

THU NHẬP CỦA NHÂN VIÊN BÁN HÀNG TẠI CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

TS. Đỗ Thị Tươi

Trường Đại học Lao động - Xã hội

dothituoi@gmail.com

TS. Đoàn Thị Yến

Trường Đại học Lao động - Xã hội

doanyenulsa@gmail.com

Tóm tắt: Quy mô doanh nghiệp bán lẻ tại Hà Nội được đánh giá là phát triển khá mạnh trong giai đoạn 2016-2020 và kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng trong những năm tiếp theo. Mặc dù vậy, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, hoạt động tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn vẫn còn nhiều bất cập. Một trong những vấn đề nổi cộm đó là thu nhập của nhân viên bán hàng. Dựa trên các dữ liệu thứ cấp và sơ cấp thu thập được từ 346 nhân viên bán hàng tại 6 doanh nghiệp bán lẻ (Yến, 2022), bài viết đã phân tích khái quát về thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội trong bối cảnh Covid-19, sự thay đổi về thu nhập của nhân viên bán hàng. Thông qua các luận cứ khoa học và thực tiễn được phân tích, bài viết đã đề xuất một số khuyến nghị nhằm đảm bảo thu nhập của nhân viên bán hàng bối cảnh trong và sau Covid-19.

Từ khóa: Covid-19, doanh nghiệp bán lẻ, nhân viên bán hàng, thu nhập

INCOME OF SALES STAFF AT RETAIL BUSINESSES IN HANOI IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract: The scale of retail businesses in Hanoi is considered to grow strongly in 2016 - 2020 and is expected to continue to grow in the following years. However, due to the impact of the Covid-19 pandemic, operations at retail businesses in the area still have many shortcomings. One of the conspicuous issues is the income of sales staff. Based on primary and secondary data collected from 346 sales staff at 6 retail businesses (Yen, 2022), the article has outlined an overview of the income of sales staff at retail companies in Hanoi in the context of Covid-19, the change in their income. Based on the scientific and practical arguments analyzed, the article has proposed some solutions to ensure the income of sales staff during and after Covid-19.

Keywords: Covid-19, retail businesses, sales staff, income

Mã bài báo: JHS - 98

Ngày nhận sửa bài: 14/12/2022

Ngày nhận bài: 18/11/2022

Ngày duyệt đăng: 12/01/2023

Ngày nhận phản biện: 5/12/2022

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19, ngành bán lẻ có vai trò quan trọng vì góp phần không làm đứt gãy chuỗi cung ứng sản xuất và tiêu thụ hàng hóa. Đặc biệt, là cung cấp các mặt hàng thiết yếu cho người dân. Theo khảo sát của Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report, 2021), có gần 42% doanh nghiệp bán lẻ chịu tác động nghiêm trọng của đại dịch Covid-19; 50% doanh nghiệp đánh giá tác động nghiêm trọng vừa phải và chỉ hơn 8% doanh nghiệp bị tác động ít, không đáng kể. Thành phố Hà Nội là một trong những tỉnh/thành chịu ảnh hưởng nhiều nhất bởi đại dịch. Thu nhập của người lao động trong các doanh nghiệp bán lẻ, đặc biệt là nhân viên bán hàng chịu ảnh hưởng nặng nề (nhiều nhân viên bán hàng bị mất việc, ngừng việc hoặc giảm thời gian làm việc, nghỉ luân phiên, dẫn đến không có tiền lương, hoặc giảm thu nhập). Bên cạnh đó, các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi hình thức bán hàng, từ bán hàng trực tiếp truyền thống sang bán hàng online đặt ra những thách thức cho nhân viên bán hàng thích nghi với cách làm việc mới để đảm bảo thu nhập. Có nhiều nhân viên bán hàng có thể thích nghi và bắt nhịp được sự thay đổi này, nhưng vẫn có không ít người còn thụ động, khó thích nghi, dẫn đến doanh số bán hàng giảm, thu nhập giảm.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Doanh nghiệp bán lẻ và nhân viên bán hàng trong các doanh nghiệp bán lẻ

Bán lẻ là hoạt động bán hàng hóa cho người tiêu dùng hoặc các hộ tiêu dùng. Bán lẻ bao gồm tất cả những hoạt động liên quan đến việc bán hàng hóa hay dịch vụ trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng để họ sử dụng vào mục đích cá nhân, không kinh doanh (Kotler & Armstrong, 2013). Doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ (gọi tắt là doanh nghiệp bán lẻ) là những tổ chức kinh doanh hợp pháp thực hiện hoạt động bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng nhằm mục đích sinh lợi. Lao động trực tiếp của hoạt động kinh doanh bán lẻ là nhân viên bán hàng.

Nhân viên bán hàng là những người chăm sóc cửa hàng, chăm sóc, tư vấn cho khách hàng những sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp để họ yêu thích và mua hàng. Công việc của nhân viên bán hàng là sắp xếp, trình bày các sản phẩm trong cửa hàng sao cho khoa học, đẹp mắt; tiếp đón, chăm sóc, tư vấn, giới thiệu một cách tốt nhất về sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp cho khách hàng; chốt đơn và chăm sóc

khách hàng sau khi mua hàng; và thực hiện các công việc khác khi có yêu cầu (Yến, 2022). Nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ có những đặc điểm: Công việc có liên quan nhiều đến kỹ năng giao tiếp; Nhân viên bán hàng là người đại diện cho doanh nghiệp truyền đạt các lợi ích của sản phẩm, tiến hành các dịch vụ hỗ trợ cho khách hàng, và là cầu nối quan trọng với khách hàng; Thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ thường thay đổi theo ngành hàng hóa, theo trình độ chuyên môn, kinh nghiệm cũng như kỹ năng làm việc.

2.2. Thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ

Thu nhập của người lao động đang làm việc là thu nhập từ tiền công, tiền lương và các khoản thu nhập khác gồm tiền lương làm thêm, tiền thưởng, các khoản phụ cấp, tự kinh doanh... của những người lao động, bài viết tiếp cận thu nhập của nhân viên bán hàng theo 3 cấu phần chính là tiền lương, khuyến khích tài chính và phúc lợi tài chính từ doanh nghiệp bán lẻ.

