

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỆN LỰC**



NGUYỄN HUYỀN ANH

**TÁC ĐỘNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ
TỚI TIẾP CẬN SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ
TÀI CHÍNH CỦA NGƯỜI DÂN TẠI HÀ NỘI**

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

HÀ NỘI, 2024

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỆN LỰC

NGUYỄN HUYỀN ANH

**TÁC ĐỘNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ
TỚI TIẾP CẬN SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ
TÀI CHÍNH CỦA NGƯỜI DÂN TẠI HÀ NỘI**

Chuyên ngành : Tài chính - Ngân hàng

Mã số : 8340201

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. Nguyễn Quỳnh Anh

HÀ NỘI, 2024

LỜI CẢM ƠN

Với tình cảm chân thành tôi xin gửi lời cảm ơn tới Ban lãnh đạo Trường Đại học Điện lực, Phòng Quản lý Đào tạo, Khoa Kế toán - Tài chính và các thầy cô tham gia giảng dạy đã giúp đỡ, cung cấp những kiến thức cho tôi trong quá trình học tập nghiên cứu.

*Đặc biệt, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới **TS. Nguyễn Quỳnh Anh** về sự tận tâm giúp đỡ và chỉ dẫn cho tôi những kiến thức cũng như phương pháp luận trong quá trình nghiên cứu, hoàn thành luận văn.*

Tôi xin chân thành cảm ơn các bên liên quan đã cung cấp tài liệu, các bạn đồng nghiệp, những người thân, bạn bè đã động viên, giúp đỡ, tạo điều kiện thuận lợi cho tôi hoàn thành luận văn này.

Tôi xin trân trọng cảm ơn!

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2024

Tác giả luận văn

Nguyễn Huyền Anh

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đã sử dụng các tài liệu tham khảo của các tác giả, các nhà khoa học và các luận văn được trích dẫn trong phụ lục “Tài liệu tham khảo” cho việc nghiên cứu và viết luận văn của mình.

Tôi xin cam đoan về các số liệu và kết quả tính toán được trình bày trong luận văn là hoàn toàn do tôi tự tìm hiểu và thực hiện trong quá trình nghiên cứu và viết luận văn của mình, không sao chép và chưa được sử dụng cho đề tài luận văn nào.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2024

Tác giả

Nguyễn Huyền Anh

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN.....	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	v
DANH MỤC BẢNG BIỂU	vi
MỞ ĐẦU.....	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	3
3. Nhiệm vụ nghiên cứu.....	3
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
5. Phương pháp nghiên cứu	4
6. Những đóng góp mới của luận văn.....	4
7. Nội dung	5
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ VÀ SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ TÀI CHÍNH	6
1.1. Các nghiên cứu về tài chính hành vi.....	6
1.2. Các nghiên cứu về dân trí tài chính số.....	7
1.2.1. Nghiên cứu về dân trí tài chính.....	7
1.2.2. Nghiên cứu về tài chính số và dân trí tài chính số	9
1.2.3. Nghiên cứu về nhân tố tác động dân trí tài chính số.....	11
1.2.4. Nghiên cứu về tác động của dân trí tài chính số	12
1.3. Các nghiên cứu về tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính.....	13
1.3.1. Nghiên cứu về sản phẩm công nghệ tài chính	13
1.3.2. Nghiên cứu về nhân tố tác động đến tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính.....	14
1.4. Khoảng trống nghiên cứu	15
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ TỚI TIẾP CẬN SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ TÀI CHÍNH.....	18
2.1. Khái quát về dân trí tài chính số	18
2.1.1. Khái niệm dân trí tài chính số	18
2.1.2. Nội dung và vai trò dân trí tài chính số.....	21
2.1.3. Đo lường dân trí tài chính số.....	25

2.2. Khái quát về sản phẩm công nghệ tài chính	26
2.2.1. Khái niệm công nghệ tài chính	26
2.2.2. Các loại sản phẩm công nghệ tài chính.....	28
2.2.3. Vai trò sản phẩm công nghệ tài chính.....	34
2.3. Tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính.....	35
2.3.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính.....	35
2.3.2. Đo lường tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính	40
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	42
3.1. Thiết kế nghiên cứu	42
3.1.1. Phương pháp nghiên cứu	42
3.1.2. Mẫu nghiên cứu.....	43
3.1.3. Quy trình nghiên cứu	44
3.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu	44
3.3. Phương pháp thu thập dữ liệu.....	45
3.4. Mô tả biến.....	46
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	50
4.1. Đặc điểm đối tượng tham gia khảo sát	50
4.2. Thống kê mô tả	52
4.3. Kết quả phân tích hồi quy	59
CHƯƠNG 5: THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ KHUYẾN NGHỊ.....	62
5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu.....	62
5.2. Một số khuyến nghị	63
5.2.1. Nâng cao hiểu biết tài chính số	63
5.2.2. Phát triển sản phẩm Fintech phù hợp với giới trẻ	63
5.2.3. Tăng cường sự tham gia của nữ giới trong Fintech	64
5.2.4. Hỗ trợ nhóm thu nhập thấp tiếp cận sản phẩm Fintech	65
5.2.5. Phát triển các sản phẩm Fintech cho tình huống khủng hoảng.....	67
KẾT LUẬN	69
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	71
PHỤ LỤC.....	77

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Nguyên nghĩa
1	NHTM	Ngân hàng thương mại
2	ROA	Lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân
3	DFS	Digital financial services (Dịch vụ tài chính số)
4	OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
5	WB	World Bank
6	Fintech	Financial technology (Công nghệ tài chính)

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1-1: Khoảng trống nghiên cứu.....	16
Bảng 3-1: Mô tả biến.....	48
Bảng 4-1: Đặc điểm tuổi và giới tính và đối tượng trả lời khảo sát.....	50
Bảng 4-2: Thông tin chung của đối tượng khảo sát.....	51
Bảng 4-3: Thống kê mô tả dân trí tài chính số.....	53
Bảng 4-4: Thang đo dân trí tài chính số.....	53
Bảng 4-5: Thống kê mô tả tiếp cận sản phẩm Fintech.....	55
Bảng 4-6: Tiếp cận sản phẩm Fintech.....	55
Bảng 4-7: Hệ số tương quan Pearson.....	57
Bảng 4-8: Bảng kết quả hồi quy mô hình ordered probit	59

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Nền kinh tế hiện đại đã ghi nhận số hóa là một động lực cho tăng trưởng sáng tạo, ổn định và cạnh tranh [51]. Sự thâm nhập của công nghệ kỹ thuật số vào các lĩnh vực của đời sống, kinh tế - xã hội tạo ra một sự thay đổi đáng kể về cách thức con người trao đổi thông tin và thực hiện các giao dịch mua bán, thanh toán, đầu tư, ... trên nền tảng kỹ thuật số. Các ngân hàng và tổ chức tài chính đang trải qua quá trình chuyển đổi mạnh mẽ để thích nghi và gia tăng năng lực cạnh tranh trong thời đại kỹ thuật số. Trong bối cảnh công nghệ số đang phát triển nhanh chóng, ngành tài chính cũng không nằm ngoài xu hướng này. Sự ra đời và phát triển của công nghệ tài chính (Fintech) đã tạo ra những cơ hội mới cho cả người tiêu dùng và doanh nghiệp. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa những lợi ích mà Fintech mang lại, người dùng cần có kiến thức tài chính số phù hợp. Trang bị tốt hơn kỹ năng, nhận thức và thái độ tích cực là những điều cần thiết để các cá nhân thực hiện các giao dịch tài chính một cách an toàn, hiệu quả.

Một số nghiên cứu trước đây đã đề cập đến mối quan hệ giữa kiến thức tài chính số và việc áp dụng dịch vụ và sản phẩm Fintech. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều khoảng trống cần được nghiên cứu thêm.

Hai tác giả Hofer và Straub đã tiến hành một nghiên cứu sâu rộng và kết luận rằng kiến thức tài chính số có mối liên hệ trực tiếp và tích cực đến việc cá nhân hóa quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng di động [23]. Nghiên cứu của họ cho thấy rằng những người sở hữu kiến thức tài chính số cao hơn thường tự tin hơn trong việc lựa chọn và sử dụng các sản phẩm tài chính phức tạp, đồng thời giảm thiểu khả năng mắc phải các sai lầm tài chính.

Trong nghiên cứu mang tính đột phá của mình, Lusardi và Mitchell đã nhấn mạnh tầm quan trọng cốt lõi của kiến thức tài chính trong việc giảm thiểu rủi ro khi tham gia vào các hoạt động tài chính liên quan đến công nghệ [37]. Các tác giả đã chỉ ra rằng, một nền tảng kiến thức tài chính vững chắc giúp cá nhân đưa ra các quyết định đầu tư sáng suốt hơn, giảm thiểu khả năng bị lừa đảo và bảo vệ tài sản cá nhân một cách hiệu quả hơn.

