho người sử dụng lao động về tuyển dụng lao động; về quản trị và phát triển nguồn nhân lực; về sử dụng lao động và phát triển việc làm; Tư vấn về chính sách, pháp luật lao động cho người lao động và người sử dụng lao động; Tổ chức đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực tìm kiếm việc làm và kỹ năng lao động; Giới thiệu người lao động cần tìm việc làm với người sử dụng lao động cần tuyển lao động; Cung ứng lao động theo yêu cầu của người sử dụng lao động; Tuyên truyền, phổ biến chính sách Pháp luật lao động về việc làm; Thực hiện các dịch vụ khác theo quy định của pháp luật.

Phòng thông tin thị trường lao động: Tổ chức Sàn giao dịch việc làm: Tham mưu, xây dựng kế hoạch tổ chức thực hiện các phiên giao dịch việc làm định kỳ vào thứ 3 và thứ 5 hàng tuần; Phiên giao dịch việc làm lưu động, chuyên đề, lồng ghép, online và dành cho lao động hưởng BHTN; Công tác Thông tin thị trường lao động: Thu thập, tổng hợp, phân tích, lưu trữ, cung cấp về thông tin thị trường lao động và chính sách pháp luật về lao động việc làm cho người lao động, người sử dụng lao động và các tổ chức cá nhân khác có nhu cầu; đảm bảo mọi thông tin được cung cấp kịp thời, chính xác theo quy định của pháp luật; Công tác Truyền thông và thông tin: Sàn giao dịch

việc làm, Thông tin về thị trường lao động; Tổ chức điều tra, khảo sát và thu thập Cung – Cầu lao động trên địa bàn thành phố về việc làm, học nghề, tiền công tiền lương và nhu cầu sử dụng lao động phục vụ cho Sàn giao dịch việc làm.

Phòng phân tích dự báo Thông tin TTLĐ: Thu thập, phân tích, dự báo và cung ứng thông tin thị trường lao động ngắn hạn và dài hạn trên địa bàn thành phố Hà Nội phục vụ xây dựng kế hoạch, quy hoạch phát triển nguồn nhân lực, phát triển thị trường lao động và phát triển kinh tế - xã hội. Tham mưu đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của Sàn giao dịch việc làm thành phố Hà Nội. Cung ứng dịch vụ theo quy định của pháp luật.

2.2. Một số kết quả về giới thiệu việc làm cho người lao động tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội trong những năm qua

Bảng 2.1. Quy mô tư vấn và giới thiệu việc làm cho người lao động trong những năm qua

Nội dung	Các năm			
	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	6 tháng đầu năm - 2021
Số người được tư vấn GTVL (người)	58.336	69.490	83.316	18.444
Số người được giới thiệu việc làm (người)	10.991	25.678	17.980	5.718

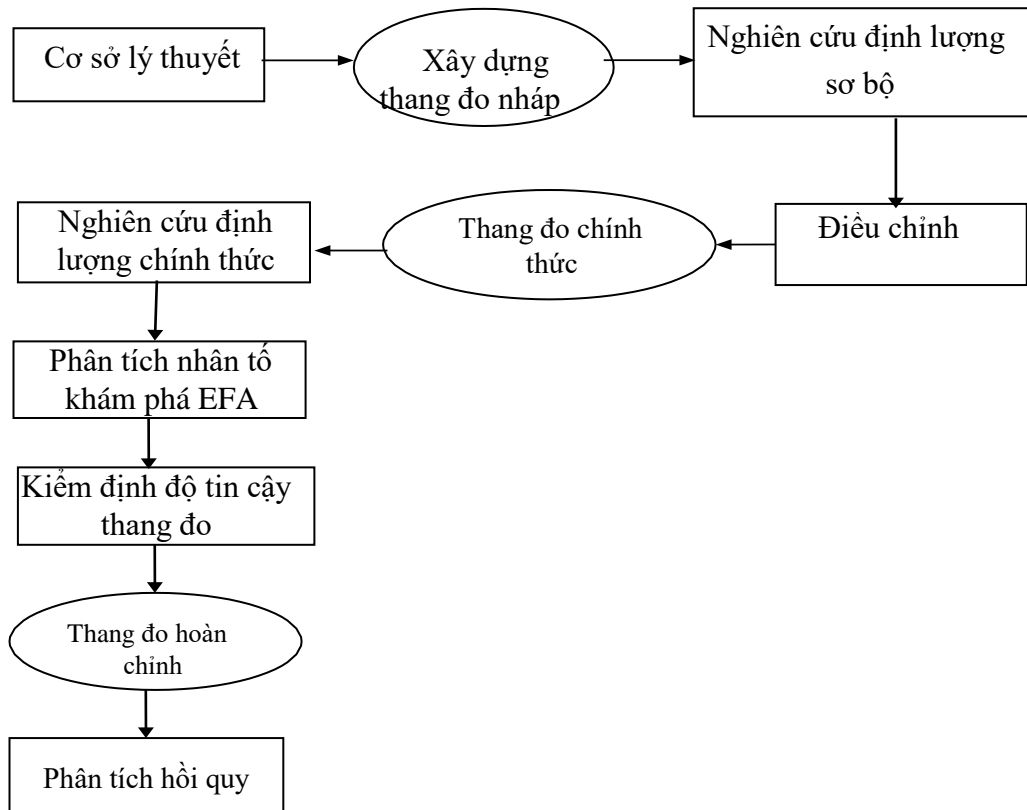
Nguồn: Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

Số người được tư vấn, giới thiệu việc làm năm 2020 là (83.316 người), năm 2019 là (69.490 người) tăng 19,12% so với cùng kỳ năm 2018 là (58.336 người); số người được giới thiệu việc làm 25.678 người, chiếm 36,95% trong tổng số người đã được tư vấn việc làm. Số người trúng tuyển có việc làm là 2.705 người, chiếm 10,53% trong tổng số người đã được giới thiệu việc làm. Kết quả này cho thấy, mặc dù số lượng kết quả tư vấn về việc làm cho lao

động BHTN có tăng so với kết quả tư vấn giới thiệu việc làm trong các năm có xu hướng tăng dần, nhưng tỉ lệ trúng tuyển sau khi người lao động tư vấn giới thiệu việc làm vẫn không cao. Nguyên nhân số lượng lớn lao động BHTN chưa có ý thức tìm kiếm việc làm mà chỉ đến làm trợ cấp BHTN để hưởng lợi cũng như việc người lao động trong quá trình chuyển đổi công việc cũng đến làm trợ cấp thất nghiệp. Do vậy khi số lượng lao động này được chuyển sang bộ phận tư vấn giới thiệu việc làm, tuy các cán bộ đã rất nhiệt tình hướng dẫn và tư vấn nhưng lao động chỉ sang với tính chất đối phó cho đủ thủ tục. Hơn thế nữa số lượng lớn lao động BHTN là lao động có nhiều kinh nghiệm và yêu cầu lương cao trong khi nguồn cầu lao động chưa đủ để đáp ứng nhu cầu của người lao động và số lượng lao động nằm rải rác tại một số huyện xa trung tâm chưa có doanh nghiệp phù hợp. Tất cả những yếu tố đó cũng đã ảnh hưởng tới kết quả giới thiệu việc làm cũng như kết quả trúng tuyển của người lao động còn hạn chế.

2.3. Phương pháp nghiên cứu về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

2.3.1. Quy trình nghiên cứu



Sơ đồ 2.2. Quy trình triển khai nghiên cứu

Nguồn: Đề xuất của tác giả

2.3.2. Các thang đo được sử dụng trong mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu được đề xuất (Sơ đồ 1.1) với các thang đo được hình thành trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước như Nguyễn Phương Thảo và Dương Ngọc Duyên (2019), Hồ Quang Thanh (2017), Đặng Anh Thu (2017), Nguyễn Quốc Nghi (2010). Thang đo CLDV có bảy nhân tố với 29 biến quan sát: “Sự tin cậy”, “Cơ sở vật chất”, “Năng lực nhân viên”, “Thái độ phục vụ”, “Sự đồng cảm”, “Doanh nghiệp đồng hành” và “Quy trình thủ tục”; thang đo sự hài lòng của người tìm việc gồm có 03 biến quan sát với thang đo Likert 5 điểm: (1) là hoàn toàn không đồng ý và (5) là hoàn toàn đồng ý.

Để đánh giá chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm, luận văn sử dụng thang đo Likert 5 cấp độ như trong bảng hỏi cho các nhân tố như: độ tin cậy,

độ phản hồi, sự bảo đảm, sự cảm thông và tính hữu hình, với tổng số 22 biến quan sát. Điểm trung bình của mỗi biến quan sát trong mỗi chỉ tiêu sẽ dùng để đánh giá mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm của đối tượng khảo sát.

* Giá trị khoảng cách = (Maximum - minimum)/n = (5-1)/5 = 0.8 Ý nghĩa các mức như sau:

Điểm số	Khoảng	Ý nghĩa
1	1,0 - 1,8	Kém / Hoàn toàn không ảnh hưởng/ Hoàn toàn không đồng ý
2	1,8 - 2,6	Yếu / Không ảnh hưởng / Không đồng ý
3	2,6 - 3,4	Bình thường
4	3,4 - 4,2	Khá / Ảnh hưởng / Đồng ý
5	4,2 - 5,0	Tốt / Rất ảnh hưởng / Rất đồng ý

Ngoài ra, luận văn thống kê tỉ lệ phần trăm số lượng đối tượng được khảo sát lựa chọn mỗi cấp độ 1-5 trong thang đo Likert, và giá trị trung bình của lựa chọn trả lời (từ 1 đến 5) cho mỗi câu hỏi nhằm đánh giá về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm

* Giá trị bình quân của thang đo Likert cho từng biến quan sát:

$$X = (\sum Xi.fi) / \sum fi$$

Trong đó:

X_i : Giá trị của biến quan sát theo thang đo Likert

f_i : Số người trả lời cho giá trị X_i .