2.2.1. Tiền lương

Theo Tươi & Yến (2020), “Tiền lương là giá cả sức lao động, được hình thành trên cơ sở thỏa thuận giữa chủ sử dụng lao động (hoặc đại diện của chủ sử dụng lao động) và người lao động, là số tiền mà chủ sử dụng lao động trả cho người lao động khi người lao động thực hiện một công việc nhất định và phải đảm bảo đúng quy định của pháp luật”.

Tiền lương là khoản thu nhập của người lao động, đồng thời là công cụ quản trị nhân lực quan trọng. Thông qua tiền lương doanh nghiệp có thể tạo động lực lao động, kích thích người lao động nỗ lực phấn đấu vì mục tiêu của doanh nghiệp. Ở một số doanh nghiệp, bên cạnh tiền lương, còn có thể có các phụ cấp lương để bổ sung, hoàn chỉnh hơn hệ thống tiền lương, và tăng thu nhập cho người lao động. Phụ cấp lương là khoản tiền lương bổ sung khi tiền lương cơ bản của doanh nghiệp chưa tính hết các yếu tố không ổn định, có tính đặc thù, các đãi ngộ khác mà doanh nghiệp cần tính cho người lao động.

2.2.2. Khuyến khích tài chính

Khuyến khích là sự khích lệ, là sự động viên để người được khích lệ, động viên tin tưởng mà cố gắng hơn. Theo cách tiếp cận này, khuyến khích tài chính là những khoản tiền trả ngoài tiền công/tiền lương, là khoản tiền doanh nghiệp trả cho các nỗ lực tăng thêm của người lao động sau khi người lao động đã đáp ứng được yêu cầu chuẩn của doanh nghiệp (Tươi, 2020).

Khuyến khích tài chính bao gồm các loại tiền thưởng, tiền hoa hồng, phân chia năng suất, phân chia lợi nhuận...

2.2.3. Phúc lợi tài chính

Phúc lợi là những khoản thù lao lao động do doanh nghiệp chi trả mà người lao động có thể nhận được một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Bao gồm những khoản trả cho các chương trình bảo hiểm: bảo hiểm xã hội (BHXH), bảo hiểm y tế (BHYT), bảo hiểm thất nghiệp (BHTN) và các khoản chi cho các chương trình khác liên quan đến sức khỏe, sự an toàn và các lợi ích của người lao động như lương hưu, tiền cho những ngày lễ, nghỉ mát, nhà ở, hỗ trợ ăn trưa, phương tiện đi lại, vị thế, cơ hội thăng tiến, lịch làm việc linh hoạt...

Doanh nghiệp có thể chi trả một phần hay toàn bộ các khoản phúc lợi. Ví dụ, chương trình bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế: doanh nghiệp chi trả thông qua đóng bảo hiểm cùng với người lao động và người lao động hưởng lợi theo quy định của các chương trình bảo hiểm.

Phúc lợi có thể tiếp cận gồm 2 loại là phúc lợi tài chính và phúc lợi phi tài chính. Trong đó, phúc lợi tài chính là những phúc lợi doanh nghiệp hỗ trợ người lao động dưới dạng lợi ích tài chính như tiền hỗ trợ đồng phục, thưởng tiền con đỡ đại học, thưởng tiền con có thành tích xuất sắc, hoặc các khoản hỗ trợ bằng tiền khác, tiền thăm ốm, hiếu, hỉ...

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết thu thập thông tin thứ cấp từ các công trình nghiên cứu, các báo cáo về thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2019-2021. Thông tin sơ cấp được kế thừa từ kết quả nghiên cứu đề tài khoa học cấp Trường năm 2022 do các tác giả thực hiện (kết quả điều tra 346 phiếu đối với nhân viên

bán hàng tại 6 doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội).

Bài viết sử dụng các phương pháp phân tích: phân tổ thống kê; phân tích số tương đối, số tuyệt đối; phân tích so sánh, phân tích biến động... để phân tích thực trạng thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trong bối cảnh Covid-19. Phương pháp thống kê so sánh được dùng để so sánh thực trạng thu nhập của nhân viên bán hàng với các nhóm đối tượng khác trong các doanh nghiệp bán lẻ. Từ đó, để xuất một số khuyến nghị nhằm đảm bảo thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

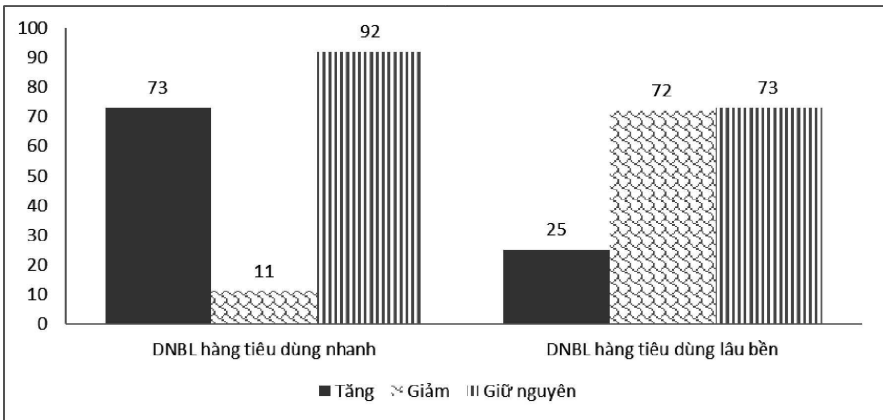
4. Thực trạng thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội

4.1. Tiền lương

Đặc điểm công việc của nhân viên bán hàng là trực tiếp làm việc với khách hàng, nên nhân viên bán hàng thường phải đáp ứng các yêu cầu về kỹ năng như kỹ năng giao tiếp, thuyết phục... Đa số các doanh nghiệp đặt KPIs hoặc doanh số cho nhân viên bán hàng trong tháng. Trước thời điểm xảy ra dịch bệnh, lương nhân viên bán hàng full time dao động trong khoảng 5-8 triệu đồng/tháng. Với những vị trí part time, nhân viên bán hàng theo ca 4 tiếng mức lương là 2-3 triệu đồng/tháng hoặc 20.000-30.000 đồng/giờ.

