BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LƯƠNG THẾ VINH

TRẦN MINH TRÍ

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ TĂNG SỰ GẮN KẾT CỦA HỘI VIÊN TẠI CHI HỘI DOANH NHÂN TRẺ GIA ĐỊNH (YBA GIA ĐỊNH) THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 8340101

TÓM TẮT ĐỀ ÁN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Ninh Bình, tháng 09 năm 2025

MỤC LỤC

BÁO CÁO TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ		3
I.	PHẦN MỞ ĐẦU	3
I.1.	Tên đề tài	3
I.2.	Lý do chọn đề tài	3
I.3.	Mục tiêu nghiên cứu	3
I.4.	Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
I.5.	Phương pháp nghiên cứu	4
II.	KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	4
II.1.	Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu	4
II.2.	Kết quả định tính:	4
II.3.	Kết quả định lượng	5
II.4.	Phân tích chuyên sâu các yếu tố ảnh hưởng	5
II.5.	Hạn chế của nghiên cứu	5
II.6.	Nguyên nhân hạn chế	6
II.7.	Đề xuất giải pháp nâng cao sự gắn kết	6
III.	KẾT LUẬN VÀ ĐÓNG GÓP KHOA HỌC	7

BÁO CÁO TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

I. PHẦN MỞ ĐẦU

I.1. **Tên đề tài**

Phân tích các yếu tố tăng sự gắn kết của hội viên tại Chi hội Doanh nhân Trẻ Gia Định (YBA Gia Định) Thành Phố Hồ Chí Minh.

I.2. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập và cạnh tranh ngày càng gay gắt, các tổ chức doanh nhân không chỉ là nơi giao lưu học hỏi, mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh, kết nối nguồn lực và thúc đẩy sự phát triển bền vững của doanh nghiệp hội viên. Trong đó, YBA Gia Định là một chi hội năng động, có nhiều hoạt động đổi mới, sáng tạo. Tuy nhiên, Chi hội đang đối mặt với một số vấn đề về duy trì và nâng cao sự gắn kết của hội viên, đặc biệt là hội viên mới. Sự rút lui hoặc không tham gia tích cực của hội viên sau khi gia nhập đặt ra yêu cầu cấp thiết phải nhìn nhận lại mô hình quản trị hội viên hiện tại.

Đề tài nhằm mục tiêu xác định rõ các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết, đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố, từ đó xây dựng mô hình lý thuyết và đưa ra các giải pháp cụ thể phù hợp với điều kiện thực tiễn của YBA Gia Định.

I.3. Mục tiêu nghiên cứu

- Phân tích và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của hội viên tại Chi hội YBA Gia Định.
- Xây dựng mô hình lý thuyết và mô hình thực nghiệm các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của hội viên.
- Đề xuất giải pháp nâng cao sự gắn kết hội viên, hướng tới phát triển bền vững tổ chức.

I.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng:** Hội viên của Chi hội Doanh nhân Trẻ Gia Định và các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của họ.

- **Phạm vi:** Nghiên cứu giới hạn trong phạm vi hoạt động của Chi hội YBA Gia Định từ tháng 01 đến tháng 04 năm 2025. Phân tích dựa trên khảo sát 110 hội viên và phỏng vấn bán cấu trúc với các cá nhân chủ chốt.

I.5. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp định tính và định lượng, bao gồm:

- Phỏng vấn bán cấu trúc để khám phá các yếu tố ảnh hưởng tiềm ẩn.
- Khảo sát định lượng qua bảng hỏi với thang đo Likert 5 mức độ.
- Phân tích dữ liệu bằng các công cụ SPSS, AMOS và PLS-SEM để kiểm định thang đo và mô hình lý thuyết.

II. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

II.1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Nghiên cứu kế thừa và phát triển trên cơ sở các lý thuyết kinh điển như: Thuyết nhu cầu Maslow, mô hình giá trị Franklin Covey, mô hình Kano và lý thuyết gắn kết tổ chức. Từ đó, tác giả xây dựng mô hình gồm 07 yếu tố chính:

1. Văn hóa tổ chức (CUL)
2. Phát triển cá nhân và nghề nghiệp (DEV)
3. Giao thương và kết nối kinh doanh (NET)
4. Ghi nhận và vinh danh (REC)
5. Phản hồi và tương tác hai chiều (FED)
6. Onboarding – Hội nhập hội viên mới (ONB)
7. Chất lượng vận hành và quản trị hội viên (OPS)

Mỗi yếu tố được đo lường bằng các biến quan sát cụ thể, đảm bảo độ tin cậy và tính hiệu lực thông qua phân tích Cronbach’s Alpha và EFA.

II.2. Kết quả định tính

- Hội viên đánh giá cao các hoạt động mang tính cộng đồng, cơ hội phát triển và sự ghi nhận đóng góp.
- Những rào cản trong onboarding, thiếu thông tin, chưa rõ vai trò, hay thiếu minh bạch trong truyền thông nội bộ là nguyên nhân khiến hội viên ít gắn bó.