Nghiên cứu của Venkatesh và cộng sự đã mở rộng phạm vi phân tích, chỉ ra rằng kiến thức tài chính chỉ là một trong nhiều yếu tố ảnh hưởng đến quyết định áp dụng dịch vụ và sản phẩm công nghệ [69]. Bên cạnh đó, các yếu tố như mức độ tin tưởng vào các nhà cung cấp dịch vụ, chi phí sử dụng, tính dễ sử dụng của giao diện, và thậm chí cả các yếu tố xã hội cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành hành vi của người dùng.

Tại Việt Nam, dân trí tài chính được đề cập trong một số ít các nghiên cứu, và thường tập trung vào hiểu biết tài chính nói chung chứ không phải dân trí tài chính số, hay các nghiên cứu tập trung về giáo dục tài chính hoặc đánh giá tác động của dân trí tài chính lên thu nhập của nhóm đối tượng được khảo sát.

Trong nhóm nghiên cứu về hiểu biết tài chính, nghiên cứu của tác giả Khúc Thế Anh về nghiên cứu về dân trí tài chính của người nghèo tại khu vực nông thôn của Việt Nam đã chỉ ra các yếu tố nhân khẩu học có tác động lớn tới dân trí tài chính của dân cư [29].

Nghiên cứu của Nguyễn Tường Vân và Lê Văn Hình đề cập đến các yếu tố tác động dân trí tài chính và từ đó đưa ra quyết định về hành vi tiết kiệm cá nhân ở Việt Nam [47]. Cụ thể các nhân tố được xác định tác động đến hành vi tiết kiệm cá nhân bao gồm: (i) Các nhân tố nhân khẩu học; (ii) Mức độ độc lập tài chính; (iii) Hiểu biết về tài chính và thái độ tài chính và (iv) các biến liên quan đến hành vi xã hội.

Trong một nghiên cứu khác về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiết kiệm của người dân tại các ngân hàng thương mại (NHTM), các yếu tố cơ bản tác động đến hành vi bao gồm 3 nhóm yếu tố chính là: (i) Nhóm yếu tố về Nhân khẩu học: Giới tính - Tuổi; (ii) Nhóm yếu tố về hiểu biết của người gửi tiền đối với Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam; và (iii) Nhóm yếu tố về hiểu biết của người gửi tiền đến các NHTM bao gồm: tổng tài sản, nợ xấu, tỷ lệ thanh khoản và ROA [48].

Có thể thấy có ít nghiên cứu chuyên sâu tại Việt Nam về dân trí tài chính số và nghiên cứu tác động của dân trí tài chính số tới các quyết định lựa chọn sản phẩm công nghệ tài chính của người dân. Do vậy, đây là một khoảng trống cần được nghiên cứu.

Đặc biệt, tại Hà Nội – trung tâm kinh tế và văn hóa của Việt Nam, việc hiểu rõ cách mà dân trí tài chính số ảnh hưởng đến việc tiếp cận các sản phẩm fintech sẽ cung cấp nền tảng quan trọng cho các chính sách và chiến lược phát triển bền vững. Do đó, tác giả đã quyết định lựa chọn đề tài *“Tác động của dân trí tài chính số tới tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính của người dân tại Hà Nội”* làm đề tài nghiên cứu.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung: Đánh giá tác động của dân trí tài chính số đến tiếp cận sử dụng các sản phẩm công nghệ tài chính của người dân đang sinh sống tại thành phố Hà Nội, từ đó đưa ra một số đề xuất nhằm thúc đẩy việc sử dụng các sản phẩm công nghệ tài chính cho người dân tại Hà Nội. Cụ thể, nghiên cứu sẽ trả lời các câu hỏi sau:

- Nội hàm của dân trí tài chính số là gì và được đo lường như thế nào?
- Dân trí tài chính số có ảnh hưởng đến việc tiếp cận sử dụng các sản phẩm Fintech không? Nếu có, mức độ ảnh hưởng là như thế nào?
- Các yếu tố nào khác có thể ảnh hưởng đến việc tiếp cận sử dụng các sản phẩm Fintech?

3. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để có thể triển khai được mục tiêu nghiên cứu và trả lời các câu hỏi nghiên cứu liên quan được nêu trên, luận văn cần thực hiện các nhiệm vụ nghiên cứu như sau:

Thứ nhất, tổng quan cơ sở lý luận và các nghiên cứu cả thực tiễn và lý thuyết liên quan đến dân trí tài chính số, đo lường dân trí tài chính số, ảnh hưởng của dân trí tài chính số đến tiếp cận sử dụng các sản phẩm Fintech, ảnh hưởng của các nhân tố khác tới tiếp cận sử dụng các sản phẩm Fintech.

Thứ hai, đề xuất mô hình lý thuyết, các giả thuyết nghiên cứu và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Thứ ba, phân tích và thảo luận về kết quả tìm được cũng như hàm ý của kết quả nghiên cứu.

Thứ tư, tổng kết các kết luận rút ra từ nghiên cứu và đưa ra một số đề xuất, gợi ý từ kết quả tìm được.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của luận văn là tác động của dân trí tài chính số tới việc tiếp cận sử dụng sản phẩm công nghệ tài chính của người dân. Đối tượng của điều tra khảo sát là người dân đang sinh sống tại Hà Nội. Trong phạm vi nghiên cứu, tác giả sẽ nghiên cứu về những đối tượng thường trú và tạm trú tại Hà Nội.

Phạm vi nghiên cứu:

Về không gian: luận văn được thực hiện dựa trên việc tổng hợp, phân tích các tài liệu và khảo sát với nhóm đối tượng là người dân đang sinh sống tại Hà Nội.

Về thời gian: nghiên cứu được tiến hành từ tháng 7/2023, và điều tra khảo sát chính thức diễn ra trong khoảng thời gian từ tháng 5 đến tháng 7 năm 2024.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng được sử dụng kết hợp trong luận văn này. Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng nhằm hoàn thiện và bổ sung cơ sở lý luận và thực tiễn về dân trí tài chính số và tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính, đánh giá sự phù hợp của mô hình nghiên cứu, khám phá, lựa chọn và điều chỉnh một số yếu tố đo lường dân trí tài chính số cùng với việc phân tích ảnh hưởng của dân trí tài chính số đến tiếp cận sử dụng sản phẩm công nghệ tài chính của người dân tại Hà Nội và các biến số đo lường liên quan. Phương pháp định lượng được triển khai nhằm kiểm tra độ tin cậy, giá trị của thang đo, đồng thời tìm hiểu các yếu tố trong mô hình nghiên cứu và kiểm định mối quan hệ giữa dân trí tài chính số và tiếp cận sử dụng các sản phẩm công nghệ tài chính của người dân tại Hà Nội.

6. Những đóng góp mới của luận văn

Đóng góp tiên về mặt lý luận: Thứ nhất, nghiên cứu này đóng góp vào việc phát triển lý thuyết về hành vi tiêu dùng tài chính. Bằng cách phân tích mối quan

hệ giữa dân trí tài chính số và quyết định tiếp cận sử dụng sản phẩm Fintech, nghiên cứu có thể cung cấp những hiểu biết mới về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng tài chính của người dân. Thứ hai, nghiên cứu này góp phần vào việc phát triển lý thuyết về công nghệ tài chính. Bằng cách khám phá tác động của dân trí tài chính số đến việc tiếp cận sản phẩm Fintech của người dùng, nghiên cứu có thể cung cấp những thông tin hữu ích để đánh giá hiệu quả của các sáng kiến Fintech và định hướng phát triển của ngành này.

Đóng góp mới về mặt thực tiễn: Nghiên cứu này có ý nghĩa quan trọng đối với cả người tiêu dùng, doanh nghiệp và các nhà hoạch định chính sách. Đối với người tiêu dùng, nghiên cứu sẽ giúp họ hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của kiến thức tài chính số và cách thức sử dụng các sản phẩm Fintech một cách hiệu quả. Đối với doanh nghiệp, nghiên cứu sẽ cung cấp thông tin hữu ích để phát triển các sản phẩm và dịch vụ Fintech phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Đối với các nhà hoạch định chính sách, nghiên cứu sẽ giúp họ đưa ra các chính sách khuyến khích việc áp dụng Fintech và nâng cao kiến thức tài chính số của người dân.

7. Nội dung

Luận văn bao gồm: Phần mở đầu, kết luận, phụ lục, danh mục tài liệu tham khảo, và nội dung của đề tài có 05 chương sau:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu về dân trí tài chính số và sản phẩm công nghệ tài chính

Chương 2: Cơ sở lý luận về tác động của dân trí tài chính số tới tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu

Chương 4: Kết quả nghiên cứu

Chương 5: Thảo luận kết quả nghiên cứu và khuyến nghị

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ HÀNH VI TÀI CHÍNH VÀ SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP TÀI CHÍNH

1.1. Các nghiên cứu về hành vi tài chính

Lý thuyết về hành vi tài chính có liên quan trực tiếp đến một số cơ sở về hành vi của con người đã được thực hiện trong quá khứ bao gồm: (i) Lý thuyết về phát triển con người [5 - 22], (ii) Xã hội hóa người tiêu dùng [27] và (iii) Hành vi có kế hoạch [4]. Đây là những lý thuyết và nghiên cứu ban đầu được sử dụng làm nền tảng để xây dựng và phát triển khung lý thuyết về việc phân tích sự hình thành các hành vi tài chính của người dân và người trẻ tuổi (từ 30 tuổi trở xuống).