Kết quả khảo sát về tiền lương trong giai đoạn bùng phát Covid-19, có 165/346 nhân viên bán hàng cho biết tiền lương của họ giữ nguyên (chiếm 47,7%). Số lao động trả lời được tăng lương là 98/346 người (chiếm 28,3%) và 83/346 người cho biết họ có việc làm nhưng tiền lương giảm (chiếm 24%).

Hình 1. Sự thay đổi về tiền lương của nhân viên bán hàng trong mùa dịch



Nguồn: YẾN, 2022

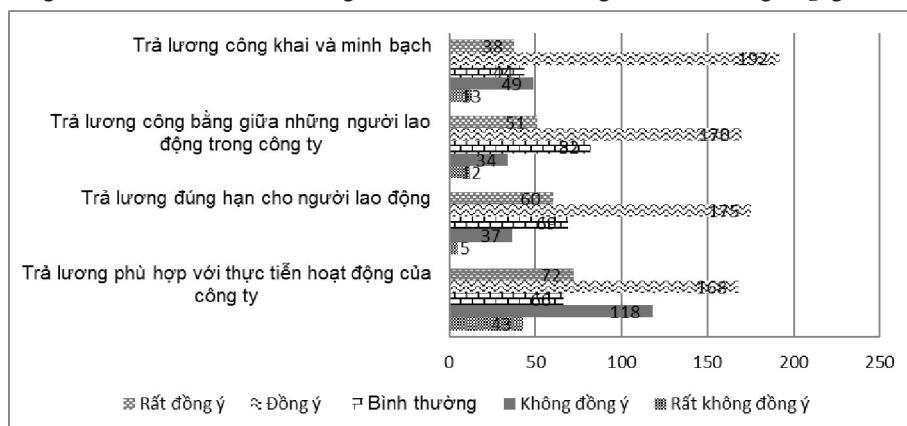
Ở các nhóm doanh nghiệp bán lẻ khác nhau thì sự thay đổi về tiền lương cũng có sự khác nhau (Hình 1). Cụ thể, trong số nhân viên bán hàng có tiền lương giữ nguyên thì 92/165 nhân viên là thuộc nhóm doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng nhanh (chiếm 55,8%) và 44,2% là nhân viên bán hàng thuộc nhóm doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng bền lâu. Mặt khác, trong số nhân viên bán hàng có tiền lương tăng thì có 73/98 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng nhanh (chiếm 74,5%) và có 25/98 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng lâu bền (chiếm 25,5%). Trong số nhân viên bán hàng có tiền lương giảm thì có 11/83 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng nhanh (chiếm 13,3%) và có 72/83 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng lâu bền (chiếm 86,7%). Kết quả này phản ánh, số nhân viên bán hàng tiêu dùng nhanh được tăng lương trong mùa dịch nhiều hơn số nhân viên bán hàng

tiêu dùng lâu bền. Đồng thời, số nhân viên bán hàng tiêu dùng lâu bền bị giảm lương trong mùa dịch nhiều hơn số nhân viên bán hàng tiêu dùng nhanh. Như vậy có thể nhận định, mức độ tác động của Covid-19 của nhóm doanh nghiệp tiêu dùng lâu bền nghiêm trọng hơn nhóm doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng nhanh.

Tìm hiểu thêm về mức độ giảm tiền lương của 83 nhân viên bán hàng trong mùa dịch cho kết quả: 13,6% nhân viên bán hàng trả lời tiền lương của họ bị giảm dưới 20%; 55,4% nhân viên giảm tiền lương từ 20% đến dưới 50% và lý do này tập trung vào nhóm lao động đang duy trì làm việc online. Số nhân viên bán hàng có lương giảm tới trên 50% hoặc nhận lương tùy thuộc vào sản phẩm bán được trong tháng chiếm tỷ lệ tương ứng lần lượt là 4,8% và 26,2%.

Khảo sát 346 nhân viên bán hàng đang làm việc tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Hà Nội về tình hình trả lương cho người lao động cho kết quả ở Hình 2.

Hình 2. Đánh giá của nhân viên bán hàng về tình hình trả lương của doanh nghiệp giai đoạn Covid-19



Nguồn: YẾN, 2022

Kết quả khảo sát về trả lương cho nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ cho thấy, tiền lương trong giai đoạn Covid-19 có sự thay đổi nhiều so với trước khi đại dịch bùng nổ. Đối với ý kiến trả lương đúng hạn cho người lao động thì có 235/346 người đồng ý và rất đồng ý (chiếm 67,9%). Việc phân phối tiền lương của các doanh nghiệp bán lẻ là vấn đề cũng cần được quan tâm hơn. Có 221/346 nhân viên bán hàng được khảo sát (chiếm 63,9%) không đồng ý với ý kiến trả lương công bằng giữa những người lao động đang làm việc tại công ty. Tuy nhiên, cũng khá nhiều ý kiến khi cho rằng việc trả lương như vậy khá đúng với tình hình thực tiễn của công ty hiện nay với 240/346 số người khảo sát đồng ý với ý kiến trên

(chiếm 69,3%). Nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn nên việc chi trả mức lương cho người lao động không đúng với hợp đồng lao động là điều dễ hiểu. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp vẫn duy trì nguyên tắc trả lương rõ ràng, công khai và minh bạch để tạo niềm tin cho người lao động với 230/346 nhân viên bán hàng đồng ý và rất đồng ý (chiếm 66,5%).

Qua đánh giá của nhân viên bán hàng có thể thấy rằng, trong bối cảnh Covid-19, nhiều doanh nghiệp đa dạng đã có sự thay đổi về chi trả tiền lương. Mặc dù, nhiều doanh nghiệp đã cố gắng đảm bảo quyền lợi cho nhân viên bán hàng nhưng với những khó khăn trong việc xử lý các đơn hàng, đứt chuỗi cung ứng, một số doanh nghiệp bán lẻ đã trả chậm trả lương

cho nhân viên và tình trạng trả lương chưa công bằng, chưa gắn với hiệu suất làm việc. Đây là những vấn đề mà doanh nghiệp bán lẻ cần quan tâm hơn nữa để giữ chân và thu hút nhân viên bán hàng trong bối cảnh bình thường mới.