- Từ dữ liệu phỏng vấn, hai yếu tố mới được đề xuất đưa vào mô hình là "Onboarding" và "Vinh danh".

II.3. Kết quả định lượng

- Cronbach's Alpha các thang đo đều trên 0.7, đảm bảo độ tin cậy.
- Phân tích EFA, CFA và PLS-SEM xác nhận mô hình lý thuyết phù hợp.
- 5 yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến gắn kết hội viên (theo thứ tự): Văn hóa tổ chức, Giao thương, Onboarding, Ghi nhận – Vinh danh, Phát triển cá nhân.
- Yếu tố OPS và FED có ảnh hưởng trung bình, chưa rõ rệt.

II.4. Phân tích chuyên sâu các yếu tố ảnh hưởng

Văn hóa tổ chức

- Tạo cảm giác thân thuộc, xây dựng giá trị chung và truyền cảm hứng.
- Tác động lâu dài đến lòng trung thành và sự hài lòng.

Giao thương và kết nối

- Là động lực chính để hội viên tham gia.
- Các hoạt động như Power Team, Visit Doanh nghiệp đóng vai trò thúc đẩy cơ hội kinh doanh thực tế.

Onboarding

- Một quy trình bài bản sẽ giúp hội viên mới nhanh chóng hòa nhập và cam kết lâu dài.

Ghi nhận và vinh danh

- Việc tri ân hội viên giúp nâng cao hình ảnh cá nhân và tạo động lực cống hiến.

Phát triển cá nhân:

- Hội viên mong muốn được học hỏi, phát triển kỹ năng lãnh đạo, được hỗ trợ từ mentor.

II.5. Hạn chế của nghiên cứu

- Cỡ mẫu vẫn còn giới hạn, chưa bao quát được hết sự đa dạng trong hành vi hội viên.
- Nghiên cứu thực hiện trong thời gian ngắn, ảnh hưởng đến khả năng quan sát các xu hướng dài hạn.
- Khó tiếp cận nhóm hội viên ít tham gia hoặc đang có ý định rời bỏ chi hội.

II.6. Nguyên nhân hạn chế

- Thiếu nguồn lực nghiên cứu, thời gian thực tập giới hạn.
- Thiếu cơ sở dữ liệu CRM đầy đủ.
- Hội viên e ngại chia sẻ thông tin hoặc không phản hồi khảo sát.

II.7. Đề xuất giải pháp nâng cao sự gắn kết

Ngắn hạn

- Hoàn thiện quy trình onboarding với mentor và tài liệu hướng dẫn hội viên.
- Cập nhật hệ thống CRM để theo dõi hành vi tham gia của hội viên.
- Vận hành thường xuyên các hoạt động networking và gắn kết.
- Thiết kế các chương trình ghi nhận sáng tạo và mang tính cá nhân hóa.

Trung hạn

- Triển khai chiến lược truyền thông nội bộ 2 chiều, phản hồi minh bạch.
- Tổ chức khảo sát định kỳ và cập nhật chân dung hội viên theo thời gian thực.
- Đào tạo đội ngũ quản trị hội viên chuyên sâu, am hiểu kỹ thuật và cảm xúc.

Dài hạn

- Phát triển hệ sinh thái cộng đồng hỗ trợ doanh nghiệp hội viên (B2B, Mentoring, Tài chính...)
- Định vị thương hiệu YBA Gia Định là tổ chức đồng hành phát triển bền vững.
- Liên kết mạng lưới hội viên quốc gia, quốc tế để tạo giá trị lan tỏa.

1. Điều kiện thực hiện

- Cam kết từ Ban Chủ nhiệm và ngân sách chi hội.
- Phối hợp giữa các Ban chức năng như Ban Hội viên, Ban Đào tạo, Ban Giao thương.
- Đào tạo kỹ năng mềm và chuyên môn cho các lãnh đạo nhóm.
- Đầu tư vào công nghệ, phần mềm quản lý và truyền thông nội bộ.

III.KẾT LUẬN VÀ ĐÓNG GÓP KHOA HỌC

Đề án đã góp phần làm rõ những yếu tố cấu thành sự gắn kết hội viên trong tổ chức phi lợi nhuận. Kết hợp giữa lý luận và thực tiễn, nghiên cứu xây dựng mô hình PLS-SEM 7 yếu tố gắn kết, tạo tiền đề cho các nghiên cứu tiếp theo.

Đóng góp chính

- Khẳng định vai trò của onboarding và vinh danh trong tổ chức phi lợi nhuận.
- Xây dựng thang đo chuẩn hóa phù hợp với thực tiễn hội doanh nhân tại Việt Nam.
- Đề xuất khung giải pháp có tính khả thi và định hướng chiến lược rõ ràng cho các tổ chức tương tự.

Kiến nghị

- Các chi hội khác nên áp dụng mô hình quản trị hội viên theo vòng đời.
- Cần có sự phối hợp nghiên cứu giữa các chi hội để hình thành hệ dữ liệu quốc gia.
- Đầu tư nghiên cứu chuyên sâu về hành vi hội viên ít tham gia và lý do rút lui.