Đồng thời trong một số các nghiên cứu trên, các nhân tố có tác động đến hành vi tài chính của người dân, đặc biệt là những người trẻ tuổi dưới 30 tuổi bao gồm: (i) các yếu tố xã hội hóa như: gia đình, bạn bè; (ii) giáo dục tài chính; (iii) kết hợp với các yếu tố nhân khẩu học - ảnh hưởng đến thái độ, giá trị và kiến thức của về tài chính và hành vi tài chính. Tại nghiên cứu của Xiao năm 2007 về hành vi tài chính, tác giả cũng đưa ra thêm 2 nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tài chính của người trẻ tuổi đó là chất lượng hưởng thụ cuộc sống và hoạt động giáo dục tài chính trong các trường trung học [72].

Trong khi đó, lý thuyết và nghiên cứu về hành vi tài chính của Việt Nam hiện tại ở Việt Nam chủ yếu vẫn tập trung trong từng lĩnh vực chuyên biệt như đầu tư chứng khoán của nhà đầu tư. Có thể kể đến đến “*Nghiên cứu về lý thuyết tài hành vi đối với nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán*” của Cao Minh Tiến [9]; “*Nghiên cứu hành vi của nhà đầu tư trên sản chứng khoán*” của Huỳnh Thanh Nhã [26]. Như vậy có thể thấy hiện tại ở Việt Nam, khái niệm và nghiên cứu về hành vi tài chính chủ yếu vẫn được hiểu theo nghĩa rất hẹp đó là những ảnh hưởng và thành kiến của tâm lý tác động như thế nào đến quyết định của nhà đầu tư. Đối với hành vi tài chính, các nghiên cứu của Việt Nam đang chủ yếu tập trung sâu vào trong lĩnh vực ra quyết định đầu tư chứ không nghiên cứu rộng liên quan đến hành vi ra quyết định để sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính nói chung và có tính chất phổ biến cho người dân.

1.2. Các nghiên cứu về dân trí tài chính số

1.2.1. Nghiên cứu về dân trí tài chính

Theo cứu của ADBI năm 2017 và OECD năm 2016 chỉ ra rằng trình độ dân trí về tài chính và các yếu tố khác có tác động tích cực đến hành vi tiết kiệm cá nhân tại các nước có thu nhập cao [2, 50]. Tuy nhiên, tại các nước có mức thu nhập trung bình thấp hay thu nhập thấp, có rất ít nghiên cứu về nó. Cũng theo nghiên cứu này, chỉ số dân trí tài chính và chỉ số tài chính toàn diện ở Việt Nam hiện còn ở mức rất thấp so với các nước thu nhập cao, còn tình hình sử dụng các công cụ tiết kiệm chính thức cũng ở mức độ khá thấp [2].

Khi nghiên cứu về dân trí tài chính (hay còn gọi là “hiểu biết tài chính”) đã được đề cập trong nhiều nghiên cứu, với hàm ý rộng hơn là “năng lực quản lý tài chính cá nhân” của mỗi thành viên trong xã hội. Các tác giả có đóng góp lớn cho sự cải thiện định nghĩa này phải kể đến như Hogarthe năm 2002, Remund năm 2010, Lusardi và Mitchell năm 2014, OECD/INFE năm 2016 [24, 37, 50]. Các nghiên cứu liên quan cũng chỉ ra rằng trình độ dân trí tài chính được xác lập bởi kinh nghiệm, kiến thức chuyên môn, và nhu cầu của cá nhân, và có ảnh hưởng tích cực đến sự tham gia của cá nhân vào thị trường dịch vụ tài chính [24].

Từ tổng quan các nghiên cứu quốc tế, có thể khái quát một số kết quả liên quan đến nghiên cứu về dân trí tài chính cụ thể như sau::

- **Thứ nhất:** “Dân trí về tài chính” hàm ý khả năng của cá nhân có kiến thức và chắc chắn trong tiết kiệm, chi tiêu, lập kế hoạch tài chính và phản ánh bằng tình hình tài chính cá nhân [24]; phán quyết một cách có hiểu biết và ra các quyết định hiệu quả liên quan đến việc sử dụng và quản lý đồng tiền hay tài chính cá nhân [61]; khả năng trong xử lý thông tin kinh tế và dựa trên cơ sở thông tin để ra các quyết định về kế hoạch tài chính, tích lũy tài sản, vay nợ và quỹ hưu trí cá nhân [37]; Đo lường mức độ hiểu biết các khái niệm cơ bản về tài chính và có khả năng cùng sự tự tin để quản lý tài chính cá nhân thông qua việc ra các quyết định hợp lý trong ngắn hạn một cách có cơ sở, lập kế hoạch tài chính dài hạn, đồng thời sống có trách nhiệm hay quan tâm tới cuộc sống và các thay đổi về điều kiện kinh tế [58].

- **Thứ hai:** “Dân trí về tài chính” cần được tiếp cận trên phương diện năng lực con người trong hoạt động tài chính cá nhân. Theo đó, nó không chỉ hàm ý kiến thức đơn thuần mà bao gồm cả thái độ, hành vi và các kỹ năng liên quan. Cũng theo cách tiếp cận này, quyết định và áp dụng kiến thức, kỹ năng tài chính vào các quy trình thực tế là quan trọng và cần được cải thiện trên phương diện một quốc gia.

- **Thứ ba:** “Dân trí về tài chính” là sự kết hợp giữa nhận thức, kiến thức, kỹ năng, thái độ và hành vi cần thiết cho các quyết định tài chính lành mạnh và cuối cùng đạt được mục tiêu phúc lợi tài chính cá nhân; và tác động đến kinh tế vĩ mô khi một quốc gia cải thiện tiết kiệm trong nước bằng khuyến khích tiết kiệm dựa trên nâng cao dân trí về tài chính từ mỗi cá nhân [39].

Ở Việt Nam, chưa có một nghiên cứu chính thức dưới dạng đề tài cấp khoa học về dân trí tài chính, trong khi đó các nghiên cứu chủ yếu vẫn nằm ở việc kế thừa và ứng dụng một số nghiên cứu quốc tế vào trong điều kiện thực tiễn của Việt Nam. Đáng kể phải nói đến nghiên cứu: *“Hành vi người gửi tiền và các yếu tố tác động đến hành vi người gửi tiền trong hệ thống ngân hàng Việt Nam”* trong đó nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định gửi tiền tiết kiệm của người dân tại hệ thống Ngân hàng thương mại [48]. Trong đó tác giả chỉ tập trung vào các yếu tố cơ bản bao gồm 3 nhóm yếu tố chính là:

- (i) Nhóm yếu tố về Nhân khẩu học: Giới tính - Tuổi
- (ii) Nhóm yếu tố về hiểu biết của người gửi tiền đối với Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam
- (iii) Nhóm yếu tố về hiểu biết của người gửi tiền đến các NHTM bao gồm: tổng tài sản, nợ xấu, tỷ lệ thanh khoản và ROA.

Bên cạnh đó là nghiên cứu *“Tác động của dân trí về tài chính đến hành vi tiết kiệm cá nhân ở Việt Nam”* do Nguyễn Tường Vân và Lê Văn Hình thực hiện năm 2019 [46]. Trong nghiên cứu này, hai tác giả đề cập đến các yếu tố tác động dân trí tài chính và từ đó đưa ra quyết định về hành vi tiết kiệm cá nhân ở Việt Nam. Cụ thể các nhân tố được xác định tác động đến hành vi tiết kiệm cá nhân bao gồm: (i) Các nhân tố nhân khẩu học; (ii) Mức độ độc lập tài chính; (iii) Hiểu biết về tài chính và thái độ tài chính và (iv) các biến liên quan đến hành vi xã hội.

Như vậy có thể thấy các nghiên cứu về liên quan đến dân trí tài chính hiện nay của Việt Nam vẫn chỉ tập trung vào các tác động đến việc sử dụng một sản phẩm dịch vụ tài chính cụ thể mà ở đây là hoạt động tiết kiệm của người dân tại hệ thống các tổ chức tín dụng. Trong khi đó các tổ chức tín dụng của Việt Nam theo Luật các Tổ chức tín dụng 2010 được cung cấp 3 nhóm sản phẩm dịch vụ tài chính bao gồm: Tiết kiệm, cho vay và thanh toán qua tài khoản. Như vậy các nghiên cứu tại Việt Nam chưa mang tính phổ quát đại diện cho toàn bộ hệ thống tài chính ngân hàng tại Việt Nam. Đồng thời các nghiên cứu về dân trí tài chính tại Việt Nam hiện tại vẫn chưa bao gồm các nghiên cứu về dân trí tác động đến việc sử dụng các tài sản tài chính số hay sản phẩm tài chính có ứng dụng công nghệ cao.