Bảng 2.2. Các tiêu chí đo lường các thành phần của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm và sự hài lòng của người tìm việc

Yếu tố	Ký hiệu	Biểu quan sát
Sự tin cậy	TC1	1. Các quy trình thủ tục hành chính được công khai minh bạch
	TC2	2. Hồ sơ không bị sai sót, mất mát
	TC3	3. Anh/ chị không phải đi lại nhiều lần để giải quyết hồ sơ
	TC4	4. Hồ sơ được giải quyết đúng hẹn
	TC5	5. Trung tâm DVGTVL Hà Nội là nơi tin cậy để sử dụng dịch vụ giới thiệu việc làm
Cơ sở vật chất	VC1	6. Bộ phận tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả tương đối hiện đại
	VC2	7. Bộ phận tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả rộng rãi, thoáng mát
	VC3	8. Bộ phận tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả có đầy đủ tiện nghi
Năng lực phục vụ của nhân viên	NL1	9. Nhân viên tiếp nhận hồ sơ có khả năng giao tiếp tốt
	NL2	10. Nhân viên tiếp nhận hồ sơ rất thành thạo chuyên môn, nghiệp vụ liên quan
	NL3	11. Nhân viên tiếp nhận hồ sơ có kiến thức và kỹ năng giải quyết công việc liên quan
	NL4	12. Nhân viên tiếp nhận thụ lý và giải quyết thỏa đáng vướng mắc của người dân
Thái độ phục vụ của nhân viên	TD1	13. Nhân viên tiếp nhận có thái độ lịch sự khi tiếp nhận hồ sơ
	TD2	14. Nhân viên tiếp nhận có thái độ thân thiện khi trả lời những thắc mắc của anh/chị
	TD3	15. Nhân viên tiếp nhận có nhiệt tình giải đáp thắc mắc của anh/chị
	TD4	16. Nhân viên tiếp nhận phục vụ công bằng đối với mọi người dân
	TD5	17. Nhân viên tiếp nhận có trách nhiệm cao đối với hồ sơ
	TD6	18. Nhân viên không có thái độ phiền hà, những nhiều khi tiếp nhận hồ sơ

Sự đồng cảm của nhân viên	DC1	19. Nhân viên giải quyết hồ sơ một cách linh hoạt, kịp thời
	DC2	20. Những yêu cầu hợp lý của người dân được quan tâm giải quyết
	DC3	21. Nhân viên dễ dàng hiểu được những yêu cầu của anh/chị
Doanh nghiệp đồng hành	DN1	22. Doanh nghiệp luôn có chỗ làm trống để nhận việc ngay
	DN2	23. Doanh nghiệp tuyển dụng phù hợp với trình độ lao động tại địa phương
	DN3	24. Mức lương doanh nghiệp đề ra phù hợp
	DN4	25. Doanh nghiệp tuyển dụng gần nơi cư trú anh /chị
Quy trình thủ tục hành chính	TT1	26. Yêu cầu thành phần hồ sơ hợp lý
	TT2	27. Thời gian giải quyết hồ sơ theo quy trình niêm yết hợp lý
	TT3	28. Quy trình, các bước xử lý hồ sơ hợp lý
	TT4	29. Các quy định về thủ tục là phù hợp
Sự hài lòng của người tìm việc	HL1	1. Dịch vụ việc làm tại TT đáp ứng mong đợi của tôi
	HL2	2. Tôi hài lòng và quyết định sử dụng các DVGTVL do TT cung cấp khi tìm việc làm
	HL3	3. Trong tương lai, khi cần việc làm tôi vẫn đến TT để được giới thiệu

2.3.3. Phương pháp chọn mẫu và cỡ mẫu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện và tiến hành khảo sát bằng bảng câu hỏi được thiết kế sẵn.

Theo Hair và các cộng sự (1998), đối với phân tích nhân tố khám phá (EFA) cỡ mẫu tối thiểu $N \geq 5 \cdot x$ (x : tổng số biến quan sát). Còn đối với Tabachnick và các tác giả (2007), để tiến hành phân tích hồi quy một cách tốt nhất, cỡ mẫu tối thiểu cần đạt được tính theo công thức $N \geq 8k + 50$ (trong đó N là cỡ mẫu, k là tổng số biến độc lập của mô hình). Như vậy, trong nghiên cứu này thang đo gồm 29 biến quan sát với 06 biến độc lập thì dữ liệu thu được phải đảm bảo thỏa mãn cả hai điều kiện theo đề nghị của phương pháp

ngiên cứu nhân tố EFA và phương pháp hồi quy bội. $N \geq \max$ với cỡ mẫu theo yêu cầu EFA, 145; cỡ mẫu theo yêu cầu của hồi quy bội là 106). Số mẫu trả lời câu hỏi được thực hiện là 300 mẫu. Đối tượng khảo sát là những người đã sử dụng dịch vụ giới thiệu việc làm của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

2.3.4. Phương pháp phân tích số liệu

Đề tài sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để hỗ trợ trong việc phân tích số liệu và giải quyết các mục tiêu nghiên cứu. Các thang đo trong mô hình nghiên cứu được xây dựng bằng kiểm định hệ số Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA để kiểm định độ giá trị hội tụ và độ giá trị phân biệt của các thang đo. Sau khi thực hiện phân tích EFA sẽ là kiểm định các giả thuyết đề ra trong mô hình nghiên cứu bằng phương pháp phân tích hồi quy đa biến nhằm đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của Người tìm việc đối với CLDV giới thiệu việc làm tại Trung tâm.

Dữ liệu thu được làm sạch và tiến hành phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20.0 bằng các thủ tục thống kê, bao gồm:

2.3.4.1. Thống kê mô tả

Mẫu thu thập được sẽ được tiến hành thống kê phân loại theo các biến phân loại của các câu hỏi trong bảng hỏi được thu thập.

2.3.4.2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Luddy (2005), cho rằng độ tin cậy là tính thống nhất của điểm số đánh giá thu được của những người tương tự khi kiểm tra lại với những thử nghiệm khác nhau. Nói cách khác độ tin cậy của thang đo nhân tố hay một mô hình nghiên cứu được đánh giá dựa trên các nghiên cứu lặp lại của nó vẫn đảm bảo được tính tin cậy. Để đánh giá độ tin cậy của từng khái niệm nghiên cứu người ta sử dụng nhiều phương pháp khác nhau như: kỹ thuật phân đôi (Split half technique); phân tích chỉ báo (item analysis) và phổ biến hơn cả là sử

dụng hệ số Cronbach Alpha. Một trong những mục tiêu của đề tài này là xây dựng và kiểm định độ tin cậy của các thang đo của từng nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng giới thiệu việc làm. Hai công cụ xác định hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố sẽ giúp chúng ta thực hiện mục tiêu này.

Cronbach's alpha sẽ kiểm tra độ tin cậy của các biến dùng để đo lường từng nhân tố của sự thỏa mãn công việc. Những biến không đảm bảo độ tin cậy sẽ bị loại khỏi thang đo và sẽ không xuất hiện ở phần phân tích nhân tố. Sau khi loại các biến không đảm bảo độ tin cậy, các biến giữ lại sẽ được xem xét tính phù hợp thông qua phân tích nhân tố EFA. Phân tích nhân tố sẽ trả lời câu hỏi liệu các biến (chỉ số) dùng để đánh giá sự ảnh hưởng của các nhân tố có độ kết dính cao không và chúng có thể gom gọn lại thành một số nhân tố ít hơn để xem xét không.

2.3.4.3. Phương pháp khám phá nhân tố

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA và các kiểm định thống kê: Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS.20.0, sau khi được mã hóa và làm sạch, số liệu sẽ qua các phân tích sau: thống kê mô tả, đánh giá độ tin cậy của các thang đo, phân tích nhân tố khám phá. Cụ thể gồm: kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach Alpha, loại bỏ các biến có hệ số tương quan giữa biến và tổng nhỏ. Sử dụng công cụ phân tích nhân tố khám phá EFA trên SPSS 20.0 và loại bỏ các biến có thông số nhỏ bằng cách kiểm tra các hệ số tải nhân tố (Factor loading) và phương sai trích. Đánh giá sự phù hợp của mô hình nghiên cứu qua hệ số KMO.

2.3.4.4. Kiểm định sự tin cậy thang đo Cronbach's alpha

Sử dụng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha trước khi phân tích nhân tố EFA để loại các biến không phù hợp vì các biến rác này có thể tạo ra các yếu tố giả (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2009).

Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha chỉ cho biết các đo lường có liên kết với nhau hay không; nhưng không cho biết biến quan sát nào cần bỏ đi và biến quan sát nào cần giữ lại. Khi đó, việc tính toán hệ số tương quan giữa biến- tổng sẽ giúp loại ra những biến quan sát nào không đóng góp nhiều cho sự mô tả của khái niệm cần đo (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005)

Các tiêu chí được sử dụng khi thực hiện đánh giá độ tin cậy thang đo:

- + Loại các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ (nhỏ hơn 0,3); tiêu chuẩn chọn thang đo khi có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0,6 (Alpha càng lớn thì độ tin cậy nhất quán nội tại càng cao)

- + Các mức giá trị của Alpha: lớn hơn 0,8 là thang đo lường tốt; từ 0,7 đến 0,8 là sử dụng được; từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng trong trường hợp khái niệm nghiên cứu là mới hoặc là mới trong bối cảnh nghiên cứu. (Nunally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995; dẫn theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005).

- + Các biến quan sát có tương quan biến tổng nhỏ (nhỏ hơn 0,4) được xem là biến rác thì sẽ được loại ra và thang đo được chấp nhận khi hệ số tin cậy Alpha đạt yêu cầu (lớn hơn 0,7). Dựa theo thông tin trên, nghiên cứu thực hiện đánh giá thang đo dựa theo tiêu chí:

- + Loại các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,4 (đây là những biến không đóng góp nhiều cho sự mô tả của khái niệm cần đo và nhiều nghiên cứu trước đây đã sử dụng tiêu chí này).

- + Chọn thang đo có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0,6 (các khái niệm trong nghiên cứu này là tương đối mới đối với đối tượng nghiên cứu khi tham gia trả lời).

2.3.4.5. Kỹ thuật phân tích nhân tố EFA

Trước khi kiểm định lý thuyết khoa học thì cần phải đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo. Phương pháp Cronbach Alpha dùng để đánh giá độ tin cậy của thang đo. Còn phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis, gọi tắt là phương pháp EFA) giúp chúng ta đánh giá hai loại giá trị quan trọng của thang đo là giá trị hội tụ và giá trị phân biệt.

Phương pháp phân tích nhân tố EFA thuộc nhóm phân tích đa biến phụ thuộc lẫn nhau (interdependence techniques), nghĩa là không có biến phụ thuộc và biến độc lập mà nó dựa vào mối tương quan giữa các biến với nhau (interrelationships).

EFA dùng để rút gọn một tập k biến quan sát thành một tập F ($F < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn. Cơ sở của việc rút gọn này dựa vào mối quan hệ tuyến tính của các nhân tố với các biến nguyên thủy (biến quan sát).

Các tác giả Mayers, L.S., Gamst, G., Guarino A.J. (2000) đề cập rằng: Trong phân tích nhân tố, phương pháp trích Principal Components Analysis đi cùng với phép xoay Varimax là cách thức được sử dụng phổ biến nhất.

Theo Hair & ctg (1998, 111), Factor loading (hệ số tải nhân tố hay trọng số nhân tố) là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA:

Factor loading > 0.3 được xem là đạt mức tối thiểu

Factor loading > 0.4 được xem là quan trọng

Factor loading > 0.5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn

Điều kiện để phân tích nhân tố khám phá là phải thỏa mãn các yêu cầu:
Hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5

$0.5 \leq KMO \leq 1$: Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là chỉ số được dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số KMO lớn có ý nghĩa phân tích nhân tố là thích hợp.

Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05): Đây là một đại lượng thống kê dùng để xem xét giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể. Nếu kiểm định này có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05) thì các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể.