4.2. Tiền thưởng

Bên cạnh tiền lương hàng tháng, nhân viên bán hàng có cơ hội nhận được thưởng theo quý, 6 tháng, năm, mức độ thưởng tùy thuộc vào kết quả hoàn thành công việc theo KPI. Trong giai đoạn Covid-19, mặc dù gặp nhiều khó khăn nhưng nhiều doanh nghiệp bán lẻ vẫn có các hình thức thưởng trên để khuyến khích nhân viên bán hàng nỗ lực làm việc (đặc biệt là các vị trí ổn định công việc hoặc có cường độ làm việc khá lớn), trong đó việc duy trì tiền thưởng cuối năm (tiền thưởng Tết) được ưu tiên.

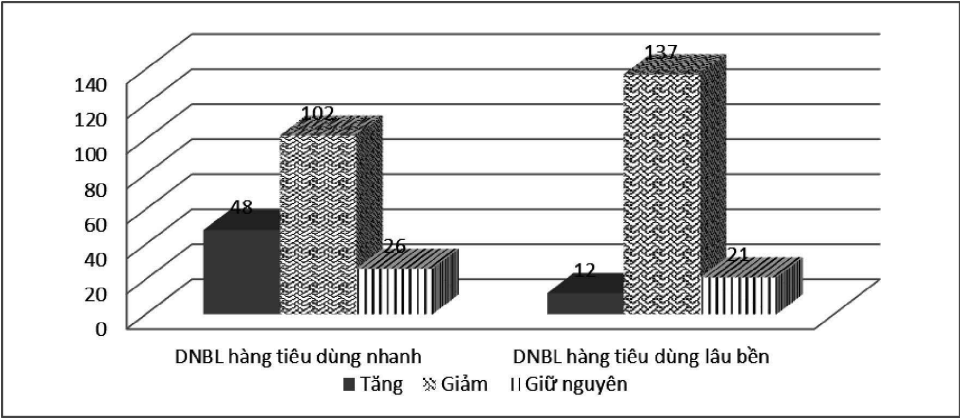
Trưởng phòng nhân sự của một công ty chuyên hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ, phân phối các sản phẩm nội thất, gia dụng, điện tử... cho hay: “Thưởng Tết tùy thuộc vào tình hình kinh doanh hàng năm của công ty. Thông thường, nhân viên sẽ được thưởng Tết 1 tháng lương kèm theo quà Tết. Tuy nhiên, năm 2020, tình hình kinh doanh bị tác động mạnh do dịch Covid-19, nhiều tháng gián cách xã hội, các siêu thị điện máy, các cửa hàng bán lẻ của công ty gần như đóng băng, ngưng hoạt động, doanh thu sụt giảm nghiêm trọng. Do đó, thưởng Tết sẽ chỉ đáp ứng được ở mức cơ bản, mức thưởng có giảm một chút. Doanh nghiệp vẫn có thể có thêm những phần thưởng khác ngoài tiền thưởng, nhưng chắc chắn không thể bằng năm ngoái”.

Kết quả khảo sát 346 nhân viên bán hàng về tình hình trả thưởng của các doanh nghiệp bán lẻ. Khi được hỏi “Anh/chị đã nhận được những khoản tiền thưởng nào trong mùa dịch?”, có 179/346 nhân viên lựa chọn thưởng theo kết quả thực hiện công việc (quý/năm)

chiếm 51,7%; 77/346 lượt lựa chọn thưởng cho ý kiến sáng tạo (chiếm 22,3%) và 305/346 nhân viên nhận được tiền thưởng tết từ công ty (chiếm 88,2%). Mức tiền thưởng bình quân (tháng/quý) của nhân viên bán hàng nhận được cũng có sự thay đổi trong thời gian Covid-19 bùng phát. Có 47/346 nhân viên bán hàng cho biết tiền thưởng của họ không thay đổi so với trước khi dịch bùng phát (chiếm 13,6%). Có 60/346 nhân viên có tiền thưởng tăng so với trước dịch (chiếm 17,3%) và 239/346 người cho biết họ nhận được tiền thưởng nhưng mức tiền thưởng giảm (chiếm 69,1%). Trong số 239 nhân viên bị giảm tiền thưởng, có 84/239 nhân viên giảm do mức dưới 20% (chiếm 35,1%); 75/239 nhân viên giảm 20-50% (chiếm 31,3%); 80/239 nhân viên giảm từ 50% trở lên so với trước dịch (chiếm 33,5%).

Tương tự tiền lương, mức độ thay đổi tiền thưởng cũng có sự khác nhau giữa các nhóm doanh nghiệp bán lẻ. Cụ thể, trong số nhân viên bán hàng có tiền thưởng không thay đổi so với trước dịch thì 26/47 nhân viên là thuộc nhóm doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng nhanh (chiếm 55,3%) và 44,7% là nhân viên bán hàng thuộc nhóm doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng bền lâu. Bên cạnh đó, trong số nhân viên bán hàng có tiền thưởng tăng thì có 48/60 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng nhanh (chiếm 80%) và có 12/60 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng lâu bền (chiếm 20%). Trong số nhân viên bán hàng có tiền thưởng giảm so với trước dịch thì có 102/239 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng nhanh (chiếm 42,7%) và có 137/239 nhân viên là của nhóm doanh nghiệp bán hàng tiêu dùng lâu bền (chiếm 57,3%). Kết quả này phản ánh, đa số nhân viên bán hàng có tiền thưởng đều bị giảm so với trước khi dịch bùng phát, kể cả các doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng nhanh (Hình 3).