1.2.2. Nghiên cứu về tài chính số và dân trí tài chính số

Đối với nghiên cứu về tài chính số, hiện tại Việt Nam các nghiên cứu chủ yếu mới chỉ tập trung vào việc phát triển hệ sinh thái số hoặc hoàn thiện khuôn khổ pháp lý cho khu vực tài chính số. Nguyên nhân là do việc áp dụng các giải pháp công nghệ số vào lĩnh vực tài chính, ngân hàng trong thời gian qua đã giúp tạo ra các dịch vụ tài chính tốt hơn, tiện ích hơn với chi phí sử dụng thấp hơn, mang lại những trải nghiệm thú vị hơn cho khách hàng so với các dịch vụ tài chính, ngân hàng truyền thống và đang trở thành xu hướng chủ đạo trong những thập niên tới. Tuy nhiên, đây là lĩnh vực còn khá mới mẻ không chỉ tại Việt Nam mà còn trên toàn thế giới.

Tại Việt Nam, đến nay chưa có một nghiên cứu chuyên sâu thực sự về lĩnh vực tài chính số, đặc biệt là các nghiên cứu liên quan đến thực trạng triển khai hoạt động tài chính số tại Việt Nam.

Những nghiên cứu đã tiến hành trước đó chủ yếu tập trung vào một hoặc một số lĩnh vực cụ thể của Fintech và phân tích thiếu hụt về cơ sở pháp lý của các lĩnh vực này, có thể kể đến như:

- Báo cáo nghiên cứu về một số nội dung cơ bản của lĩnh vực Fintech của Cơ quan Thường trực Ban Chỉ đạo Fintech – Vụ Thanh toán NHNN.
- Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng tại Việt Nam – Vụ Thanh toán NHNN;

- Kinh nghiệm quốc tế trong quản lý Bitcoin và các loại tiền ảo khác – Định hướng chính sách đối với Việt Nam – Vụ Pháp chế NHNN;

- Nghiên cứu quản lý hoạt động huy động vốn và cho vay ngang hàng (P2P Lending) trên nền tảng công nghệ cao – Vụ Chính sách tiền tệ NHNN;

- Giải pháp phát triển nhận biết khách hàng điện tử (e-KYC) trong các dịch vụ tài chính – ngân hàng tại Việt Nam – Trung tâm thông tin tín dụng Quốc gia Việt Nam (CIC);

- Nghiên cứu xây dựng Bộ quy tắc hướng dẫn giao diện lập trình ứng dụng mở (Open API) trong ngành Ngân hàng tại Việt Nam – Cục Công nghệ thông tin NHNN.

Như vậy có thể kết luận chung rằng lĩnh vực tài chính số vẫn là một lĩnh vực khá mới mẻ tại Việt Nam, hiện tại bản thân các cơ quan quản lý, đơn vị nghiên cứu và các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính số vẫn chủ yếu tập trung vào việc nghiên cứu vấn đề xây dựng khung pháp lý, các quy định về thử nghiệm và môi trường pháp lý phù hợp để cho phép ứng dụng các sản phẩm tài chính số phù hợp.

Trong khi đó đối với lĩnh vực dân trí tài chính số thì đây là một lĩnh vực hoàn toàn mới mẻ, đối với các nghiên cứu trong nước hoàn toàn chưa có những nghiên cứu cụ thể liên quan đến dân trí tài chính số. Trong khi đó bản thân các nghiên cứu liên quan đến dân trí chủ yếu tập trung vào điều tra khảo sát của một số tổ chức quốc tế tại Việt Nam như WB và ADB. Cụ thể có thể thấy, trong báo cáo điều tra khảo sát của WB năm 2017 của WB về việc tiếp cận dịch vụ tài chính cho cá nhân và dân cư có điều tra về mức độ hiểu biết của người dân đối với một số sản phẩm tài chính số cụ thể như ví điện tử, Mobile Money, Mobile Banking.

Năm 2020, ADB cũng có làm một nghiên cứu về Fintech và dân trí tài chính tại Việt Nam, theo đó kết quả điều tra khảo sát của ADB chủ yếu tập trung vào việc người dân ở Việt Nam có hiểu biết thế nào đến các sản phẩm tài chính bao gồm: cho vay số, huy động tiết kiệm số, thanh toán số, bảo hiểm số, và tư vấn tài chính số [43]. Đồng thời dựa trên kết quả khảo sát, ADB cũng xây dựng một mô

hình hồi quy tuyến tính về tác động của dân trí tài chính đến sự hiểu biết về các dịch vụ tài chính số.

Kết luận: Như vậy Việt Nam chưa hề có một nghiên cứu tổng thể nào liên quan đến dân trí tài chính và tài chính số, đặc biệt là các nghiên cứu liên quan đến việc người dân sử dụng và ra các quyết định sử dụng dịch vụ tài chính số. Các nghiên cứu hiện tại mới chỉ xoay quanh khung pháp lý cho lĩnh vực tài chính số và hiểu biết của người dân về lĩnh vực tài chính số.

1.2.3. Nghiên cứu về nhân tố tác động dân trí tài chính số

Đối với các nghiên cứu về nhân tố tác động dân trí tài chính số hiện tại vẫn chỉ tập trung vào các nghiên cứu quốc tế, trong khi đó tại Việt Nam vẫn chưa có các nghiên cứu cụ thể liên quan về các nhân tố tác động đến dân trí tài chính số hay trình độ hiểu biết của dân trí tài chính số. Nguyên nhân chính là vì các lý do sau:

- **Thứ nhất:** Khái niệm dân trí tài chính số hay hiểu biết tài chính số hiện tại ở Việt Nam vẫn chưa được cụ thể hóa và được pháp lý hóa. Vì vậy hiện tại ở Việt Nam mới chỉ công nhận về khái niệm hiểu biết tài chính và được thực hiện thông qua điều tra khảo sát về tài chính toàn diện do WB thực hiện 3 năm/lần tại các quốc gia trên thế giới.

- **Thứ hai:** Hiện tại Việt Nam cũng chưa có khung pháp lý hay sách trắng hướng dẫn cho hoạt động tài chính số cụ thể. Trong khi đó theo Nghị định thay thế Nghị định 101/2012/NĐ-CP của Chính Phủ về thanh toán không dùng tiền mặt hiện vẫn chưa được thông qua. Trong đó có quy định về cơ chế thử nghiệm đối với khung pháp lý cho hoạt động công nghệ tài chính và tài chính số. Chính vì vậy nên chưa thể có một chương trình cụ thể, điều tra nghiên cứu đối để đo lường mức độ hiểu biết của người dân về dân trí tài chính số.

- **Thứ ba:** Kinh phí điều tra khảo sát cho một cuộc điều tra khảo sát trên quy mô toàn quốc là rất lớn, phải do các tổ chức quốc tế hoặc cơ quan nhà nước có thẩm quyền mới đủ năng lực thực hiện. Nhưng hiện tại chương trình điều tra khảo sát của OECD, WB mới chỉ coi dân trí tài chính là một phần của hoạt động tài chính toàn diện mà chưa coi đó là một chương trình riêng và cần phải thực

hiện điều tra khảo sát riêng biệt. Còn đối với Tổng cục Thống kê đến năm 2024 mới bắt đầu thực hiện cuộc điều tra khảo sát quy mô lớn về dân trí tài chính số.

Đối với các nghiên cứu quốc tế liên quan đến các nhân tố tác động đến dân trí tài chính số có thể nhắc đến một số nghiên cứu như sau:

- Theo báo cáo của OECD/G20 năm 2020 về phục hồi tài chính và chuyển đổi hiểu biết tài chính số có cho thấy một số nhân tố tác động đến dân trí tài chính số của các quốc gia trong giai đoạn Covid 2020 đó là: (i) Các chương trình giáo dục tài chính số; (ii) Sự can thiệp của Chính phủ và các cơ quan Nhà nước trong việc cung cấp các chương trình giáo dục tài chính số thông qua nền tảng điện tử ; (iii) Việc tiếp cận và sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính do các tổ chức tài chính chính thức cung cấp trên nền tảng số và (iv) Các chiến dịch tuyên truyền về sản phẩm tài chính số do các tổ chức tài chính cung cấp.

- Đồng thời theo Cuộc điều tra khảo sát của về kỹ năng của người trưởng thành được thực hiện bởi OECD năm 2019 nằm trong chương trình Đánh giá Quốc tế về năng lực người trưởng thành (PIAAC) của OECD, (i) tiêu chuẩn về kiến thức kỹ thuật số như: khả năng giải quyết vấn đề trong môi trường công nghệ, khả năng tìm hiểu về sản phẩm công nghệ và kỹ thuật số; (ii) sự cung cấp thông tin về kỹ thuật số trên môi trường truyền thông và mạng Internet; (iii) hiểu biết tài chính là 3 nhân tố chính tác động đến dân trí tài chính số của người dân.