Phần trăm phương sai toàn bộ (Percentage of variance) >50%: Thể hiện phần trăm biến thiên của các biến quan sát. Nghĩa là xem biến thiên là 100% thì giá trị này cho biết phân tích nhân tố giải thích được bao nhiêu % của nhóm biến có liên hệ qua lại lẫn nhau và trình bày dưới dạng một số ít nhân tố cơ bản.

2.3.4.6. Hệ số tương quan và phân tích hồi quy tuyến tính

Mô hình hồi quy tuyến tính bội được sử dụng để xác định các yếu tố ảnh hưởng chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

Sau khi rút trích các nhân tố từ phân tích nhân tố khám phá EFA, dò tìm các vi phạm giả định cần thiết trong mô hình hồi quy tuyến tính bội: phân tích ma trận tương quan, hồi quy tuyến tính bội, kiểm tra hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance inflation factor - VIF). Quy tắc là khi $VIF > 10$, đó là dấu hiệu đa cộng tuyến. Nếu các giả định không bị vi phạm, mô hình hồi quy tuyến tính bội được xây dựng. Mô hình hồi quy tuyến tính bội được thể hiện bằng phương trình sau:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_p X_{pi} + e_i \text{ Trong đó:}$$

X_{pi} : biểu hiện giá trị của biến độc lập thứ p tại quan sát thứ i β_0 : hệ số chặn

β_p : hệ số hồi quy từng phần e_i : sai số ngẫu nhiên

Y_i : Mức độ ảnh của các nhân tố đến chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm thanh niên tỉnh Bắc Ninh.

Các bước đánh giá mô hình

Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Hệ số xác định R² và R² hiệu chỉnh (Adjusted R square) được dùng để đánh giá độ phù hợp của mô hình. Vì R² sẽ tăng khi đưa thêm biến độc lập vào mô hình nên dùng R² hiệu chỉnh sẽ an toàn hơn khi đánh giá độ phù hợp của mô hình. R² hiệu chỉnh càng lớn thể hiện độ phù hợp của mô hình càng cao.

Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Giả thuyết H₀: $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$.

Để kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính đa bội ta dùng giá trị F ở bảng phân tích ANOVA.

Ý nghĩa các hệ số hồi quy riêng phần trong mô hình

Ý nghĩa của hệ số riêng phần là β_k đo lường sự thay đổi giá trị trung bình Y khi X_k thay đổi 1 đơn vị, giữ các biến độc lập còn lại không đổi.

Hệ số Beta được dùng để so sánh khi các biến độc lập không cùng đơn vị đo lường.

2.4. Kết quả nghiên cứu định lượng về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

2.4.1. Thống kê mẫu khảo sát

Kết quả phân bố dữ liệu thống kê về tỉ lệ mẫu nghiên cứu với số lượng người trả lời được thể hiện ở Bảng 2.1.

Bảng 2.3. Thông tin về mẫu nghiên cứu

Tiêu chí	Nội dung	Tần số (quan sát)	Phần trăm (%)
Giới tính	Nam	170	58,62
	Nữ	120	41,38
Độ tuổi	Từ 18 - 30	130	44,83
	Từ 31 - 40	120	41,38
	Từ 41 - 50	35	12,07
	Trên 50	5	1,72
Trình độ học vấn	Dưới trung học phổ thông	90	31,04
	Sơ cấp nghề	17	5,86
	Trung học phổ thông	55	18,97
	Trung cấp	44	15,17
	Cao đẳng	32	11,03
	Đại học	48	16,55
	Sau đại học	4	1,38

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

Trong tổng số 290 đối tượng được khảo sát có 170 người tìm việc nam chiếm 58,62% và 120 người tìm việc nữ chiếm 41,38%. Trong đó, số lượng người tìm việc có độ tuổi từ 18-30 là 130 (chiếm 44,83%), từ 31-40 chiếm 41,38%, từ 41- 50 chiếm 12,07% và còn lại là trên 50 tuổi chiếm 1,72%. Qua đó cho thấy, số lượng người tìm việc từ 18 đến 40 tuổi chiếm nhiều nhất (86,21%). Cũng từ bảng trên, trình độ học vấn của đối tượng được khảo sát chiếm phần lớn là dưới đại học: dưới trung học phổ thông chiếm 31,04%, trung học phổ thông chiếm 18,97%, trung cấp – cao đẳng chiếm 26,2%.

2.4.2. Kiểm định thang đo

Thang đo CLDV và sự hài lòng của người tìm việc được đánh giá sơ bộ thông qua hai công cụ là hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA.

2.4.2.1. Kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's alpha cho các thang đo

Qua phân tích Cronbach' Alpha, các biến quan sát trong 7 nhân tố có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,30 và hệ số Cronbach's Alpha của 7 nhân tố đều lớn hơn 0,60. Bên cạnh đó, kết quả kiểm định cho thấy một số biến quan sát có thể loại ra như: biến quan sát TC5 có hệ số tương quan biến tổng là $0,610 > 0,30$ và giá trị Cronbach's Alpha nếu loại biến của TC5 là $0,890 > 0,868$; biến quan sát TT1 có hệ số tương quan biến tổng là $0,305 > 0,30$ và giá trị Cronbach's Alpha nếu loại biến của TT1 là $0,710 > 0,680$; biến quan sát HL1 có hệ số tương quan biến tổng là $0,645 > 0,30$ và giá trị Cronbach's Alpha nếu loại biến của HL1 là $0,850 > 0,840$. Tuy nhiên, Cronbach's Alpha của các nhân tố này khi loại các biến trên đều tăng thêm không đáng kể và hệ số tương quan biến tổng của TC5, TT1, HL1 đều đạt yêu cầu nên không cần thiết phải loại các biến này ra, vì giá trị quan trọng của biến là nằm ở giá trị nội dung (Nguyễn Đình Thọ, 2013). Kết quả tất cả các biến quan sát trên đều được giữ lại cho phân tích tiếp theo.

Bảng 2.4. Kết quả Cronbach's Alpha các thang đo

Ký hiệu	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Cronbach's Alpha <i>Sự tin cậy</i> = 0,868		
TC1	0,730	0,830
TC2	0,715	0,832
TC3	0,710	0,835
TC4	0,740	0,825
TC5	0,610	0,890
Cronbach's Alpha <i>Cơ sở vật chất</i> = 0,865		
VC1	0,730	0,820
VC2	0,780	0,780

VC3	0,720	0,835
Cronbach's Alpha <i>Năng lực nhân viên</i> = 0,780		
NL1	0,520	0,750
NL2	0,640	0,610
NL3	0,690	0,660
NL4	0,510	0,760
Cronbach's Alpha <i>Thái độ phục vụ</i> = 0,810		
TD1	0,620	0,770
TD2	0,625	0,760
TD3	0,660	0,750
TD4	0,630	0,760
TD5	0,450	0,805
TD6	0,445	0,808
Cronbach's Alpha <i>Sự đồng cảm</i> = 0,745		
DC1	0,590	0,640
DC2	0,618	0,610
DC3	0,515	0,730
Cronbach's Alpha <i>Doanh nghiệp đồng hành</i> = 0,765		
DN1	0,620	0,680
DN2	0,610	0,685
DN3	0,490	0,755
DN4	0,550	0,705
Cronbach's Alpha <i>Quy trình thủ tục</i> = 0,680		
TT1	0,305	0,710
TT2	0,525	0,550
TT3	0,520	0,558
TT4	0,480	0,588
Cronbach's Alpha <i>Sự hài lòng của người tìm việc</i> = 0,840		
HL1	0,645	0,850
HL2	0,665	0,820
HL3	0,825	0,650

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

2.4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả ma trận xoay của thang đo CLDV cho thấy, với 25 biến quan sát được rút gọn thành 6 nhóm nhân tố, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,3, với hệ số KMO có giá trị bằng 0,850

($0,50 \leq KMO = 0,850 < 1,00$), phân tích nhân tố được chấp nhận với tập dữ liệu nghiên cứu, và giá trị Eigenvalues = $1,275 > 1,00$ cho thấy sự hội tụ của nhân tố.

Tổng phương sai trích là $65,610 > 50,00\%$, cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Như vậy, cho biết 6 nhân tố này giải thích được $65,610\%$ độ biến thiên của dữ liệu.

Bảng 2.5. Kết quả EFA của thang đo CLDV Việc làm

STT	Biến quansát	Nhân tố					
		1	2	3	4	5	6
1	TC1	0,855					
2	TC2	0,835					
3	TC4	0,780					
4	TC3	0,770					
5	VC2	0,625					
6	VC3	0,605					
7	TD2		0,830				
8	TD3		0,780				
9	TD1		0,770				
10	TD4		0,650				
11	TD5			0,760			
12	TD6			0,740			
13	DC1			0,735			
14	DC2			0,650			
15	NL3				0,845		
16	NL2				0,815		
17	NL4				0,655		
18	NL1				0,650		
19	DN1					0,780	
20	DN2					0,708	
21	DN3					0,695	
22	DN4					0,615	
23	TT3						0,815
24	TT4						0,690
25	TT2						0,600

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

Kết quả ma trận xoay của thang đo sự hài lòng của người tìm việc cho thấy, 3 biến quan sát được rút gọn thành 1 nhân tố, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,30, với hệ số KMO có giá trị bằng 0,608 ($0,50 \leq KMO = 0,608 < 1,00$), phân tích nhân tố được chấp nhận với tập dữ liệu nghiên cứu, và giá trị Eigenvalues = 2,325 > 1,00 cho thấy sự hội tụ của nhân tố. Tổng phương sai trích là 77,560 > 50,00%, cho thấy mô hình EFA là phù hợp.

Bảng 2.6. Kết quả EFA của thang đo sự hài lòng của NTV

Biến quan sát	Nhân tố
	1
HL3	0,960
HL2	0,870
HL1	0,835

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

Để tiếp tục phân tích hồi quy, các nhân tố độc lập trong phép xoay được rút gọn thành các nhân tố như sau:

- Nhân tố 1 bao gồm 6 biến quan sát: TC1, TC2, TC3, TC4, VC2 và VC3 được ký hiệu là F_TC, đặt tên là Sự tin cậy.
- Nhân tố 2 bao gồm 4 biến quan sát: TD1, TD2, TD3 và TD4 được ký hiệu là F_TD, đặt tên là Thái độ phục vụ.
- Nhân tố 3 bao gồm 4 biến quan sát: DC1, DC2, TD5 và TD6 được ký hiệu là F_DC, đặt tên là Sự đồng cảm.
- Nhân tố 4 bao gồm 4 biến quan sát: NL1, NL2, NH3 và NL4 được ký hiệu là F_NL, đặt tên là Năng lực nhân viên.
- Nhân tố 5 bao gồm 4 biến quan sát: DN1, DN2, DN3 và DN4 được ký hiệu là F_DN, đặt tên là Doanh nghiệp đồng hành.

- Nhân tố 6 bao gồm 3 biến quan sát: TT2, TT3 và TT4 được ký hiệu là F_TT, đặt tên là Quy trình thủ tục.

- Các biến phụ thuộc chỉ đưa ra 01 nhân tố từ phép phân tích, được ký hiệu là F_HL.