Hình 3. Sự thay đổi về tiền thưởng của nhân viên bán hàng trong mùa dịch



Nguồn: YẾN, 2022

Kết quả khảo sát 346 nhân viên bán hàng cho thấy có những đánh giá khác nhau về tiền thưởng mà người lao động nhận được. Cụ thể, với ý kiến trả thưởng phù hợp với tình hình thực tiễn của công ty thì có 216/345 người đồng ý (chiếm 62,6%) và 74/346 người không đồng ý (chiếm 21,3%); ý kiến trả thưởng kịp thời, đúng lúc có 155/346 người

đồng ý (chiếm 44,8%) và 99/346 không đồng ý (chiếm 28,6%); ý kiến trả thưởng công bằng, gắn với hiệu suất làm việc có 141/346 người đồng ý (chiếm 40,8%) và 63/346 không đồng ý (chiếm 18,3%); ý kiến trả thưởng công khai và minh bạch có 157/346 người đồng ý (chiếm 45,4%) và 37/346 người không đồng ý (chiếm 10,7%) (Bảng 1).

Bảng 1. Đánh giá của nhân viên bán hàng về tiền thưởng giai đoạn Covid-19

Chi tiêu	Mức độ		Rất đồng ý		Đồng ý		Bình thường		Không đồng ý		Rất không đồng ý	
	Ý kiến	%	Ý kiến	%	Ý kiến	%	Ý kiến	%	Ý kiến	%	Ý kiến	%
Trả thưởng công khai và minh bạch	54	15,6	133	38,4	103	29,8	29	8,4	27	7,8		
Trả thưởng công bằng, gắn với hiệu quả làm việc	19	5,5	122	35,3	142	41,0	49	14,2	14	4,0		
Trả thưởng kịp thời, đúng lúc	50	14,4	105	30,3	92	26,6	73	21,1	26	7,5		
Trả thưởng phù hợp với thực tiễn của công ty	29	8,4	187	54,0	56	16,2	65	18,8	9	2,6		

Nguồn: YẾN, 2022

Với kết quả khảo sát trên, nhân viên bán hàng đánh giá khá cao nỗ lực trả thưởng cho người lao động của doanh nghiệp bán lẻ. Mức thưởng linh hoạt, phù hợp với thực tiễn công ty, sự nỗ lực trả thưởng kịp thời, đúng lúc, trả thưởng công bằng gắn với thành tích, hiệu quả làm việc và việc trả thưởng cũng được các doanh nghiệp công khai, rõ ràng, minh bạch. Tuy nhiên, một số doanh nghiệp bán lẻ chưa thực hiện tốt chế độ tiền thưởng.

4.3. Các phúc lợi tài chính

Ngoài tiền lương, tiền thưởng thì phúc lợi cho người lao động cũng là vấn đề quan trọng được nhiều doanh nghiệp bán lẻ và nhân viên bán hàng quan tâm. Trong thời gian dịch bệnh, nhiều doanh nghiệp bán lẻ đã chủ động việc phòng chống dịch bệnh, đồng thời đảm bảo được quyền lợi đầy đủ cho người lao động và nhân viên bán hàng. Các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp bán lẻ đã chung tay với cả nước đóng góp vào quỹ vắc xin; thực hiện tiêm chủng, xét nghiệm Covid-19 miễn phí cho người lao động; hỗ trợ lương thực, thực phẩm. Tại một số doanh nghiệp bán lẻ, các nhân viên bán hàng còn được nhận một khoản phụ cấp hỗ trợ để họ yên tâm làm việc, đồng hành cùng công ty trong thời điểm khó khăn, cũng như được nhận những lời tri ân sâu sắc từ công ty gửi đến những nhân viên “tuyến đầu” (ví dụ Masan,

AEON...). Đây chính là liều thuốc tinh thần dành cho những người thường xuyên phải làm việc trong môi trường áp lực cao và đối mặt nhiều rủi ro trong các giai đoạn cao điểm của dịch bệnh.

Trong gần 2 năm 2020-2021, dù doanh thu, lợi nhuận bị giảm sút do tác động bởi dịch Covid-19 nhưng một số doanh nghiệp bán lẻ cũng đã dành hàng tỉ đồng cho nhiều đợt hỗ trợ nhân viên làm việc trong mùa dịch. Bên cạnh đó, nhân viên bán hàng cũng được động viên, cổ vũ qua những hoạt động kết nối tương tác nội bộ trong Công ty (AEON). Các công đoàn cơ sở đã kết hợp với chủ doanh nghiệp tổ chức kịp thời các hoạt động chăm lo cho người lao động tại các khu nhà trọ, tạm ngừng việc không hưởng lương và gặp nhiều khó khăn do dịch bệnh; vận động chủ nhà trọ giảm giá thuê phòng, điện nước, chăm lo đời sống tinh thần và cho con của đoàn viên công đoàn bị ảnh hưởng trực tiếp bởi dịch bệnh Covid-19 (AEON, Masan...). Trước những khó khăn của nhân viên bán hàng, công đoàn các công ty cũng đã tổ chức nhiều chương trình hỗ trợ nhân viên có hoàn cảnh khó khăn như: hỗ trợ tiền trọ, thu nhập tăng thêm, tặng quà cho gia đình nhân viên bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh... Các công đoàn cơ sở cũng chủ động tổ chức nhiều chương trình phúc lợi cho đoàn viên, người lao động nói chung và nhân viên bán hàng; tăng cường

