TÓM TẮT ĐỀ ÁN

Hoạt động marketing, đặc biệt là tổ chức sự kiện, giữ vai trò then chốt trong việc thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ ngân hàng số tại Việt Nam. Thông qua các sự kiện, các ngân hàng thương mại (NHTM) có thể hiệu quả giới thiệu và quảng bá các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng số tới khách hàng. Điều này không chỉ giúp nâng cao nhận thức của khách hàng mà còn tăng cường trải nghiệm và gắn kết họ với thương hiệu ngân hàng. Như vậy, hoạt động tổ chức sự kiện đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ ngân hàng số tại Việt Nam. Những hạn chế về số lượng, hiệu quả tổ chức và đầu tư nguồn lực cho hoạt động tổ chức sự kiện tại Ngân hàng TMCP Tiên Phong đã làm hạn chế phần nào vai trò then chốt của hoạt động này trong phát triển dịch vụ ngân hàng số của ngân hàng. Vì vậy, tác giả đã lựa chọn đề tài ***“Hoàn thiện hoạt động tổ chức sự kiện trong kinh doanh dịch vụ ngân hàng số tại Ngân hàng TMCP Tiên Phong”*** cho đề án tốt nghiệp thạc sĩ của mình.

Đề án đã trình bày được một số vấn đề sau: (1) Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về hoạt động tổ chức sự kiện trong kinh doanh dịch vụ ngân hàng số tại Ngân hàng thương mại. (2) Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động tổ chức sự kiện trong kinh doanh dịch vụ ngân hàng số tại Ngân hàng TMCP Tiên Phong. (3) Đề xuất giải pháp hoàn thiện hoạt động tổ chức sự kiện trong kinh doanh dịch vụ ngân hàng số tại Ngân hàng TMCP Tiên Phong.

Nghiên cứu tập trung phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động tổ chức sự kiện trong kinh doanh dịch vụ NHS của TPBank trong 03 năm từ 2021 – 2023 dựa trên các số liệu thứ cấp, số liệu sơ cấp được thu thập thông qua hình thức khảo sát qua bảng hỏi 180 khách hàng đã tham gia trải nghiệm các sự kiện NHS của TPBank, đồng thời, dữ liệu còn được khai thác thông qua phỏng vấn chuyên sâu lãnh đạo và nhân viên phòng Marketing nhằm thiết lập căn cứ cho việc phát triển chiến lược tổ chức sự kiện NHS tại TPBank.

Trong quá trình nghiên cứu thực trạng hoạt động tổ chức sự kiện NHS tại TPBank, đề án đã thu lại được một số thành tựu nhất định, từ những phân tích liên quan tới 08 bước thực hiện triển khai sự kiện, kết hợp với những đánh giá của khách hàng về từng bước cùng dữ liệu thứ cấp của ngân hàng. Đề án đã chỉ ra những ưu điểm trong việc tổ chức các sự kiện NHS của TPBank nhưng đồng thời, cũng làm rõ các nguyên nhân khiến khách hàng không hài lòng về các yếu tố thuộc 08 bước tổ chức sự kiện. Từ kết quả phân tích kết hợp với mục tiêu kinh doanh và định hướng phát triển của TPBank, tác giả đã đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động tổ chức sự kiện trong hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng số trong giai đoạn 2024 – 2026.