Trên cơ sở của phân nhóm về nghiên cứu hài lòng của người tìm việc, các giả thuyết của mô hình được xây dựng lại như sau:

H1: Người tìm việc đánh giá Sự tin cậy càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của người tìm việc.

H2: Người tìm việc đánh giá Thái độ phục vụ càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của người tìm việc.

H3: Người tìm việc đánh giá Sự đồng cảm càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của người tìm việc.

H4: Người tìm việc đánh giá Năng lực nhân viên càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của người tìm việc.

H5: Người tìm việc đánh giá Doanh nghiệp đồng hành càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của người tìm việc.

H6: Người tìm việc đánh giá Quy trình thủ tục càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của người tìm việc.

2.4.3. Phân tích hồi quy

2.4.3.1. Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy các biến độc lập có tương quan với biến phụ thuộc và do đó sẽ được đưa vào mô hình để giải thích cho biến phụ thuộc ở bước phân tích hồi quy tiếp theo.

Bảng 2.7. Kết quả phân tích tương quan

		F_TC	F_TD	F_DC	F_NL	F_DN	F_TT
F_HL	Tương quan Pearson	0,549**	0,295**	0,180**	0,225**	0,160**	0,204**
	Mức ý nghĩa	0,000	0,000	0,005	0,000	0,004	0,002

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

2.4.3.2. Phân tích hồi quy tuyến tính

* Kiểm định hệ số hồi quy:

Trong bảng dưới, giá trị Sig. của các biến độc lập F_TC, F_TD, F_NL và F_TT có giá trị Sig. < 0,05 nên các biến độc lập này đều có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc, không biến nào bị loại bỏ.

Bảng 2.8. Kết quả hồi quy

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa		
		B	Sai số chuẩn	Beta	Mức ý nghĩa	Độ phóng đại phương sai
1	Hằng số	2,8083	0,045		1,000	
	F_TC	0,549	0,045	0,549	0,000	1,000
	F_TD	0,295	0,045	0,295	0,000	1,000
	F_NL	0,225	0,045	0,225	0,000	1,000
	F_TT	0,204	0,045	0,204	0,000	1,000

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

* Kiểm định mức độ phù hợp mô hình:

- Mức độ giải thích của mô hình (R² hiệu chỉnh)

Bảng 2.9. Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Durbin-Watson
1	0,710	0,510	0,502	1,865

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

Giá trị R² hiệu chỉnh là 0,502, như vậy bốn biến độc lập đưa vào ảnh hưởng 50,20% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Kiểm định ANOVA cho giá trị Sig. = 0,000 < 0.01, có thể kết luận rằng mô hình đưa ra phù hợp với tập dữ liệu. Hay nói cách khác, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với mức độ tin cậy 99%.

** Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến:*

Bảng trên cho thấy giá trị độ phóng đại phương sai VIF = 1,000 < 2. Kết luận: Không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình.

** Kiểm định hiện tượng tự tương quan của phần dư:*

Hệ số Durbin-Watson dùng để kiểm định tự tương quan giữa các phần dư trong mô hình, ở đây hệ số Durbin- Watson là 1,865 nằm trong khoảng 1,0 đến 3,0 nên không có hiện tượng tự tương quan giữa các phần dư trong mô hình.

** Kiểm định phương sai sai số thay đổi:*

Bảng 2.10. Kiểm định phương sai sai số thay đổi

			F_TC	F_TD	F_NL	F_TT
Spearman's rho	ABSRES	Hệ số tương quan	-0,050	-0,039	0,008	-0,004
		Sig. (2 chiều)	0,395	0,535	0,875	0,505

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

Kết quả kiểm định phương sai phần dư cho thấy mức ý nghĩa (Sig.) của các biến F_TC, F_TD, F_NL, F_TT lần lượt là (0,395; 0,535; 0,875; 0,505) > 0,05 (sau khi loại biến F_DC, F_DN có mức ý nghĩa < 0,05), như vậy, giả định phương sai sai số không đổi không bị vi phạm.

Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập tới biến phụ thuộc F_HL là: F_TC > F_TD > F_NL > F_TT.

Thông qua kiểm định tính phù hợp của mô hình đối với các biến (F_TC, F_TD, F_NL và F_TT), tương quan, hiện tượng đa cộng tuyến, kiểm định phương sai sai số thay đổi đã thực hiện cho thấy không có hiện tượng vi phạm. Thông qua kiểm định mô hình hồi quy, chứng tỏ các biến F_TC, F_TD, F_NL và F_TT có ý nghĩa thống kê.

Trong mô hình hồi quy này, có 50,20% biến thiên của sự hài lòng được giải thích bởi bốn biến độc lập, còn lại 49,80% biến thiên được giải thích bởi các biến khác ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Trên cơ sở của mô hình hồi quy về sự hài lòng của khách hàng, kết quả kiểm định các giả thuyết của mô hình được nhận định như sau:

Bảng 2.11: Tổng hợp các kết quả kiểm định giả thuyết trên MH nghiên cứu

Giả thuyết	Quan hệ giữa các biến	Hệ số Hồi quy chuẩn hóa (β)	Giá trị p	Chấp nhận giả thuyết
H1	F_HL <--- F_TC	0,549	0,000**	Có
H2	F_HL <--- F_TD	0,295	0,000**	Có
H3	F_HL <--- F_DC	0,180	0,083	Không
H4	F_HL <--- F_NL	0,225	0,000**	Có
H5	F_HL <--- F_DN	0,160	0,055	Không
H6	F_HL <--- F_TT	0,204	0,000**	Có

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

Khi đó, phương trình hồi quy chuẩn hóa giữa 4 nhân tố và biến phụ thuộc sự hài lòng như sau:

$$F_HL = 0,549 * F_TC + 0,295 * F_TD + 0,225 * F_NL + 0,204 * F_TT$$

Thông qua kết quả hồi quy, mô hình sự hài lòng của người tìm việc chịu sự tác động của bốn nhân tố đó là: Sự tin cậy, Năng lực nhân viên, Thái độ phục vụ và Quy trình thủ tục.

2.4.4. Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng

2.4.4.1. Kiểm định sự khác biệt theo giới tính

Kết quả kiểm định cho thấy giá trị Sig của kiểm định Levene = 0,780 > 0,05 và Sig của kiểm định t ở phần giả định phương sai không khác nhau = 0,238 > 0,05. Vì thế, có thể kết luận không có sự khác biệt về sự hài lòng giữa 2 nhóm khách hàng nam và nữ.

Bảng 2.12. Kiểm định sự khác biệt theo giới tính

Hệ số sig Kiểm định Levene's		Hệ số sig Kiểm định t	
F_HL	Giả định phương sai bằng nhau	0,780	0,018
	Giả định phương sai không bằng nhau		0,022

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

2.4.4.2. Kiểm định sự khác biệt theo độ tuổi

Giá trị Sig. của kiểm định Levene Statistics = 0,635 > 0,05 cho thấy phương sai giữa các nhóm độ tuổi không khác nhau, vì vậy kết quả phân tích ANOVA được sử dụng. Kết quả của kiểm định ANOVA có Sig. = 0,238 > 0,05, cho thấy không có sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo độ tuổi.

Bảng 2.13. Kiểm định sự khác biệt theo độ tuổi

	Hệ số sig
Levene	0,635
ANOVA	0,238

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

2.4.4.2. Kiểm định sự khác biệt theo học vấn

Giá trị Sig. của kiểm định Levene Statistics = 0,405 > 0,05 cho thấy phương sai giữa các nhóm học vấn không khác nhau, vì vậy kết quả phân tích ANOVA được sử dụng. Kết quả của kiểm định ANOVA có Sig. = 0,160 > 0,05, cho thấy không có sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo trình độ học vấn.

Bảng 2.14. Kiểm định sự khác biệt theo học vấn

	Hệ số sig
Levene	0,405
ANOVA	0,160

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả, năm 2021)

CHƯƠNG 3: THẢO LUẬN VỀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM TẠI TRUNG TÂM DỊCH VỤ VIỆC LÀM HÀ NỘI

3.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Bằng việc kết hợp các kỹ thuật như thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá, phân tích tương quan và phân tích hồi quy, kết quả nghiên cứu đã xác định được bốn nhân tố tác động mạnh đến sự hài lòng của người tìm việc đối với CLDV giới thiệu việc làm tại Trung tâm là: Sự tin cậy, Năng lực nhân viên, Thái độ phục vụ và Quy trình thủ tục, tất cả các nhóm này có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng.

Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của người tìm việc là Sự tin cậy có hệ số 0,549 quan hệ cùng chiều với sự hài lòng, Năng lực nhân viên có hệ số 0,225 quan hệ cùng chiều với sự hài lòng, Thái độ phục vụ có hệ số 0,295 quan hệ cùng chiều với sự hài lòng và Quy trình thủ tục có hệ số 0,204 quan hệ cùng chiều với sự hài lòng, với sự đóng góp tương ứng: Sự tin cậy đóng góp nhiều nhất 42,10%, Thái độ phục vụ đóng góp 24,33%, Năng lực nhân viên đóng góp 18,57% và Quy trình thủ tục đóng góp 15,00%.

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cung cấp căn cứ khoa học thực tiễn cho việc duy trì và nâng cao CLDV giới thiệu việc làm tại Trung tâm qua việc nhấn mạnh và quan tâm đến bốn nhân tố quan trọng: (1) Sự tin cậy đóng góp 42,10%, (2) Thái độ phục vụ đóng góp 24,33%, (3) Năng lực nhân viên đóng góp 18,57% và (4) Quy trình thủ tục đóng góp 15,00%. Đây là cơ sở giúp Trung tâm nâng cao hiệu quả công tác giới thiệu việc làm trong thời gian tới.

Thông qua kết quả nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tìm việc về dịch vụ giới thiệu việc làm cho thấy rằng có 4 nhân tố tác động đến sự hài lòng của người tìm việc cụ thể là: Sự tin cậy; Thái độ phục vụ; Năng lực nhân viên; Quy trình thủ tục và các nhân tố này tương quan thuận với sự hài lòng của người tìm việc về dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm. Do đó, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị tập trung vào 4 nhân tố đã nêu để nâng cao sự hài lòng của người tìm việc trong thời gian tới.

3.2. Quan điểm, mục tiêu và phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm DVGTVL Hà Nội

3.2.1. Quan điểm nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm

- Nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm là điều kiện cơ bản để quản lý khai thác sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm gắn liền với các vấn đề kinh tế, chính trị xã hội. Do vậy trung tâm DVGTVL Hà Nội cần phải bám sát vào chiến lược phát triển kinh tế xã hội của Hà Nội. Trên cơ sở đó xây dựng mục tiêu, nội dung hoạt động cụ thể cho phù hợp với các đặc điểm của mình.