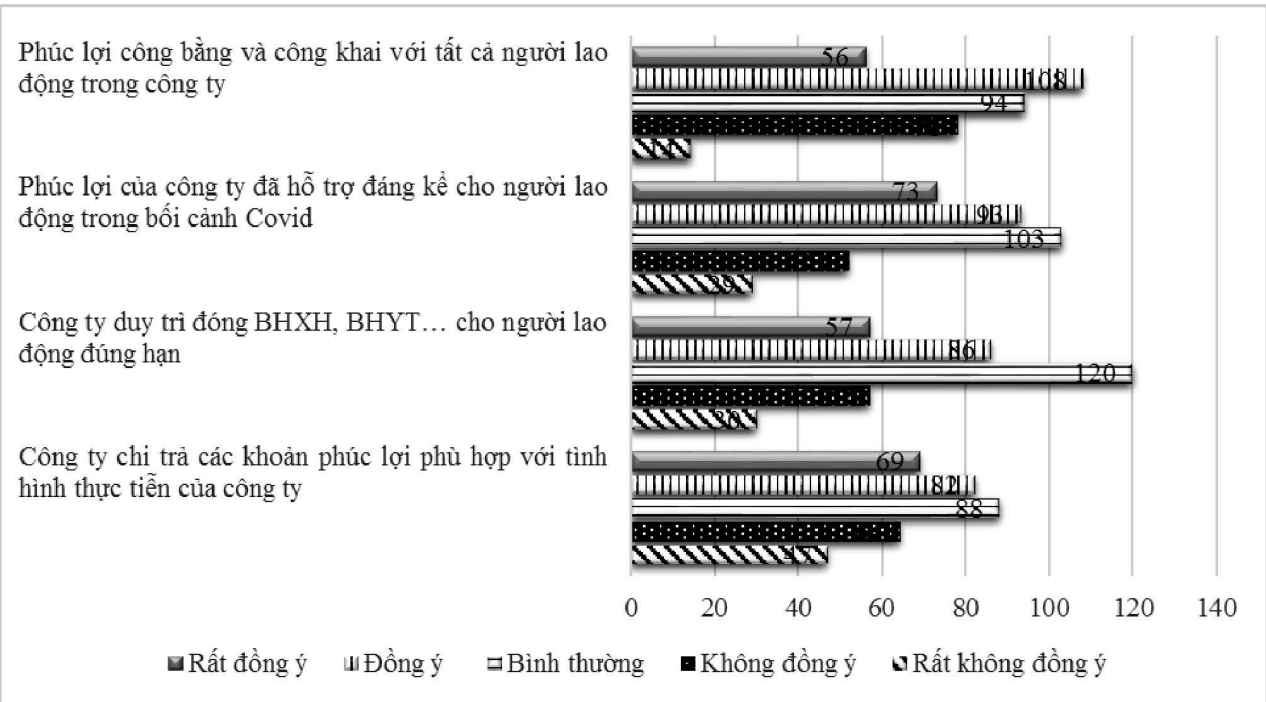
đối thoại với doanh nghiệp để mang lại nhiều lợi ích hơn cho người lao động.

Theo Nghị quyết số 68/NQ-CP về một số chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động gặp khó khăn do đại dịch Covid-19, người sử dụng lao động được tạm dừng đóng bảo hiểm xã hội vào Quỹ hưu trí và tử tuất. Cụ thể, người sử dụng lao động đã đóng đủ BHXH hoặc đang tạm dừng đóng vào Quỹ hưu trí và tử tuất đến hết tháng 4/2021 mà bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 dẫn đến phải giảm từ 15% lao động tham gia BHXH trở lên so với thời điểm tháng 4/2021 (kể cả lao động ngừng việc, tạm hoãn thực hiện hợp đồng lao động, thỏa thuận nghỉ không hưởng lương) thì người lao động và người sử dụng lao

động được tạm dừng đóng vào Quỹ hưu trí và tử tuất 6 tháng kể từ thời điểm nộp hồ sơ đề nghị. Nghị quyết này đã đem lại cho cả người lao động và người sử dụng lao động một giải pháp mới khắc phục khó khăn trong bối cảnh Covid-19. Theo tinh thần của Nghị quyết này, nhiều doanh nghiệp đã thực hiện tốt chính sách BHXH, BHYT cho người lao động. Tuy nhiên, vẫn có những doanh nghiệp chưa chủ động trong việc đóng BHXH, BHYT và đã gây khó khăn cho việc thực hiện các chính sách an sinh xã hội, ảnh hưởng trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19.

Kết quả khảo sát ở Hình 4 minh chứng rõ hơn cho những nhận định trên.

Hình 4. Đánh giá của nhân viên bán hàng về phúc lợi tài chính mùa dịch



Nguồn: YẾN, 2022

Đánh giá của nhân viên bán hàng về chế độ phúc lợi tài chính cho thấy: có 178/346 ý kiến đồng ý (chiếm 51,4%) và 93/346 ý kiến không đồng ý (chiếm 26,9%) với nhận định công ty chi trả các khoản phúc lợi phù hợp với tình hình thực tiễn của công ty; có 186/346 ý kiến đồng ý (chiếm 53,8%) và 80/346 ý kiến không đồng ý (chiếm 23,1%) với nhận định công ty duy trì đóng BHXH, BHYT... cho người lao động đúng hạn; có 159/346 ý kiến đồng ý (chiếm 46%) và 92/346 ý kiến không đồng ý (chiếm 26,6%) với phúc lợi của công ty đã hỗ trợ đáng kể cho

người lao động trong bối cảnh Covid-19; có 192/346 ý kiến đồng ý (chiếm 55,5%) và 88/346 ý kiến không đồng ý (chiếm 25,4%) với nhận định phúc lợi công bằng và công khai với tất cả mọi người trong công ty.

Như vậy, phản ánh của kết quả khảo sát cũng trùng với những nhận định trên. Một số doanh nghiệp bán lẻ rất chủ động chăm lo cho đời sống người lao động. Dưới nhiều hình thức phụ cấp, trợ cấp khác nhau, nhiều doanh nghiệp đã tạo được niềm tin, sự gắn bó của nhân viên bán hàng với công việc, với tổ chức. Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp bán lẻ chưa thực

hiện tốt hệ thống phúc lợi tài chính cho nhân viên bán hàng. Tình trạng nợ các khoản phúc lợi bắt buộc vẫn tồn tại; chi trả cho các nhóm đối tượng hưởng trợ cấp, phụ cấp còn cứng nhắc, thiếu linh hoạt. Điều này đã làm giảm động lực cũng như sự gắn bó của nhân viên bán hàng với doanh nghiệp.