Như vậy có thể thấy, đối với các nghiên cứu quốc tế hiện tại cũng chưa xây dựng được khung lý thuyết cơ bản về các nhân tố tác động trực tiếp đến tài chính số của người dân mà vẫn chỉ tập trung vào việc điều tra khảo sát và xác định một số nhân tố định tính, định lượng có liên quan đến dân trí tài chính số của người dân. Bởi khái niệm dân trí tài chính số vẫn là khái niệm mới và đang trong quá trình phát triển.

1.2.4. Nghiên cứu về tác động của dân trí tài chính số

Đối với nghiên cứu về tác động của dân trí tài chính số đến các quyết định tài chính của người dân, hiện tại vẫn chỉ dừng lại ở mức đánh giá hiểu biết tài chính số đến một số hành vi tài chính số của người dân như nghiên cứu tác động của dân trí tài chính số có thể thấy một số nghiên cứu như sau:

- Theo nghiên cứu của Khúc thể Anh năm 2020 về các nhân tố tác động đến mức độ hiểu biết tài chính của người dân khu vực nông thôn đã đưa ra các tác động của hiểu biết tài chính số của người dân ảnh hưởng cụ thể đến các hoạt động sau đây: (i) Hiểu biết tài chính nói chung; (ii) Hành vi tài chính và (iii) Thái độ tài chính [29].

- Trong khi đó, theo nghiên cứu của Yan Shen, Wenxiu Hu and C. James Hueng năm 2018 về các tác động của dân trí tài chính, sử dụng các sản phẩm tài chính số và sử dụng Internet lên tài chính toàn diện ở Trung Quốc đã đi đến kết luận: dân trí tài chính số có tác động tích cực làm gia tăng số lượng người sử dụng các sản phẩm tài chính qua Internet như Internet Banking, E-wallet hay Mobile Money tại Trung Quốc [63]. Đồng thời dân trí tài chính số cũng có tác động tích cực đến việc tiếp cận các sản phẩm tài chính công nghệ cao của người dân và chiến lược phát triển tài chính toàn diện của các chính phủ Trung Quốc. Đồng thời dân trí tài chính số cũng làm gia tăng số lượng người sử dụng Internet trên toàn quốc tại Trung Quốc

Đây là hai trong số các nghiên cứu điển hình về dân trí tài chính số, tuy nhiên đặc điểm chung của các nghiên cứu điển hình này đó chính là đều chưa có một khái niệm dân trí tài chính số chính thức mà đa số đều được sử dụng qua các khái niệm trung gian như dân trí tài chính số được xác định bằng dân trí tài chính nói chung và tỷ lệ người trưởng thành có sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính số.

1.3. Các nghiên cứu về tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính

1.3.1. Nghiên cứu về sản phẩm công nghệ tài chính

Đối với các nghiên cứu về sản phẩm công nghệ tài chính có thể khẳng định như sau: hiện tại ở Việt Nam chưa có nghiên cứu cụ thể về sản phẩm công nghệ tài chính hoặc các sản phẩm tài chính có ứng dụng công nghệ cao. Mặc dù khái niệm Fintech (công nghệ tài chính) đã được tiếp nhận và phát triển ở Việt Nam trong vòng 5 năm trở lại đây. Tuy nhiên rào cản lớn nhất cho việc phát triển công nghệ tài chính tại Việt Nam đó là các cơ quan quản lý nhà nước chưa xây dựng được khung pháp lý hoàn chỉnh hoặc cơ chế thử nghiệm cho các sản phẩm công nghệ tài chính. Chính vì vậy cũng chưa có các khái niệm chuẩn xác cho các

sản phẩm công nghệ tài chính. Hiện tại vẫn còn sự tranh cãi rất lớn giữa việc định nghĩa thế nào là sản phẩm công nghệ tài chính, liệu các sản phẩm công nghệ tài chính này có bao gồm các sản phẩm dịch vụ ngân hàng được sử dụng trên môi trường Internet hay không. Trong giai đoạn sắp tới, Chính Phủ đang trong giai đoạn hoàn thiện dự thảo Nghị định thay thế Nghị định 101/2012/NĐ-CP sẽ bao gồm cả cơ chế thử nghiệm (sandbox) cho các sản phẩm về công nghệ tài chính. Do đó các nghiên cứu cụ thể tại Việt Nam về các nhóm sản phẩm công nghệ tài chính hiện tại mới chỉ tập trung chủ yếu vào hệ sinh thái công nghệ tài chính bao gồm các nghiên cứu cụ thể sau:

- Nghiên cứu về hoàn thiện khuôn khổ pháp lý cho hoạt động của các công ty Fintech tại Việt Nam. Trong đó Chính Phủ, cơ quan quản lý nhà nước đóng vai trò thiết lập và ban hành một môi trường pháp lý (cơ chế, chính sách và môi trường đầu tư kinh doanh).

- Các tổ chức tài chính bao gồm các ngân hàng, định chế tài chính sẽ đóng vai trò cung cấp các nền tảng sản phẩm, dịch vụ tài chính, thúc đẩy đổi mới sáng tạo thông qua việc hợp tác giữa các Fintech và Ngân hàng

- Các công ty khởi nghiệp Fintech đóng vai trò là nhà phát triển, cung cấp cho Hệ sinh thái các giải pháp tài chính dựa trên công nghệ đột phá và sáng tạo, hoặc đầu tư nghiên cứu để tìm kiếm mô hình kinh doanh mới

- Các Quỹ đầu tư mạo hiểm hay nhà đầu tư đóng vai trò thúc đẩy kinh doanh cho các công ty khởi nghiệp, doanh nghiệp Fintech.

Do đó Việt Nam chưa tập trung vào các sản phẩm công nghệ tài chính mà các nghiên cứu chủ yếu vẫn đang tập trung vào xây dựng hệ sinh thái Fintech. Đồng thời do Việt Nam chủ yếu vẫn là nước đi sau về công nghệ tài chính vì vậy các sản phẩm Fintech ở Việt Nam chủ yếu là do nhập khẩu công nghệ từ nước ngoài chứ chưa có nhiều nhân tố mang tính khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo do đó cũng ít có các nghiên cứu cụ thể về sản phẩm Fintech.

1.3.2. Nghiên cứu về nhân tố tác động đến tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính

Đối với các nghiên cứu liên quan đến việc tiếp cận các sản phẩm công nghệ tài chính hiện tại Việt Nam vẫn sử dụng các kết quả điều tra khảo sát quốc tế của

OECD được tiến hành tại Việt Nam [54]. Trong đó nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào việc người trưởng thành (người từ 15 tuổi trở lên) có thể tiếp cận với các sản phẩm tài chính công nghệ cao bao gồm: ví điện tử, Mobile Money, Mobile banking hoặc một số sản phẩm công nghệ tài chính khác như P2P Lending, Gọi vốn cộng đồng (CrowdFunding). Tuy nhiên do một số sản phẩm hiện tại ở Việt Nam chưa có khung pháp lý quy định, vì vậy các nghiên cứu chỉ dừng ở mức đánh giá mức độ hiểu biết thông tin của người trưởng thành hoặc việc sử dụng các sản phẩm công nghệ tài chính này ở thị trường phi chính thức như các sản phẩm Bitcoin, P2Plending trên nền tảng nước ngoài chứ không xác định sử dụng chính thức tại Việt Nam.

Vì vậy các nghiên cứu này chủ yếu mới chỉ đánh giá các nhân tố tác động đến việc tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính thông qua 3 nhóm nhân tố chính:

- Nhóm nhân tố về nhân khẩu học bao gồm: độ tuổi, giới tính, tình trạng hôn nhân, nghề nghiệp.

- Nhóm nhân tố liên quan đến việc tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ công nghệ tài chính bằng cách chính thức và phi chính thức bao gồm: tiếp cận với điểm cung ứng dịch vụ tài chính chính thức (điểm vật lý như chi nhánh, phòng giao dịch, ATM, Kios Banking), tình trạng kết nối Internet, tình trạng có sở hữu điện thoại thông minh.

- Nhóm nhân tố liên quan đến hiểu biết tài chính bao gồm các nhân tố về niềm tin vào các tổ chức tài chính, hiểu biết về các sản phẩm tài chính chính thức, hiểu biết về các sản phẩm tài chính công nghệ cao.