- Để nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm phải nhận thức rõ hơn từ các phía đặc biệt là Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội và Sở Lao động - Thương binh và Xã hội với tư cách là cơ quan quản lý nhà nước về lĩnh vực lao động, việc làm, trách nhiệm của các bên có liên quan. Chính vì vậy cần phải có sự phối hợp chặt chẽ của các ngành, các cấp, các tổ chức đoàn thể từ trung ương, địa phương đến cơ sở, tạo thành một hệ thống quản lý tổ chức thực hiện có hiệu quả.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm phải gắn với thị trường lao động. Chỉ có thông qua thị trường lao động ta mới thấy được thị trường cần những lao động nào, trình độ lao động ra sao? Trên cơ sở này mà

trung tâm giới thiệu việc làm mới tư vấn, giới thiệu cho người lao động, và người sử dụng lao động có những cơ hội tốt để trao đổi gián tiếp hoặc trực tiếp thông qua các hình thức phù hợp.

- Để nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm cần phải đa dạng hoá các hình thức, nội dung hoạt động và phải mang tính thường xuyên về cơ sở đặc biệt là nông thôn.

- Phải gắn liền nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm với đào tạo bồi dưỡng nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn cho người lao động.

3.2.2. Mục tiêu và phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm

**** Mục tiêu:***

Để nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm ở Trung tâm DVVL Hà Nội cần xác định mục tiêu hoạt động cụ thể là: Nâng cao năng lực hoạt động của hệ thống dịch vụ giới thiệu việc làm, phát triển nhanh các giao dịch trên thị trường lao động tạo thêm nhiều cơ hội việc làm cho người lao động phân bổ nguồn lao động, chấp nối cầu cung lao động một cách có hiệu quả, rút ngắn thời gian để người tìm việc và việc tìm người, số người lao động tìm được việc làm ngày càng gia tăng góp phần giảm tỷ lệ thất nghiệp, đưa kinh tế của Hà Nội tiếp tục phát triển nhanh và bền vững.

**** Phương hướng***

Phát triển Trung tâm dịch vụ việc làm gắn liền với nhu cầu thị trường, thực hiện tốt các hình thức nội dung hoạt động để không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm của trung tâm.

Chú trọng hình thành trung tâm DVVL Hà Nội làm trọng điểm đóng vai trò đầu tàu, định hướng phát triển cho Trung tâm dịch vụ việc làm khác trên địa bàn, xây dựng trung tâm DVVL Hà Nội trở thành địa chỉ đáng tin cậy

của các đơn vị sử dụng lao động và người lao động Hà Nội nói riêng và vùng lân cận nói chung.

Đầu tư nâng cao hoạt động của trung tâm, tập trung cho các hoạt động thông tin thị trường lao động, kết nối việc làm, xây dựng tổ chức sàn giao dịch Việc làm với nội dung phong phú; đào tạo kỹ năng tư vấn, giới thiệu việc làm cho cán bộ làm công tác giới thiệu việc làm.

3.3. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội

3.3.1. Giải pháp với nhân tố sự tin cậy

Thực tế cho thấy nếu không thực hiện tốt công tác tạo sự tin cậy của người tìm việc về dịch vụ giới thiệu việc làm của Trung tâm thì đến một thời điểm nào đó người tìm việc sẽ quay lưng và không sử dụng đến dịch vụ giới thiệu việc làm. Sự tin cậy là nhân tố gắn bó và tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của người tìm việc với hệ số Beta (β) = 0,549. Vì vậy để tăng cường hiệu quả của sự tin cậy đối với người tìm việc, Trung tâm nên áp dụng một số giải pháp như sau:

Trung tâm cần khảo sát nhu cầu của người lao động kết hợp với xác định nhu cầu của thị trường lao động để cung cấp đa dạng các loại hình dịch vụ hướng đến nhu cầu và lợi ích của người lao động với chất lượng cao, phí dịch vụ hợp lý; Cung cấp đa dạng các dịch vụ thuộc lĩnh vực tìm kiếm việc làm, dạy và học nghề, giải quyết chính sách bảo hiểm thất nghiệp theo nhu cầu của lao động và theo hướng phát triển của địa phương; Xác định lại các dịch vụ phù hợp với thực tế nhu cầu của thị trường, nhằm giúp cho người lao động có thể dễ dàng tiếp cận được, có được việc làm phù hợp với năng lực của bản thân. Lắng nghe nhu cầu, tâm tư, nguyện vọng của người lao động để có thể phục vụ tốt nhất, giải quyết kịp thời các khó khăn, vướng mắc của

người lao động. Nắm bắt chính xác những sai lệch để có những phương án thích hợp xử lý và tránh mất uy tín của mình.

Thực hiện tiêu chuẩn hóa hoạt động quản lý tại Trung tâm dịch vụ việc làm về công tác giới thiệu việc làm theo tiêu chuẩn chất lượng ISO (tổ chức tiêu chuẩn thế giới), TQM (Quản lý chất lượng toàn diện) cho các cơ quan hành chính công.

Xây dựng quy trình theo dõi mức độ sự tin cậy của người tìm việc cho từng giai đoạn, có sự so sánh với các thời điểm cùng kỳ. Theo dõi quá trình thực hiện nhiệm vụ có đúng như thông tin đăng ký ban đầu.

Tổ chức tuyên truyền sâu rộng bằng nhiều hình thức như pano, áp phích, các kênh truyền thông đại chúng. Tổ chức nhân rộng các mô hình giới thiệu việc làm hiệu quả, mời tổ chức phóng sự phỏng vấn các người tìm việc có sự tin cậy cao đối với dịch vụ giới thiệu việc làm của Trung tâm.

Nâng cao niềm tin của người lao động và nhà tuyển dụng với Trung tâm là nâng cao giá trị, thương hiệu, hiệu quả công việc của Trung tâm DVVL Hà Nội bằng hành động, việc làm cụ thể; cải thiện khả năng khai thác thông tin nghề nghiệp, việc làm và xử lý với thông tin có được; nâng cao khả năng làm việc chuyên nghiệp hơn bằng các nghiệp vụ lưu trữ thông tin, hồ sơ, tư vấn thông tin cũng như sử dụng hiệu quả khi có nhu cầu; giảm thiểu tranh chấp khiếu nại từ hai phía doanh nghiệp và người lao động. Muốn làm được điều này trung tâm DVVL Hà Nội cần:

Khai thác và cung cấp thông tin khách hàng chi tiết và rõ ràng: Trung tâm DVVL Hà Nội cần khai thác triệt để mọi thông tin từ nhà tuyển dụng như yêu cầu chi tiết công việc, số năm kinh nghiệm, lương thưởng, chế độ đãi ngộ, khả năng thăng tiến... Trung tâm DVVL cần đánh giá tính trung thực của thông tin từ nhà tuyển dụng nhằm cung cấp rõ ràng chi tiết những thông tin này cho người lao động. Cũng như trung tâm DVVL cần đánh giá, kiểm tra

khả năng người lao động phù hợp với công việc được tuyển dụng và cung cấp cho nhà tuyển dụng. Khả năng cung cấp thông tin chính xác của người lao động đến doanh nghiệp và ngược lại sẽ nâng cao độ tin cậy từ người lao động, doanh nghiệp, đồng thời giảm bớt chi phí và thời gian của họ. Cung cấp thông tin cho người lao động không chỉ cung cấp thông tin việc làm tuyển dụng mà còn cung cấp những thông tin hội thảo hướng nghiệp, ngày hội việc làm hay những lớp học nâng cao khả năng phỏng vấn xin việc... góp phần tự tin và có hướng đi đúng đắn cho người lao động, nâng cao niềm tin, uy tín của trung tâm đối với người lao động và doanh nghiệp tuyển dụng

Kiểm tra và theo dõi các thông tin sau khi thực hiện giao dịch: Bảng thông tin điều tra đánh giá sau tuyển dụng ghi nhận những thông tin từ nhà tuyển dụng và nhận phản hồi từ người lao động về tính xác thực của nhà tuyển dụng. Trung tâm sẽ có cái nhìn và đánh giá chính xác về nhà tuyển dụng, nhận định tính trung thực nhằm nâng cao khả năng khai thác thông tin và cung cấp thông tin của họ. Khi có được những thông tin chính xác, trung tâm có thể cung cấp cho người lao động những thông tin cụ thể và chi tiết hơn. Niềm tin của người lao động và trách nhiệm của trung tâm sẽ được cải thiện cao hơn nếu trung tâm thường xuyên lắng nghe và khảo sát ghi nhận những ý kiến của người lao động. Cắt bỏ những doanh nghiệp không trung thực trong tuyển dụng cũng là một cách giảm thiểu rủi ro cho người lao động.

Thực hiện công tác lưu trữ máy tính hóa, số hóa và chi tiết hóa trong công việc lưu trữ hồ sơ và thông tin: Hồ sơ thông tin của người lao động nên được lưu trữ trên hệ thống máy tính bằng phần mềm quản lý online. Các thông tin của khách hàng cần chi tiết, cụ thể ngày giờ, mục tiêu nhu cầu tìm việc, áp dụng chính sách người nộp trước và có nhu cầu trước sẽ được ưu tiên trước, tránh tình trạng lẫn lộn trong cách thức tư vấn tìm việc. Khi thực hiện số hóa lưu trữ hồ sơ thì nhân viên quản lý sẽ dễ dàng quản lý thông tin và áp

dụng chính sách nộp trước ưu tiên trước sẽ cụ thể hơn. Tuy nhiên, trong một số trường hợp cũng có thể linh động.

Ngoài ra, Trung tâm cần xây dựng các hòm thư góp ý, đường dây nóng, tổ chức các chương trình gặp gỡ khách hàng, hội thảo chuyên đề, các buổi huấn luyện, các buổi giao lưu gặp gỡ giữa doanh nghiệp tuyến dụng và người lao động nhằm có được tiếng nói chung từ hai phía và kịp thời chấn chỉnh để tạo niềm tin cho khách hàng.

3.3.2. Giải pháp với nhân tố thái độ phục vụ

Thái độ phục vụ là nhân tố quan trọng khi mà CLDVGTVL được đề cao và trú trọng thì việc thái độ phục vụ tác động trực tiếp đến sự hài lòng của người tìm việc. Thái độ phục vụ kém thì người tìm việc không hài lòng; ngược lại, thái độ phục vụ tốt, chu đáo thì người tìm việc hài lòng khi sử dụng dịch vụ. Nhân tố thái độ phục vụ là nhân tố thứ hai có tác động đến sự hài lòng của người tìm việc với hệ số Beta (β) = 0,295.

Để tăng cường hiệu quả thái độ phục vụ của nhân viên đối với người tìm việc và tăng sự hài lòng của người tìm việc thì nên áp dụng một số giải pháp như sau:

Cần đào tạo kỹ năng mềm cho nhân viên để nhân viên có khả năng giao tiếp tốt tạo điều kiện cho việc tiếp xúc với người tìm việc hiệu quả.

Cần xây dựng nghiêm túc đề án vị trí việc làm. Bên cạnh đó cần giáo dục chính trị, tư tưởng và ý thức trách nhiệm đối với người tìm việc (vì người tìm việc là người dân).

Khuyến khích người tìm việc đóng góp vào hạn chế sự yếu kém của nhân viên, đồng thời ghi nhận và xây dựng biện pháp khắc phục.