5. Một số kết luận và khuyến nghị

5.1. Một số kết luận

Năm 2021, dịch Covid-19 với những biến chủng mới, lây lan nhanh đã gây ảnh hưởng rất lớn đến hầu hết các lĩnh vực kinh tế, xã hội. Trong đó, có cả thị trường lao động, tình trạng thiếu việc làm, mất việc làm dẫn đến mất thu nhập có xu hướng tăng. Nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội cũng không ngoại lệ. Trên cơ sở phân tích thực trạng, có thể tổng hợp một số đánh giá điển hình về thu nhập cho nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Hà Nội trong bối cảnh Covid-19:

Tiền lương: Tiền lương của nhân viên bán hàng có sự thay đổi giữa trước và trong thời điểm dịch bùng phát. Một số nhân viên bán hàng có tiền lương tăng nhưng với số lượng rất ít. Đa phần tiền lương của nhân viên bán hàng giảm xuống; thậm chí có người giảm hơn 80% so với bình thường. Tiền lương của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng lâu bền giảm nhiều hơn. Mặt khác, một số nhân viên bán hàng chưa đánh giá cao về tính phù hợp thực tiễn, tính kịp thời và tính công bằng trong trả lương cho người lao động.

Tiền thưởng: Nhiều nhân viên bán hàng ghi nhận sự nỗ lực trả thưởng cho người lao động trong bối cảnh dịch bệnh, ngay cả khi doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp giảm sút. Tuy nhiên, vẫn còn khá nhiều nhân viên bán hàng, đặc biệt là bán hàng tiêu dùng lâu bền, cho biết tiền thưởng của họ giảm mạnh, nhiều người không nhận được tiền thưởng. Tương tự tiền lương, nhân viên bán hàng cảm thông cho sự khó khăn của doanh nghiệp và cho rằng trả thưởng phù hợp thực tiễn. Bên cạnh đó, vẫn còn một số nhân viên cho rằng trả thưởng không công bằng, không gắn với thành tích và sự nỗ lực, trả thưởng chưa kịp thời dẫn đến làm giảm đi vai trò tạo động lực của tiền thưởng.

Phúc lợi tài chính: Ngoài tiền lương, tiền thưởng thì nhiều doanh nghiệp nỗ lực đồng hành với nhân viên bán hàng trong mùa dịch thông qua các phúc lợi tài chính. Các phúc lợi tài chính bắt buộc như BHXH, BHYT được nhiều doanh nghiệp chú trọng,

đảm bảo đúng hạn cho nhân viên. Các khoản hỗ trợ, trợ cấp của doanh nghiệp bán lẻ cũng giúp nhân viên bán hàng giảm bớt những khó khăn trong cuộc sống do Covid-19 gây ra. Tuy nhiên, vẫn còn tình trạng một số doanh nghiệp nợ đóng BHXH, BHYT cho người lao động nói chung và nhân viên bán hàng nói riêng, chưa chú trọng hỗ trợ, quan tâm đến đời sống nhân viên.

5.2. Một số khuyến nghị nhằm đảm bảo thu nhập cho nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội trong bối cảnh đại dịch Covid-19

5.2.1. Đảm bảo tiền lương hàng tháng

Trong thời kỳ Covid-19, người sử dụng lao động và người lao động cùng gặp khó khăn. Tiền lương là một trong các khoản chi phí cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, tiền lương cũng chính là khoản đầu tư sinh lời bởi nó giúp người lao động có thêm hứng thú và động lực để làm việc với năng suất cao hơn, chất lượng tốt, giúp doanh nghiệp phục hồi hoạt động sản xuất, kinh doanh nhanh hơn, bền vững hơn.

Chỉ khi tiền lương được quan tâm và tương xứng với năng suất, sự cống hiến thì mới đủ khả năng động viên và yêu cầu nhân viên bán hàng làm việc với năng suất, chất lượng, hiệu quả và mang lại doanh thu và lợi nhuận lớn hơn cho doanh nghiệp, cho sự phát triển kinh tế, xã hội của đất nước.

Do đó, thời gian tới, các doanh nghiệp bán lẻ cần có các giải pháp chiến lược, làm tăng nguồn thu, đảm bảo trả lương hàng tháng cho nhân viên bán hàng. Việc thay đổi chiến lược kinh doanh thích ứng với mùa dịch trong bối cảnh bình thường mới và nhu cầu tiêu dùng sẽ giúp cho các nhà bán lẻ tăng nguồn thu, duy trì và đảm bảo tiền lương hàng tháng.

Doanh nghiệp cũng có thể linh hoạt trong việc phân phối quỹ tiền lương, xây dựng phương án trả lương phù hợp cho nhân viên bán hàng. Việc linh hoạt thời gian trả lương cũng giúp doanh nghiệp có thể làm giảm gánh nặng tài chính. Chẳng hạn, doanh nghiệp bán lẻ có thể trả lương cho 1/2 khối nhân viên bán hàng vào giữa tháng, 1/2 nhân viên còn lại vào đầu tháng sau, giảm áp lực trả lương trong một thời điểm. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp bán lẻ cũng cần phải có những chính sách lương như phần tiền lương theo doanh số cao hơn, để nhân viên bán hàng có động lực hơn nữa trong công việc.

Nhìn chung, việc đảm bảo tiền lương hàng tháng cho nhân viên bán hàng đòi hỏi doanh nghiệp phải

có nguồn thu. Do đó, trong bối cảnh Covid-19 bình thường mới, các doanh nghiệp bán lẻ cần xây dựng chính sách kinh doanh mới, khách hàng có thể tiếp cận các sản phẩm của doanh nghiệp được dễ dàng hơn. Đồng thời, việc thiết lập phương án trả lương linh hoạt là điều cần thiết để góp phần duy trì đội ngũ nhân viên bán hàng của doanh nghiệp bán lẻ.

5.2.2. Thay đổi chương trình khuyến khích tài chính

Để có thể duy trì và thu hút đội ngũ nhân viên bán hàng, các doanh nghiệp bán lẻ cần thay đổi các chương trình khuyến khích tài chính theo hướng sau:

Bổ sung thêm hình thức khen thưởng theo hiệu quả công việc theo tháng, quý, năm trên cơ sở kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, và mức độ hoàn thành công việc của nhân viên bán hàng.