1.4. Khoảng trống nghiên cứu

Như vậy từ những nghiên cứu đã được tổng hợp trên, có thể phân loại các nghiên cứu về dân trí tài chính, dân trí tài chính số tại Việt Nam và quốc tế thành những nhóm cụ thể với các đặc điểm sau:

Bảng 1-1: Khoảng trống nghiên cứu

Phân loại nghiên cứu	Kết quả đầu ra	Khoảng trống nghiên cứu
Dân trí tài chính	- Các nghiên cứu hiện nay của Việt Nam vẫn chỉ tập trung vào các tác động đến việc sử dụng một sản phẩm dịch vụ tài chính cụ thể mà ở đây là hoạt động tiết kiệm của người dân tại hệ thống các tổ chức tín dụng. - Chưa có các nghiên cứu cụ thể về dân trí tài chính đối với các sản phẩm dịch vụ tài chính công nghệ cao	Từ những nghiên cứu trên có thể thấy khoảng trống nghiên cứu của Việt Nam sẽ bao gồm các khoảng trống sau: - Chưa xây dựng một khung lý thuyết cụ thể về dân trí tài chính và dân trí tài chính số - Chưa có nghiên cứu, kết quả phân tích định lượng về các nhân tố tác động đến dân trí tài chính số
Dân trí tài chính số	- Chưa xây dựng được khung lý thuyết cơ bản về các nhân tố tác động trực tiếp đến tài chính số của người dân mà vẫn chỉ tập trung vào việc điều tra khảo sát và xác định một số nhân tố định tính, định lượng có liên quan đến dân trí tài chính số của người dân.	- Chưa có nghiên cứu về dân trí tài chính số tác động đến việc phát triển và sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính số bao gồm: quyết định sử dụng dịch vụ, tần suất sử dụng dịch vụ tại Việt Nam
Các tác động của dân trí tài chính số	Các nghiên cứu điển hình trong lĩnh vực này đều chưa có một khái niệm dân trí tài chính số chính thức mà đa số đều được sử dụng qua các khái	Như vậy đây là 3 khoảng trống nghiên cứu lớn có thể thấy trong các nghiên cứu về dịch vụ tài chính số. Do đó ở nghiên

	niệm trung gian như dân trí tài chính số được xác định bằng dân trí tài chính nói chung và tỷ lệ người trưởng thành có sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính số	cứu này, tác giả sẽ cố gắng xây dựng một số khái niệm về dân trí tài chính số, trên cơ sở đó xây dựng giả thuyết về các tác động của dân trí tài chính số tới việc tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính và kiểm định giả thuyết thông qua điều tra khảo sát khoảng 200 mẫu thực hiện tại Hà Nội do chính tác giả điều tra. Từ đó rút ra một số kết luận về mô hình và đề xuất một số giải pháp để nâng cao dân trí tài chính số cũng như khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính số cho Việt Nam.
Công nghệ tài chính	Việt Nam chưa tập trung vào các sản phẩm công nghệ tài chính mà các nghiên cứu chủ yếu vẫn đang tập trung vào xây dựng hệ sinh thái Fintech. Đồng thời do Việt Nam chủ yếu vẫn là nước đi sau về công nghệ tài chính vì vậy các sản phẩm Fintech ở Việt Nam chủ yếu là do nhập khẩu công nghệ từ nước ngoài chứ chưa có nhiều nhân tố mang tính khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo do đó cũng ít có các nghiên cứu cụ thể về sản phẩm Fintech	
Các nhân tố tác động đến dân trí tài chính số	Các nghiên cứu này chủ yếu mới chỉ đánh giá các nhân tố tác động đến việc tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính thông qua 3 nhóm nhân tố chính: (i) Nhân khẩu học, (ii) Tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính; (iii) Dân trí tài chính nói chung	

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TÁC ĐỘNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ TỚI TIẾP CẬN SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ TÀI CHÍNH

2.1. Khái quát về dân trí tài chính số

2.1.1. *Khái niệm dân trí tài chính số*

Ở chương này, trước khi nghiên cứu về khái niệm của dân trí tài chính ta cần phải hiểu về khái niệm dân trí tài chính hay hiểu biết tài chính và khái niệm tài chính số theo thông lệ quốc tế.

Dân trí tài chính hay hiểu biết tài chính cho đến nay vẫn chưa có một định nghĩa chung và thống nhất và thường được điều chỉnh và thay đổi tùy thuộc vào từng nghiên cứu, chương trình triển khai của mỗi tổ chức quốc tế hoặc quốc gia. Tuy nhiên theo OECD, có thể định nghĩa khái niệm “hiểu biết tài chính”¹ như sau:

Hiểu biết tài chính được định nghĩa là tổng hợp nhận thức, kiến thức, kỹ năng, thái độ và hành vi tài chính cần thiết để có thể đưa ra các quyết định tài chính lành mạnh và cuối cùng đạt được lợi ích tài chính [49]. Như vậy, hiểu biết tài chính có thể coi là kết quả của giáo dục tài chính. Nhờ giáo dục tài chính, con người mới có hiểu biết tài chính. Thông qua hiểu biết tài chính, giáo dục tài chính thể hiện vai trò quan trọng đối với việc thúc đẩy tài chính toàn diện ở mỗi quốc gia.

Bên cạnh đó, để có thể đánh giá về hiểu biết tài chính số (hay dân trí tài chính số) cũng cần phải có khái niệm về dịch vụ tài chính số.

Theo báo cáo của G20/OECD INFE năm 2018 về hoạt động giáo dục tài chính và bảo vệ người tiêu dùng tài chính cho tất cả mọi người trong thời đại kỹ thuật số, thuật ngữ “Dịch vụ tài chính số” (Digital Financial Services – DFS): có thể hiểu là tất cả các hoạt động tài chính sử dụng công nghệ kỹ thuật số bao gồm:

¹ Bắt đầu từ đoạn này trở đi, nghiên cứu sẽ sử dụng thuật ngữ “hiểu biết tài chính” với ý nghĩa là dân trí tài chính

tiền điện tử, dịch vụ tài chính trên thiết bị di động, dịch vụ tài chính trực tuyến, i-teller và dịch vụ ngân hàng không chi nhánh cho dù thông qua các ngân hàng hay các tổ chức tài chính phi ngân hàng [51]. Như vậy có thể thấy DFS có thể bao gồm nhiều loại giao dịch tiền tệ khác nhau như: gửi tiền, rút tiền, nhận tiền từ các sản phẩm và dịch vụ tài chính bao gồm: thanh toán, tín dụng, tiết kiệm, hưu trí và bảo hiểm. Đồng thời DFS cũng có thể bao gồm các dịch vụ phi giao dịch tiền tệ như: truy vấn thông tin tài chính cá nhân thông qua các thiết bị kỹ thuật số.

Theo định nghĩa của Hiệp hội đối tác toàn cầu về Tài chính toàn diện (GPFI) về “dịch vụ tài chính số” bao gồm: *các sản phẩm và dịch vụ tài chính là: bao thanh toán, chuyển khoản, tiết kiệm, tín dụng, bảo hiểm, chứng khoán, lập kế hoạch tài chính và báo cáo tài khoản. Những sản phẩm dịch vụ tài chính này được phân phối thông qua các kênh kỹ thuật số/kênh điện tử như tiền điện tử (bắt đầu từ tài khoản trực tuyến hoặc ứng dụng trên điện thoại di động), thẻ thanh toán và tài khoản ngân hàng thông thường.*

Như vậy có thể thấy cùng với sự phát triển của các dịch vụ tài chính số (DFS), khái niệm về DFS cũng ra đời để phục vụ cho hoạt động quản lý tài chính của các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức và định chế tài chính trên toàn thế giới. Khái niệm này cũng cho thấy cần phải có một khái niệm mới đó là “hiểu biết tài chính số”. Bởi hiểu biết tài chính hiện nay đã không chỉ gói gọn trong các kiến thức tài chính thông thường được dạy tại các chương trình đại học và trung học phổ thông nữa mà phải gắn liền với quá trình phát triển của các nền tảng công nghệ tài chính (Fintech) đang ngày càng thay đổi nhanh chóng và phát triển mạnh mẽ trên toàn thế giới.

Để phù hợp với quá trình phát triển trên, báo cáo của OECD/G20 năm 2018 đã đưa ra các hướng dẫn tiêu chuẩn về ý nghĩa và việc cần thiết của chính sách giáo dục tài chính cũng như hiểu biết tài chính trong lĩnh vực tài chính số [51]. Mục tiêu của hướng dẫn OECD năm 2020 nhằm cung cấp các định hướng chính sách quốc tế đến các nhà hoạch định chính sách cũng như các bên liên quan khác (bao gồm cả khu vực tư nhân) một hướng dẫn chung về hiểu biết tài chính số nhằm đảm bảo các mục tiêu sau:

- Thứ nhất: đảm bảo các cơ quan quản lý nhà nước và các nhà hoạch định chính sách tại các quốc gia nhận thức rõ được các cơ hội và thách thức cụ thể đối với người tiêu dùng tài chính (bao gồm cả khách hàng cá nhân và doanh nghiệp) tiếp tục được tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính.