Phải biết lấy mục đích của người tìm việc là điểm đến của dịch vụ. Có nghĩa là khi người tìm việc sử dụng dịch vụ giới thiệu việc làm thì Trung tâm

phải có trách nhiệm tìm công việc phù hợp với trình độ năng lực của người tìm việc .

Thường xuyên kiểm tra giám sát để đảm bảo rằng nhân viên không có thái độ nhũn nhĩu, cửa quyền, làm khó người tìm việc trong việc giải quyết quyền lợi của người tìm việc.

Nhân viên của Trung tâm DVVL cần niềm nở nhiều hơn khi tiếp xúc với người lao động. Phải hướng về người lao động, lắng nghe họ một cách hiệu quả, biết kiềm chế cảm xúc khi gặp những tình huống khó xử. Nhân viên của Trung tâm phải có thái độ ứng xử, tác phong, lối sống phù hợp với bản sắc dân tộc và môi trường làm việc của cơ quan nhà nước; chấp hành các đường lối, chủ trương và chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; các quy định, quy chế của đơn vị; nghĩa vụ của công dân. Phải lấy chất lượng, hiệu quả công việc để đánh giá nhân viên trong công tác phục vụ người lao động đến làm việc tại Trung tâm.

Trung tâm cần tìm hiểu, thăm dò phản hồi của người lao động thông qua việc lấy ý kiến, khảo sát mức độ hài lòng bằng các phiếu thăm dò, từ đó có thể củng cố được đội ngũ nhân viên theo hướng tích cực. Nhân viên của Trung tâm tuyệt đối không phân biệt đối xử với người lao động; tham gia các hoạt động bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động; phối hợp với đồng nghiệp thực hiện các nhiệm vụ được giao, cùng với đồng nghiệp cải tiến công tác chuyên môn góp phần xây dựng tập thể tốt.

3.3.3. Giải pháp với nhân tố năng lực nhân viên

Năng lực nhân viên là cách mà đơn vị thực hiện để tiếp xúc với người tìm việc thông qua cách phục vụ của nhân viên. Nếu phục vụ hiệu quả thì việc tiếp xúc với người tìm việc thành công và ngược lại. Nhân tố năng lực nhân viên có tác động đến sự hài lòng của người tìm việc nhưng ở mức chưa cao có hệ số Beta (β) = 0,225.

Để nâng cao chất lượng hoạt động của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội, vấn đề nguồn nhân lực là một chiến lược toàn diện và được xác định có tầm quan trọng rất lớn. Nhằm giúp cho Trung tâm đứng vững và không ngừng phát triển trong môi trường luôn thay đổi trong những năm qua, Trung tâm đã đặc biệt quan tâm đến công tác phát triển nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Đội ngũ cán bộ nhân viên luôn luôn được chú trọng đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Để tiếp tục nâng cao trình độ cho đội ngũ nhân viên thường xuyên tiếp xúc với khách hàng như giao dịch viên, nhân viên tư vấn,...để họ làm tốt hơn công việc chuyên môn của mình và có thái độ đúng mực hơn trong quá trình làm việc và phát huy tốt những lợi thế đạt được của Trung tâm. Qua đó, làm cho chất lượng cung cấp các dịch vụ việc làm được cải thiện. Cần phải đào tạo người cán bộ nhân viên có phẩm chất đạo đức tốt, trình độ cao về chuyên môn, có ý thức tự giác tự chủ trong công việc phải tạo điều kiện giúp họ về nhận thức và có các hình thức đào tạo phù hợp với từng đối tượng giúp họ có đủ trình độ về lý luận, trình độ về quản lý và trình độ chuyên môn sâu. Khi có đủ về trình độ về nhận thức và chuyên môn họ có khả năng giải quyết những vấn đề và hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình, hăng say làm việc mà không cần phải thúc dục ra mệnh lệnh. Để nâng cao năng lực nhân viên thì cần thực hiện các vấn đề sau:

Đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng, trình độ của nhân viên để nâng cao năng lực làm việc và giải quyết các công việc có liên quan. Hằng năm, tổ chức hội thi tuyên truyền viên, ý tưởng sáng tạo hay các cuộc thi tìm hiểu về kiến thức pháp luật có liên quan trực tiếp đến hoạt động của Trung tâm, nhằm đánh giá chất lượng chuyên môn, phương pháp làm việc, từ đó đề đồng nghiệp học tập, rút kinh nghiệm đồng thời nâng cao năng lực làm việc của mỗi người.

Hình thành kênh thông tin mà tất cả nhân viên Trung tâm và người lao động có thể kết nối thông tin với nhau tạo điều kiện nắm bắt được những nguyện vọng của khách hàng. Trên cơ sở đó giúp cho đội ngũ nhân viên khắc phục được những khó khăn trước mắt, phục vụ đúng nhu cầu của người lao động, mang lại sự gắn bó và hài lòng của người lao động đối với nhân viên nói riêng và với Trung tâm nói chung.

Thường xuyên tăng cường công tác đào tạo, tập huấn, nâng cao trình độ nghiệp vụ của nhân viên thực hiện tiếp nhận và xử lý hồ sơ theo hướng hiện đại.

Phải đảm bảo rằng nhân viên luôn nắm vững nghiệp vụ chuyên môn cũng như các nghiệp vụ liên quan trong quá trình tư vấn để người tìm việc tin tưởng vào hiệu quả mang lại. Triển khai các buổi sinh hoạt chuyên đề để chia sẻ các hình thức tiếp xúc với người tìm việc hiệu quả để nhân viên học hỏi.

Nhân viên tiếp xúc với người tìm việc cần phải nhạy bén, linh hoạt, khả năng tư duy khoa học trong giao tiếp cũng như trong xử lý công việc phát sinh.

Đổi mới hình thức đào tạo bồi dưỡng đi sát thực tế tránh tình trạng bồi dưỡng chung chung khi bắt tay vào làm việc thực tế thì không áp dụng được.

Cần có chế độ khuyến khích, khen thưởng nhằm tạo động lực cho nhân viên hăng hái trong việc giải quyết tận tình, thỏa đáng những yêu cầu của người tìm việc. Bên cạnh đó phải thực hiện chế độ kiểm tra giám sát để kịp thời phát hiện những sai phạm và có hình thức xử lý phù hợp.

3.3.4. Giải pháp với nhân tố quy trình thủ tục

Nhân tố quy trình thủ tục là nhân tố cuối cùng có tác động đến sự hài lòng của người tìm việc có hệ số Beta (β) = 0,204. Có tác động nhưng mức độ chưa cao vì đa phần quy trình thủ tục được xây dựng theo khuôn mẫu, trình tự từ trên xuống, có một số quy trình không hợp lệ do khác biệt về điều

kiện vùng miền, điều kiện về trình độ học vấn và khả năng đáp ứng tại địa phương. Để phát huy những mặt đạt được hiện có và khắc phục mặt hạn chế để nâng cao CLDVGTVL nhằm đáp ứng sự hài lòng của người tìm việc cần thực hiện các biện pháp sau:

Thường xuyên rà soát hoặc bãi bỏ những quy định không phù hợp, đơn giản hóa thủ tục hành chính nhằm loại bỏ những thủ tục rườm rà, chông chéo làm chậm quá trình thực hiện dịch vụ.

Thủ tục hành chính phải linh hoạt, mềm dẻo giúp cho sự vận dụng của các chủ thể quản lý dễ dàng vì không thể có một thủ tục hành chính duy nhất cho toàn bộ hoạt động quản lý hành chính nhà nước mà nó đan xen phức tạp các yếu tố khiến cho hoạt động quản lý thủ tục hành chính hết sức sống động, vì vậy thủ tục hành chính cần phải mềm dẻo, linh hoạt để đáp kịp thời và tốt nhất nhu cầu của xã hội.

Các cơ quan, cấp chính quyền có thẩm quyền ban hành quy định thủ tục hành chính cần có sự tham vấn từ các nhân viên, cán bộ người trực tiếp thực thi công vụ để khi ban hành sát thực tế.

Quy trình thủ tục phải được công khai minh bạch cho mọi người đều biết, không làm hình thức qua loa, diễn hình mà phải đi vào minh bạch.

Tiếp tục hoàn thiện, kiện toàn mô hình cơ chế “một cửa”, tiến tới xây dựng cơ chế “một cửa liên thông” giữa các sở, ban, ngành có chức năng giải quyết thủ tục hành chính.

3.3.5. Nâng cao năng lực hoạt động trung tâm dịch vụ giới thiệu việc làm đáp ứng yêu cầu phát triển thị trường lao động.

Đây là một giải pháp hết sức quan trọng với nhiều nội dung khác nhau. Nhưng trước mắt nên tập trung giải quyết một số nội dung sau:

- Xây dựng và áp dụng bộ tiêu chuẩn chất lượng cho các hoạt động của trung tâm dịch vụ việc làm.

- Nâng cao năng lực cho cán bộ quản lý và vận hành sản giao dịch, hệ thống thông tin thị trường lao động, cơ sở dữ liệu về lao động việc làm. Như vậy, cần:

+ Thiết kế và phát triển hệ thống các giáo trình, tài liệu giảng dạy về nghiệp vụ sử dụng, bảo trì và phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động, nghiệp vụ quản lý và vận hành sản giao dịch việc làm.

+ Tổ chức các lớp tập huấn, nâng cao năng lực cho cán bộ của Sở Lao động - Thương binh và Xã hội, cán bộ của trung tâm giới thiệu việc làm. Thực hiện được các nội dung trên Nhà nước, tổ chức kinh tế - xã hội và địa phương phải quan tâm đầu tư đặc biệt là về vốn vay, kinh phí hoạt động.

Tuy nhiên bản thân cán bộ Trung tâm cũng phải tự mình có những giải pháp cho phù hợp như tăng cường hình thức tự học, tự bồi dưỡng bằng cách hàng tháng các trung tâm tổ chức sinh hoạt nghiệp vụ cho cán bộ xử lý các tình huống thường gặp trong các tác nghiệp hàng ngày, các đơn vị trong điều kiện cụ thể có thể biên soạn, qui định về qui trình bắt buộc đối với công tác tuyên truyền hướng nghiệp, tư vấn đào tạo nghề nghiệp, giới thiệu việc làm.

Qui định đó gồm các bước cụ thể, chi tiết mà cán bộ phải làm từ khi bắt đầu tới khi kết thúc. Trong lúc chưa có nhiều cán bộ giỏi, cách làm “Học thông qua làm” này cần thiết để rèn luyện nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, kỹ năng làm việc của cán bộ Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội.

Định kỳ tổ chức các buổi sinh hoạt chuyên môn, hội thi cán bộ tuyên truyền, tư vấn giới thiệu việc làm. Đây là hình thức tốt, tạo ra động lực để cán bộ trung tâm phát triển nâng cao năng lực của chính bản thân mình.