Thường cho nhân viên tìm được nơi cung ứng, tiêu thụ, ký kết hợp đồng. Hình thức thưởng khi tìm được nơi cung ứng, tiêu thụ, ký kết hợp đồng sẽ là đòn bẩy giúp nhân viên bán hàng hoàn thành tốt công việc quản trị đầu vào, đầu ra cho sản phẩm của doanh nghiệp bán lẻ. Do đó, các doanh nghiệp cần áp dụng hình thức thưởng này đối với những nhân viên bán hàng tìm thêm được các địa chỉ tiêu thụ mới, giới thiệu khách hàng, ký kết thêm được hợp đồng... hoặc các hoạt động có tác dụng làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Mức thưởng này nên xác định bằng tỷ lệ % so với phần lợi ích mà nhân viên bán hàng đó mang lại cho doanh nghiệp từ những hoạt động đó.

Ngoài ra, các doanh nghiệp bán lẻ cũng có thể thưởng cho nhân viên bằng cổ phiếu hoặc trái phiếu. Thay vì tiền mặt hay các hình thức khác, cổ phiếu/trái phiếu cũng là một dạng khuyến khích tài chính mà các doanh nghiệp bán lẻ có thể áp dụng. Chương trình khuyến khích tài chính bằng cổ phiếu/trái phiếu giúp cho doanh nghiệp bán lẻ giảm áp lực tài chính, và tăng sự ràng buộc của nhân viên bán hàng với doanh nghiệp. Bởi lẽ, khi nhân viên bán hàng sở hữu cổ phiếu/trái phiếu, điều đó có nghĩa là nhân viên đó được sở hữu % cổ phần của công ty hoặc là “chủ nợ” của công ty (trái phiếu). Chương trình thưởng này sẽ kích thích nhân viên bán hàng gắn bó với doanh nghiệp và làm việc hiệu quả hơn. Bởi lợi ích của họ gắn với lợi ích của doanh nghiệp.

5.2.3. Đảm bảo các chế độ phúc lợi

Để có thể giúp doanh nghiệp ổn định và phát triển trong bối cảnh bình thường mới của đại dịch

Covid-19, các doanh nghiệp bán lẻ cần đặc biệt chú trọng đến việc đầu tư vào đội ngũ nhân viên bán hàng. Đây là nhân lực trực tiếp đem lại doanh thu, lợi nhuận cho doanh nghiệp. Cần triển khai nhiều chính sách nhân sự nổi bật, chương trình phúc lợi nhân văn cùng chế độ đãi ngộ xứng đáng góp phần thu hút và giữ chân nhân viên bán hàng giỏi. Các doanh nghiệp phải luôn chú trọng chăm lo cho nhân viên bán hàng thông qua nhiều chính sách phúc lợi cạnh tranh so với mặt bằng chung của thị trường lao động tại Việt Nam.

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 vẫn tiếp diễn, các doanh nghiệp bán lẻ cần tập trung gia tăng những phúc lợi thuộc nhóm bảo vệ sức khỏe cho cán bộ nhân viên, vì nhân viên bán hàng thuộc nhóm đối tượng dễ lây nhiễm bệnh nhất. Tăng cường các biện pháp phòng dịch như khử khuẩn văn phòng làm việc, siêu thị, cửa hàng đo thân nhiệt, tuân thủ giãn cách không gian làm việc nhằm đảm bảo sức khỏe cho người lao động.

Giảm bớt gánh nặng tài chính cho người lao động là một việc làm rất quan trọng trong thời điểm bùng phát Covid-19. Chủ doanh nghiệp có thể triển khai các phương án hỗ trợ như bảo đảm quyền lợi người lao động, cho phép nghỉ ốm có lương, các hình thức hỗ trợ kinh tế như trợ cấp nuôi con và trợ cấp chi phí khám chữa bệnh. Các nhóm dễ bị tổn thương như nhóm lao động thu nhập thấp và nhóm lao động phi chính thức cần có những hỗ trợ riêng. Bên cạnh các chính sách phúc lợi cho người lao động theo quy định của Nhà nước như bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội... các doanh nghiệp bán lẻ có thể cung cấp thêm các gói bảo hiểm sức khỏe và tai nạn, tầm soát sức khỏe định kỳ hàng năm cho toàn bộ nhân viên. Với các nhân sự cấp cao then chốt, các doanh nghiệp còn xây dựng gói bảo hiểm sức khỏe và tai nạn dành riêng cho người thân. Điều này góp phần làm cho nhân viên yên tâm công tác, khi bản thân mình và người thân cũng được quan tâm và chăm sóc sức khỏe.

Ngoài ra, các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ quản trị nhân lực, tăng cường năng lực marketing, tăng cường sử dụng công nghệ số, hỗ trợ nhân viên bán hàng cải thiện kỹ năng và kỹ năng số phù hợp, bố trí việc làm linh hoạt, mở rộng mạng lưới cửa hàng, đa dạng hóa các kênh bán hàng để đảm bảo việc làm, từ đó đảm bảo và cải thiện thu nhập cho nhân viên bán hàng.

- Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam. (2021). *Doanh nghiệp ngành bán lẻ tìm cách phục hồi tăng trưởng hậu Covid-19*. <https://vietnamreport.net.vn/Doanh-nghiep-nganh-ban-le-tim-cach-phuc-hoi-tang-truong-hau-COVID-19-10056-1006.html>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Principle of Marketing*. 15th Edition, Prentice Hall.
- OECD. (2015). *Enhancing job quality in emerging economies*. Chapter 5, OECD Employment Outlook 2015, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/empl_outlook-2015-9-en
- Palex. (2020). Báo cáo chuyên sâu ngành bán lẻ. Khảo sát về ảnh hưởng của dịch Covid-19 tới các nhà bán lẻ tại Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý*, 5(2) :1395-1403
- Tươi, Đ.T. (2020). *Giáo trình Quản trị thủ lao động trong doanh nghiệp*. Nhà xuất bản Lao động
- Tươi, Đ.T. và Yến, Đ.T. (2020). *Giáo trình Nguyên lý tiền lương*. Nhà xuất bản Lao động
- UNECE. (2015). *Handbook on Measuring Quality of Employment: A Statistical Framework*. United Nations, New York and Geneva.
- Yến, Đ.T. (2022). *Nghiên cứu việc làm, thu nhập của nhân viên bán hàng tại các doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội trong bối cảnh đại dịch Covid-19*. Đề tài cấp trường, Trường Đại học Lao động - Xã hội.