- Thứ hai: sách trắng để hướng dẫn việc xây dựng khung pháp lý, chính sách công đối với sự phát triển của DFS cho khu vực kinh tế tư nhân (người dân và doanh nghiệp). Đồng thời nâng cao hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tài chính (từ phía các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức tài chính - hay gọi là bên cung cấp dịch vụ) và nâng cao kiến thức, kỹ năng tài chính, thái độ của người tiêu dùng khi sử dụng các dịch vụ tài chính (người tiêu dùng tài chính hay gọi là bên cầu sử dụng dịch vụ).

- Thứ ba: hỗ trợ việc đưa các chương trình giáo dục tài chính liên quan đến DFS vào các chiến lược quốc gia hoặc phát triển và hỗ trợ các sáng kiến chiến lược có liên quan.

- Thứ tư: Đảm bảo rằng giáo dục tài chính phù hợp được cung cấp cho người tiêu dùng các dịch vụ tài chính được sử dụng dịch vụ DFS một cách an toàn.

- Thứ năm: Khuyến khích thiết kế và sử dụng các công cụ kỹ thuật số để nâng cao chất lượng giáo dục tài chính hiệu quả, đặc biệt thông qua việc hỗ trợ người tiêu dùng ra các hành vi và quyết định tài chính.

- Thứ sáu: thúc đẩy việc giáo dục tài chính DFS và phổ biến kinh nghiệm quốc tế giữa các khu vực, các quốc gia để thúc đẩy việc giáo dục tài chính tại từng quốc gia.

Như vậy từ các mục tiêu trên của các nước OECD/G20 có thể thấy rằng, khái niệm về hiểu biết tài chính cần phải có sự điều chỉnh, trong đó sự hiểu biết tài chính sẽ bao gồm cả các hiểu biết tài chính số: đó là sự hiểu biết về các dịch vụ DFS nhằm giúp cho người tiêu dùng tài chính (người dân và doanh nghiệp) có thể sử dụng các dịch vụ DFS một cách an toàn và hiệu quả.

Theo Liên minh tài chính toàn diện - Alliance for Financial Inclusion (AFI), khái niệm hiểu biết tài chính số có thể hiểu như sau: là những kiến thức, kỹ năng, sự tin tưởng và năng lực hiểu biết về tài chính số để có thể sử dụng an toàn các

sản phẩm và dịch vụ tài chính được cung cấp bởi các kênh kỹ thuật số, từ đó giúp người tiêu dùng tài chính đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt và và đạt được lợi ích tài chính tốt nhất, phù hợp với hoàn cảnh kinh tế và xã hội của mỗi cá nhân [3].

2.1.2. Nội dung và vai trò dân trí tài chính số

Kumar và cộng sự khẳng định rằng hiểu biết về tài chính số liên quan đến sự hiểu biết và khả năng tham gia vào các giao dịch tài chính trực tuyến của một cá nhân [33]. Điều này bao gồm nhiều hoạt động khác nhau như mua sắm trực tuyến, sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến khác nhau và điều hướng phức hợp của ngân hàng trực tuyến. Cách hiểu này bao gồm khả năng sử dụng hiệu quả các công cụ và nền tảng kỹ thuật số để đưa ra quyết định tài chính và quản lý tài chính cá nhân trong không gian kỹ thuật số. Tương tự như vậy, Prasad và cộng sự [54] nhấn mạnh rằng hiểu biết về tài chính số là điều cần thiết để nắm bắt môi trường tài chính ngày càng số hóa của chúng ta. Về bản chất, hiểu biết về tài chính số đề cập đến bộ kỹ năng của một cá nhân liên quan đến các hoạt động tài chính trực tuyến, bao gồm mua hàng trực tuyến, điều hướng các tùy chọn thanh toán trực tuyến đa dạng và sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến.

Morgan và các cộng sự [46] đã trình bày chi tiết về hiểu biết về tài chính số thông qua bốn khía cạnh chính. Khía cạnh thứ nhất, “Hiểu biết về các sản phẩm và dịch vụ tài chính kỹ thuật số”, liên quan đến kiến thức của người tiêu dùng về các công cụ, ứng dụng và nền tảng kỹ thuật số khác nhau để quản lý tài chính. Khía cạnh thứ hai, “Nhận thức về rủi ro”, thừa nhận những nguy cơ tiềm ẩn liên quan đến các dịch vụ tài chính số. Khía cạnh thứ ba, “Kiến thức về Kiểm soát rủi ro tài chính số”, tập trung vào các chiến lược giảm thiểu những rủi ro này trong các giao dịch kỹ thuật số. Cuối cùng, “Quyền của người tiêu dùng và Thủ tục bồi thường” nhấn mạnh đến nhu cầu người tiêu dùng phải được thông báo về quyền của họ trong hệ sinh thái tài chính số và các kênh thích hợp để giải quyết tranh chấp. Do đó, việc phát triển kiến thức tài chính số là rất quan trọng để cá nhân có thể sử dụng hiệu quả các dịch vụ tài chính số trong khi vẫn nhận ra những rủi ro vốn có đi kèm với việc áp dụng rộng rãi các công nghệ này. Bất chấp sự tích hợp

sâu rộng của số hóa vào cuộc sống hàng ngày, vẫn cần phải hiểu rõ hơn về cách số hóa tác động đến hành vi tài chính của cá nhân và kiến thức tài chính nói chung [31].

Các nhà nghiên cứu đã thiết lập mối liên hệ lý thuyết giữa kiến thức tài chính và kiến thức kỹ thuật số, dẫn đến sự xuất hiện của kiến thức tài chính số. Lyons và Kass-Hanna là một trong những người đầu tiên đóng góp vào khuôn khổ khái niệm minh họa mối quan hệ giữa kiến thức tài chính, kiến thức kỹ thuật số và kiến thức tài chính số [38]. Tiếp theo đó, Tony và Desai đã tích hợp các khái niệm về hiểu biết tài chính với các nền tảng kỹ thuật số [67], qua đó định nghĩa hiểu biết tài chính số là hiểu biết tài chính trong bối cảnh công nghệ tài chính kỹ thuật số [59].

Khung do Lyons và Kass-Hanna đề xuất xác định năm khía cạnh chung cho cả ba khái niệm hiểu biết và chỉ rõ nội dung năng lực trong mỗi khía cạnh. Các khía cạnh này bao gồm: (1) kiến thức và kỹ năng cơ bản; (2) nhận thức về các sản phẩm và dịch vụ tài chính và kỹ thuật số có sẵn; (3) khả năng tiếp cận và sử dụng các nguồn lực này; (4) ra quyết định, bao gồm thái độ và hành vi tài chính; (5) tự bảo vệ, bao gồm quyền của người tiêu dùng và bảo mật dữ liệu [38]. Tầm quan trọng của các khía cạnh này không chỉ nằm ở việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiểu biết tài chính, hiểu biết kỹ thuật số và hiểu biết tài chính số mà còn đóng vai trò là những yếu tố thúc đẩy giúp tăng cường việc sử dụng và khả năng tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ tài chính kỹ thuật số.

Nghiên cứu này nhằm mục đích khám phá các khía cạnh khác nhau của kiến thức tài chính số. Mỗi khía cạnh sẽ được phân tích riêng rẽ để thúc đẩy sự hiểu biết toàn diện. Các khía cạnh được chọn của hiểu biết tài chính số là những khía cạnh được trích dẫn thường xuyên nhất trong các tài liệu hiện có.

- Khía cạnh 1: Kiến thức tài chính

Theo Lyons và Kass-Hanna, kiến thức tài chính bao gồm sự hiểu biết về các khái niệm tài chính cơ bản như tính toán, lãi kép, lạm phát và phân bổ rủi ro [38]. Kiến thức này có thể được đánh giá thông qua cách tiếp cận khách quan và chủ quan. Đánh giá khách quan được nhiều nhà nghiên cứu ưa chuộng [36, 8], họ sử dụng các câu hỏi dựa trên kiến thức như các định dạng trắc nghiệm và

đúng-sai. Trong khi đánh giá chủ quan có dạng tự đánh giá được sử dụng để xem xét nhận định của cá nhân về kiến thức của họ [4, 35]. Kiến thức tài chính được định nghĩa là sự nắm bắt của một cá nhân về các khái niệm và rủi ro khác nhau trong lĩnh vực tài chính, cùng với khả năng áp dụng sự hiểu biết đó để đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt và hiệu quả, cuối cùng là thúc đẩy phúc lợi tài chính cho cả bản thân và cộng đồng nói chung. Valaskova và cộng sự cho rằng một mức độ kiến thức tài chính cơ bản và các kỹ năng thiết yếu là cần thiết để cá nhân tham gia vào các hoạt động tài chính có trách nhiệm [34].