3.3.6. Hoàn thiện hệ thống thông tin thị trường lao động và dự báo thị trường lao động.

- *Hoàn thiện hệ thống thông tin thị trường lao động.*

Trong những năm tới cần tiếp tục tăng cường trang thiết bị phương tiện công nghệ thông tin, website và phần mềm cho các điểm thu thập thông tin thị trường lao động cho cơ sở dữ liệu thành phố và của quốc gia về lao động việc làm nhằm nâng cao năng lực đảm nhận các nhiệm vụ thu thập phân tích và tổng hợp thông tin cho các cơ sở dữ liệu được thường xuyên, liên tục, chính xác.

- Trang bị mạng kết nối giữa các điểm thông tin của Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội với các điểm thông tin cấp trung ương nhằm hạn chế những thông tin trùng lặp, không kịp thời.

- Xây dựng phần mềm vận hành hệ thống mạng kết nối giữa các trung tâm, xử lý và tổng hợp thông tin thị trường lao động từ các trạm quan sát. Cung cấp cho các trung tâm những trang thiết bị cần thiết như hệ thống máy tính, các thiết bị ngoại vi, trang thiết bị làm việc. Thành lập đội ngũ cán bộ chuyên trách cho công tác vận hành bảo trì và phát triển hệ thống. Mỗi trung tâm nên có khoảng 3 - 5 người làm công tác này.

- Cần có chính sách ưu đãi, phụ cấp đối với cán bộ làm công tác cung cấp thông tin về sự biến động lao động việc làm, tạo ra sự yên tâm làm việc thì thông tin cung cấp mới nhanh, chính xác được.

➤ *Làm tốt công tác dự báo thị trường lao động:*

Dự báo thị trường lao động trong tương lai là một nội dung cực kỳ khó khăn và phức tạp nhưng nếu không có dự báo về thị trường lao động biến động như thế nào thì nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm sẽ không cao. Do vậy dự báo thị trường lao động cần phải được triển khai với sự hỗ trợ về kỹ thuật của công nghệ thông tin và mô hình dự báo.

- Trước hết phải dự báo về cầu lao động:

+ Để dự báo cầu về lao động trước hết chúng tôi phải quan tâm đến dự báo phát triển kinh tế của Hà Nội. Trên cơ sở định mức lao động của từng ngành, lĩnh vực mà xác định lượng lao động là bao nhiêu.

+ Trên cơ sở chuyển dịch cơ cấu kinh tế mà có sự chuyển dịch lao động trong các ngành.

+ Dựa vào quan hệ hợp tác quốc tế, trong đó cầu về lao động xuất khẩu cũng tác động đến dự báo cầu lao động ở Hà Nội.

- Dự báo cung về lao động cần chú ý đến một số vấn đề sau

+ Căn cứ vào sự thay đổi của lực lượng lao động Hà Nội, đó là sự gia tăng của lao động chưa đến tuổi lao động nay trở thành lực lượng lao động; sự gia tăng của lực lượng lao động ở các địa phương khác thông qua làn sóng di chuyển lao động về Hà Nội tìm kiếm việc làm.

+ Cần quan tâm đến chất lượng lao động hiện nay để dự báo đặc biệt là trình độ tay nghề, chuyên môn nghiệp vụ.

3.3.7. Nâng cao chất lượng hoạt động sàn (phiên) giao dịch việc làm và website “vieclamhanoi.net”

➤ Nâng cao chất lượng hoạt động sàn giao dịch việc làm để nâng cao chất lượng hoạt động sàn giao dịch việc làm cần làm cho rõ:

- Mục đích của hoạt động sàn giao dịch là:

+ Tạo điều kiện thuận lợi nhất cho người lao động và người sử dụng lao động tiếp cận với nhau.

+ Tạo ra địa chỉ chính thức đáng tin cậy cho quan hệ lao động. Với người lao động thì năng động hơn, tự tìm kiếm được việc làm và biết được nhu cầu tuyển dụng lao động của doanh nghiệp; người sử dụng lao động thì nắm bắt được thông tin thị trường lao động và cung ứng lao động.

- Tác dụng của sàn giao dịch việc làm

+ Trực tiếp phỏng vấn, trao đổi đàm phán giữa người lao động và sử dụng lao động.

+ Minh bạch thị trường lao động.

+ Hiệu quả tốt hơn đôi với cả người lao động và sử dụng lao động. Điều này được thể hiện: người lao động tự do lựa chọn nghề nghiệp phù hợp với trình độ nghiệp vụ chuyên môn, sức khỏe; còn người sử dụng lao động thì tuyển chọn lao động đúng người, đúng nghề đáp ứng được yêu cầu hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, chi phí tuyển dụng lao động thấp.

- Bố trí hệ thống sơ đồ hoạt động sản giao dịch việc làm cụ thể rõ ràng, logic từng khu vực để cho người tham gia sản giao dịch việc làm thuận lợi, phân khu vực rõ ràng.

- Các đơn vị tham gia sản (phiên) giao dịch cần đảm bảo quy trình sau:

+ Đăng ký tham gia phiên giao dịch việc làm (đăng ký tham gia theo mẫu; nộp hồ sơ chứng minh tư cách pháp nhân; thông báo các chỉ tiêu tuyển dụng).

+ Dự họp về phiên giao dịch việc làm (chậm nhất trước 3 ngày mở phiên giao dịch để thông qua nội dung hoạt động cụ thể, những yêu cầu của ban tổ chức và đề xuất, kiến nghị của đơn vị với ban tổ chức phiên giao dịch việc làm).

+ Làm công tác chuẩn bị hoạt động tại phiên giao dịch việc làm (nhận vị trí phỏng vấn tuyển dụng; cử cán bộ thực hiện phỏng vấn tuyển dụng, tiếp nhận hồ sơ và chuẩn bị phương tiện, tài liệu phục vụ cho yêu cầu phỏng vấn, tuyển dụng).

+ Hoạt động tại phiên giao dịch việc làm (tham dự lễ khai mạc; tiếp nhận hồ sơ dự tuyển, thực hiện phỏng vấn, tuyển dụng; nộp báo cáo kết quả tuyển dụng cho ban tổ chức khi kết thúc phiên giao dịch).

+ Báo cáo kết quả tuyển dụng lao động chính thức sau 02 tháng thử việc.

- Tổ chức đánh giá, rút kinh nghiệm về hoạt động của sàn giao dịch việc làm để có những bài học tốt cho các lần tổ chức tiếp theo.

➤ ***Nâng cao chất lượng hoạt động của website “vieclamhanoi.net”.***

Khi đưa các thông tin lên website cần phải đảm bảo đúng quy trình:

- + Doanh nghiệp, cơ sở đào tạo
- + Có tuyển dụng lao động
- + Quyết định thành lập hoặc giấy phép thành lập
- + Tổ chức định kỳ vào ngày hàng tháng
- + Kết thúc đăng ký vào ngày nhất định trong tháng.

Không những vậy các thông tin không được trùng lặp và để thông tin được nhanh, đúng thì Trung tâm phải xử lý kịp thời. Những cán bộ chuyên trách về lĩnh vực này cần phải liên hệ chặt chẽ, thường xuyên với cán bộ cung cấp thông tin ở cơ sở, các doanh nghiệp để thông tin trên website kịp thời, chính xác.

3.4. Một số kiến nghị đối với đơn vị cấp trên

3.4.1. Đối với Bộ Lao Động - Thương Binh - Xã Hội

- Xây dựng chính sách đảm bảo quyền lợi chính đáng cho người lao động, đồng thời hỗ trợ chi phí, đầu tư cho các Trung tâm DVGTVL khắc phục những yếu kém trong và ngoài công việc.

- Khuyến khích và tạo điều kiện phát triển đồng bộ có tính tổ chức của hệ thống Trung tâm DVGTVL công lập, các chế độ và đãi ngộ mang lại cần phải tối ưu hóa lợi ích của thành viên tại trung tâm từ đó nhận được sự cống hiến hết mình trong công việc từ họ.

- Đưa ra những khuyến cáo chế tài đối với các doanh nghiệp chưa thực sự trân trọng người lao động hay những Trung tâm DVGTVL làm việc không có tính trách nhiệm đối với người lao động.

3.4.2. Đối với Sở Lao động - Thương binh và Xã hội Hà Nội là đơn vị chủ quản của Trung tâm

- Cần đầu tư về mặt nhân sự cho Trung tâm: chú trọng trong việc phân công, bổ nhiệm Ban lãnh đạo Trung tâm phải chọn người có năng lực và có tâm, tránh trường hợp bố trí những cán bộ không có phẩm chất, năng lực giữ vai trò lãnh đạo. Đề xuất cấp có thẩm quyền tăng định biên hoạt động cho Trung tâm khi mở rộng qui mô hoạt động.

- Tạo cơ chế cho Trung tâm được chủ động trong công việc và khuyến khích mở rộng qui mô hoạt động nhằm phục vụ tốt hơn cho người lao động. Hỗ trợ kinh phí, mặt bằng, cơ sở vật chất để Trung tâm phát huy vai trò, chức trách và nhiệm vụ.

- Giữ vai trò gắn kết Trung tâm với các cơ quan chức năng, các cơ sở trực thuộc đơn vị để tạo điều kiện tốt nhất cho Trung tâm hoạt động.

KẾT LUẬN

Mục tiêu quan trọng nhất của nghiên cứu này như đã trình bày ở phần mở đầu là xác định ảnh hưởng của các nhân tố của chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại trung tâm DVGTVL Hà Nội đến sự hài lòng của người tìm việc; xác định được mức độ tác động của các nhân tố của chất lượng DVGTVL đến sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm DVGTVL Hà Nội. Từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng DVGTVL tại trung tâm DVGTVL Hà Nội qua những kết quả nghiên cứu đạt được.

Bằng việc nghiên cứu tình hình thực tế thông qua số liệu thống kê tại Trung tâm DVGTVL Hà Nội, cũng như phát phiếu thu thập ý kiến của người lao động đã được trung tâm giới thiệu việc làm, đã khẳng định được kết quả nghiên cứu như sau: Kết quả nghiên cứu cung cấp căn cứ khoa học thực tiễn cho việc duy trì và nâng cao CLDV giới thiệu việc làm tại Trung tâm qua việc nhấn mạnh và quan tâm đến bốn nhân tố quan trọng: (1) Sự tin cậy đóng góp 52,31%, (2) Thái độ phục vụ đóng góp 20,25%, (3) Năng lực nhân viên đóng góp 14,80% và (4) Quy trình thủ tục đóng góp 12,64%. Đây là cơ sở giúp Trung tâm nâng cao hiệu quả công tác giới thiệu việc làm trong thời gian tới.

Thông qua kết quả nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tìm việc về dịch vụ giới thiệu việc làm cho thấy rằng có 4 nhân tố tác động đến sự hài lòng của người tìm việc cụ thể là: Sự tin cậy; Thái độ phục vụ; Năng lực nhân viên; Quy trình thủ tục và các nhân tố này tương quan thuận với sự hài lòng của người tìm việc về dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm. Do đó, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị tập trung vào 4 nhân tố đã nêu để nâng cao sự hài lòng của người tìm việc trong thời gian tới.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tiếng Việt:

1. Báo cáo Kết quả hoạt động tư vấn hướng nghiệp, đào tạo nghề, giới thiệu việc làm năm 2018 - 2020 của Trung tâm Dịch vụ việc làm Hà Nội.
2. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. *Cẩm nang dịch vụ việc làm*. Nhà xuất bản Lao động - xã hội.
3. Trần Xuân Cầu (Chủ biên), Mai Quốc Chánh (2008), *Giáo trình Kinh tế nguồn nhân lực*, NXB ĐHKQTĐ, Hà Nội.
4. Nguyễn Thành Công (2017), “*Phát triển dịch vụ việc làm trên địa bàn Hà Nội trong giai đoạn hiện nay*”, *Luận án tiến sỹ*.
5. Lê Nguyễn Đoàn Khôi, Huỳnh Châu Khánh và Lê Bảo Toàn (2017). *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ chuyển tiền, thu hộ tiền và chi hộ tiền: Trường hợp Bưu điện tỉnh An Giang*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. Số 48: pp.45-53;
6. Bùi Quế Lâm (2010), *Nghiên cứu nâng cao chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại các Trung tâm Dịch vụ việc làm trên địa bàn Hà Nội*.
7. Nguyễn Quốc Nghi, 2010. *Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với các Trung tâm Giới thiệu việc làm tại thành phố Cần Thơ*. Tạp chí Đại học công nghiệp, số 12(02): 68-73
8. Vũ Thanh Phương (2010), *Nâng cao chất lượng dịch vụ tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội*.
9. Nguyễn Tri Quang (2014), *Nâng cao chất lượng dịch vụ việc làm thuộc hệ thống công lập trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh*.
10. Đặng Ngọc Sự, Nguyễn Đình Phan (2012), *Giáo trình quản trị chất lượng*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.

11. Nguyễn Tiệp, 2009. *Giải pháp phát triển hệ thống trung tâm dịch vụ việc làm. Tạp chí Lao động và Xã hội*, (369), tháng 10/2009.
12. Đặng Anh Thu, 2017. *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ việc làm tại Trung tâm Dịch vụ việc làm thành phố Cần Thơ*. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Tây Đô.
13. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008. *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 1 và 2*. Nhà xuất bản Thống kê. Hà Nội, 492 trang.
14. Hồ Quang Thanh, 2017. *Chất lượng dịch vụ việc làm và sự hài lòng của người tìm việc tại Trung tâm dịch vụ việc làm Lâm Đồng*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Đà Lạt, số 7(1): 78-95.
15. Nguyễn Đình Thọ, 2013. *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Nhà xuất bản Lao động*. Hà Nội, 593 trang.
16. Nguyễn Phương Thảo và Dương Ngọc Duyên, 2019. *Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Thanh niên, tỉnh Bắc Ninh*. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, số 51: 114-122.

II. Tiếng Anh

1. Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). SERVQUAL revisited: A critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62-81.
2. Brown, T., Churchill, G., & Peter, J. (1993). Research note: Improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 126-39.
3. Buttle, F. (1996). SERVQUAL: Review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32.

4. Cronin, J. Joseph and Taylor, Steven A., 1992. *Measuring service quality: A re-examination and extension*. Journal of Marketing, Vol. 56, No.3, pp. 55-68.
5. Edvardsen, B., Tomasson, B., & Ovretveit, J. (1994). *Quality of service: Making it really work*. New York, USA: McGraw-Hill.
6. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
7. Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1988). An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of Marketing Research*, 25(1), 186-192.
8. Hair, J. F. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. London, England: Pearson Education Publishing.
9. Harrell, F. (2015). *Regression modeling strategies: With applications to linear models, logistic and ordinal regression, and survival analysis*. New York, USA: Springer International Publishing.
10. Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1984). *LISREL-VI user's guide* (3rd ed.). Mooresville: Scientific Software.
11. Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York, USA: The Guilford Press.
12. Lehtinen, U., & Lehtinen, J. (1982). *Service quality: A study of quality dimensions*. Helsinki: Service Management Institute.
13. Muthen, B., & Kaplan, D. (1985). A comparison of some methodologies for the factor analysis of non-normal Likert variables. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38, 171-189.
14. Oliver, Richard L., and William O. Bearden, 1985. Disconfirmation processes and consumer evaluations in product usage. *Journal of Business Research*, 13(3): 235-246.

15. Parasuraman, A. V. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12- 40.
16. Parasuraman, A. V. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67, 420-450.
17. Parasuraman, A. V. (1993). Research note: More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69(1), 140-147.
18. Parasuraman, A. V. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
19. Philip, K., & Gary, A. (2004). *Những nguyên lý tiếp thị* (Tập 1). Hà Nội, Việt Nam: NXB Thống kê.
20. Robinson, S. (1999). Measuring service quality: Current thinking and future requirements. *Marketing Intelligence & Planning*, 17(1), 21-32.
21. Svensson, G. (2002). A triadic network approach to service quality. *Journal of Services Marketing*, 16(2), 158-179.
22. Tabachnick, Barbara G., Linda S. Fidell, and Jodie B. Ullman, 2007. Using multivariate statistics. Vol. 5. MA: Pearson. Boston, pp.481-498.
23. Wisniewski, M., & Donnelly, M. (1996). Measuring service quality in the public sector: The potential for SERVQUAL. *Total Quality Management*, 7(4), 357-365.
24. Zeithaml, V. A. (2000). *E-Service quality: Definition, dimensions, and conceptual model*. Cambridge, USA: Marketing Science Institute.
23. Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1993). *The nature and determinants of customer expectation of service*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC: PHIẾU KHẢO SÁT NGƯỜI TÌM VIỆC

PHẦN A: THÔNG TIN CHUNG VỀ NGƯỜI ĐƯỢC KHẢO SÁT

Câu 1. Họ và tên:.....

Câu 2. Giới tính: Nam Nữ

Câu 3. Địa chỉ:

Câu 4. Trình độ học vấn của Anh (Chị) (đánh dấu vào ô lựa chọn)

1. Dưới trung học phổ thông	2. Sơ cấp nghề	3. Trung học phổ thông	4. Trung cấp
5. Cao đẳng	6. Đại học	7. Sau đại học	

Câu 5. Độ tuổi của anh chị:

1. Từ 18 - 30	<input type="checkbox"/>	2. Từ 31 - 40	<input type="checkbox"/>
3. Từ 41 - 50	<input type="checkbox"/>	4. Trên 50	<input type="checkbox"/>

PHẦN B: KHẢO SÁT VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIỚI THIỆU VIỆC LÀM VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TÌM VIỆC

Anh/Chị vui lòng cho ý kiến nhận định của mình về chất lượng dịch vụ giới thiệu việc làm tại Trung tâm dịch vụ việc làm Hà Nội bằng cách khoanh tròn [O] vào ô thích hợp theo chỉ dẫn sau: Mức độ: 1 = hoàn toàn không đồng ý, 2 = không đồng ý, 3 = bình thường, 4 = đồng ý, 5 = hoàn toàn đồng ý.

Yếu tố	Các nhận định	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
Sự tin cậy	1. Các quy trình thủ tục hành chính được công khai minh bạch	1	2	3	4	5
	2. Hồ sơ không bị sai sót, mất mát	1	2	3	4	5
	3. Anh/ chị không phải đi lại nhiều lần để giải quyết hồ sơ	1	2	3	4	5
	4. Hồ sơ được giải quyết đúng hạn	1	2	3	4	5

	5. Trung tâm DVGTVL Hà Nội là nơi tin cậy để sử dụng dịch vụ giới thiệu việc làm	1	2	3	4	5
Cơ sở vật chất	6. Bộ phận tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả tương đối hiện đại	1	2	3	4	5
	7. Bộ phận tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả rộng rãi, thoáng mát	1	2	3	4	5
	8. Bộ phận tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả có đầy đủ tiện nghi	1	2	3	4	5
Năng lực phục vụ của nhân viên	9. Nhân viên tiếp nhận hồ sơ có khả năng giao tiếp tốt	1	2	3	4	5
	10. Nhân viên tiếp nhận hồ sơ rất thành thạo chuyên môn, nghiệp vụ liên quan	1	2	3	4	5
	11. Nhân viên tiếp nhận hồ sơ có kiến thức và kỹ năng giải quyết công việc liên quan	1	2	3	4	5
	12. Nhân viên tiếp nhận thụ lý và giải quyết thỏa đáng vướng mắc của người dân	1	2	3	4	5
Thái độ phục vụ của nhân viên	13. Nhân viên tiếp nhận có thái độ lịch sự khi tiếp nhận hồ sơ	1	2	3	4	5
	14. Nhân viên tiếp nhận có thái độ thân thiện khi trả lời những thắc mắc của anh/chị	1	2	3	4	5
	15. Nhân viên tiếp nhận có nhiệt tình giải đáp thắc mắc của anh/chị	1	2	3	4	5

	16. Nhân viên tiếp nhận phục vụ công bằng đối với mọi người dân	1	2	3	4	5
	17. Nhân viên tiếp nhận có trách nhiệm cao đối với hồ sơ	1	2	3	4	5
	18. Nhân viên không có thái độ phiến hà, những nhiều khi tiếp nhận hồ sơ	1	2	3	4	5
Sự đồng cảm của nhân viên	19. Nhân viên giải quyết hồ sơ một cách linh hoạt, kịp thời	1	2	3	4	5
	20. Những yêu cầu hợp lý của người dân được quan tâm giải quyết	1	2	3	4	5
	21. Nhân viên dễ dàng hiểu được những yêu cầu của anh/chị	1	2	3	4	5
Doanh nghiệp đồng hành	22. Doanh nghiệp luôn có chỗ làm trống để nhận việc ngay	1	2	3	4	5
	23. Doanh nghiệp tuyển dụng phù hợp với trình độ lao động tại địa phương	1	2	3	4	5
	24. Mức lương doanh nghiệp đề ra phù hợp	1	2	3	4	5
	25. Doanh nghiệp tuyển dụng gần nơi cư trú anh /chị	1	2	3	4	5
Quy trình thủ tục hành chính	26. Yêu cầu thành phần hồ sơ hợp lý	1	2	3	4	5
	27. Thời gian giải quyết hồ sơ theo quy trình niêm yết hợp lý	1	2	3	4	5

	28. Quy trình, các bước xử lý hồ sơ hợp lý	1	2	3	4	5
	29. Các quy định về thủ tục là phù hợp	1	2	3	4	5
Sự hài lòng của người tìm việc	4. Dịch vụ việc làm tại TT đáp ứng mong đợi của tôi	1	2	3	4	5
	5. Tôi hài lòng và quyết định sử dụng các DVGTVL do TT cung cấp khi tìm việc làm	1	2	3	4	5
	6. Trong tương lai, khi cần việc làm tôi vẫn đến TT để được giới thiệu	1	2	3	4	5

Xin chân thành cảm ơn Anh/Chị đã dành thời gian trả lời bảng khảo sát ý kiến này.

....., Ngày tháng năm 2021