- Khía cạnh thứ 2: Kiến thức số

Kiến thức số đề cập đến các kỹ năng và hiểu biết cơ bản liên quan đến việc sử dụng phần cứng và phần mềm cơ bản, bao gồm các nhiệm vụ như sắp xếp và lưu thông tin trên máy tính, máy tính bảng và thiết bị di động, cũng như tạo và quản lý tài khoản và cài đặt quyền riêng tư [38]. Nghiên cứu của Lee vào năm 2014 chỉ ra rằng một rào cản đáng kể đối với việc nâng cao hiểu biết về kỹ thuật số là thiếu các kỹ năng và kiến thức cần thiết để vận hành và sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông [34].

- Khía cạnh thứ 3: Kiến thức thực tế

Việc sử dụng các dịch vụ tài chính số đòi hỏi cả sự hiểu biết và chuyên môn thực tế về các chức năng công nghệ liên quan. Kiến thức thực tế liên quan đến khả năng và kiến thức cần thiết để tiếp cận và sử dụng hiệu quả các dịch vụ tài chính số. Điều này bao gồm các kỹ năng giúp người tiêu dùng điều hướng các nền tảng tài chính kỹ thuật số và thực hiện giao dịch hiệu quả, do đó quản lý các hoạt động tài chính hàng ngày của họ [38]. Những người có kiến thức thực tế mạnh mẽ thường có xu hướng tham gia thường xuyên hơn vào các dịch vụ tài chính số [40].

- Khía cạnh thứ 4: Nhận thức

OECD định nghĩa "Nhận thức" là kiến thức và sự hiểu biết mà cá nhân sở hữu về mục đích, tính năng, lợi ích và rủi ro liên quan đến nhiều dịch vụ tài chính số khác nhau, chẳng hạn như ngân hàng di động, ví điện tử, tín dụng số và tiền điện tử [51]. Nội dung này liên quan đến khả năng phân biệt giữa các dịch vụ tài chính số đáng tin cậy và không đáng tin cậy, được quản lý và không được

quản lý, cũng như luôn cập nhật thông tin về các cải tiến kỹ thuật số mới [51]. Nhận thức có thể ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng các dịch vụ tài chính số của người tiêu dùng [55].

- Khía cạnh thứ 5: Ra quyết định

Lyons và Kass-Hanna [38] xác định hai khía cạnh phụ trong khía cạnh “Ra quyết định” đó là “thái độ tài chính tích cực” và “hành vi tài chính tích cực thông qua các dịch vụ tài chính số”. Thái độ tài chính tích cực dẫn đến kết quả tài chính được cải thiện, chẳng hạn như quản lý tài chính hàng ngày hiệu quả, thực hành tiết kiệm có kỷ luật, lập kế hoạch nghỉ hưu thận trọng và vay có trách nhiệm. Hành vi tài chính tích cực thông qua các dịch vụ tài chính số phản ánh khả năng đưa ra những lựa chọn sáng suốt và có trách nhiệm khi lựa chọn đúng công cụ và nhà cung cấp tài chính kỹ thuật số. Ra quyết định tài chính liên quan đến việc cá nhân đánh giá các lựa chọn tài chính khác nhau để tối ưu hóa của cải của họ [33].

- Khía cạnh thứ 6: Tự bảo vệ

Tự bảo vệ đề cập đến các biện pháp chủ động mà cá nhân thực hiện để bảo vệ bản thân khỏi các hoạt động gian lận, bao gồm lừa đảo, trộm cắp danh tính, gian lận thẻ tín dụng, lừa đảo đầu tư và tin tặc [18]. Khía cạnh này cũng bao gồm việc tự giáo dục và tiếp thu các kỹ năng liên quan đến bảo mật thông tin để chuẩn bị tốt hơn và giảm thiểu rủi ro liên quan đến các dịch vụ tài chính số [28].

Từ những nội dung trên, có thể thấy hiểu biết tài chính số đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình phát triển, đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, khi các nước đều đã và đang ban hành Chiến lược tài chính toàn diện thì hiểu biết tài chính số là một trong những thước đo cũng như giải pháp để triển khai hiệu quả Chiến lược tài chính toàn diện tại từng quốc gia. Điểm này được thể hiện thông qua từng vai trò cụ thể sau:

- Một là: Sự hiểu biết tài chính số giúp cho các nhân và doanh nghiệp nhận thức được các dịch vụ tài chính số mới bao gồm cả lợi ích và rủi ro của chúng.

- Hai là: Hỗ trợ người tiêu dùng tài chính nhận thức một số sản phẩm và dịch vụ tài chính có thể không chính thức và không được kiểm soát, đồng thời đặc

biệt chú ý khi sử dụng một số dịch vụ tài chính số nhất định cho mục đích cá nhân hoặc để huy động vốn kinh doanh (ví dụ: một số công nghệ dựa trên blockchain như tiền điện tử, dịch vụ tiền xu ban đầu, v.v.) .

- Ba là: Cung cấp cho người tiêu dùng tài chính các kiến thức về quyền và nghĩa vụ của họ khi sử dụng các sản phẩm tài chính kỹ thuật số, nguyên tắc đối xử công bằng, trách nhiệm bảo mật thông tin khách hàng của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính số

- Bốn là: Giúp người tiêu dùng tài chính hiểu ý nghĩa của việc ký hợp đồng điện tử và những điều kiện, điều khoản của nhà cung cấp dịch vụ tài chính.

Năm là: Bám sát những phát minh mới nhất trong việc phát triển kỹ thuật số mới trong lĩnh vực tài chính để các nhà hoạch định chính sách theo dõi, xây dựng các cơ chế, khuôn khổ pháp lý cho lĩnh vực tài chính số nói riêng và công nghệ tài chính nói chung.

2.1.3. Đo lường dân trí tài chính số

Hiện tại chưa có bộ tiêu chí cụ thể để đánh giá mức độ hiểu biết tài chính số được đưa ra bởi các tổ chức uy tín trên thế giới. Tuy nhiên nhiều nghiên cứu trên thế giới có đưa ra một số tiêu chí để đo lường, đánh giá mức độ hiểu biết tài chính số cụ thể như sau:

Thang đo của Choung và các cộng sự năm 2024 [13]: thang đo này bao gồm 17 câu hỏi về chia làm hai nhóm chỉ số là hiểu biết tài chính và hiểu biết số. Trong đó hiểu biết tài chính gồm 7 câu hỏi đánh giá hiểu biết về giá trị thời gian của tiền, lãi suất vay vốn, lãi đơn, lãi kép, rủi ro và lợi nhuận, lạm phát và đa dạng hoá rủi ro. Chỉ số hiểu biết tài chính được tính bằng cách đếm số câu trả lời đúng trong khoảng từ 0-7. Chỉ số hiểu biết số gồm 3 chỉ số phụ là kiến thức số, khả năng thực hành số và khả năng tự bảo vệ. Trong đó, hiểu biết số gồm 10 câu hỏi liên quan đến kiến thức cơ bản về công nghệ số như phần cứng và phần mềm. Chỉ số phụ khả năng thực hành số đo lường khả năng sử dụng hiệu quả các ứng dụng và phần mềm di động cho tài chính cá nhân, được đo bằng 7 câu hỏi. Phân nhóm khả năng tự bảo vệ đo lường khả năng xác định và ngăn chặn các hoạt động gian lận trên nền tảng kỹ thuật số. Người tham gia khảo sát đưa ra

đánh giá trên thang đo Likert 5 điểm (với 1 là hoàn toàn không đồng ý đến 5 là hoàn toàn đồng ý). Điểm của từng nhóm chỉ số phụ được tính bằng cách trung bình điểm số các câu hỏi. Chỉ số tổng hợp về hiểu biết tài chính số sau đó được tính bằng cách tổng hai nhóm chỉ số chính.

Thang đo của Abdallah và cộng sự năm 2024 [1] được tổng hợp từ Lyons và Kass-Hanna [38] và Zulaihati và cộng sự [75]. Thang đo này tập trung vào các khía cạnh cơ bản của hiểu biết tài chính và khả năng sử dụng các công cụ tài chính trực tuyến. Để đánh giá mức độ hiểu biết tài chính số, tác giả sử dụng 20 câu hỏi về các khía cạnh kiến thức tài chính, kiến thức số, hiểu biết thực hành, nhận thức, kỹ năng ra quyết định và khả năng tự bảo vệ. Thang đo Likert 5 điểm được sử dụng để đánh giá phản hồi của người tham gia, với 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý.

Nghiên cứu của Setiawan và các cộng sự năm 2020 [41] lại sử dụng thang đo gồm 11 câu hỏi nhằm đánh giá 4 khía cạnh của hiểu biết tài chính số là nhận thức, kinh nghiệm, kiến thức và kỹ năng với tài chính số. Thang đo này được xây dựng dựa trên việc tổng hợp các nghiên cứu đã có của Morgan và Trinh năm 2019 [45, 44] và Prasad và Meghwal năm 2017 [53]. Thang đo Likert 5 điểm được sử dụng để đánh giá phản hồi của người tham gia, với 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý.

2.2. Khái quát về sản phẩm công nghệ tài chính

2.2.1. Khái niệm công nghệ tài chính

Fintech là viết tắt của cụm từ financial technology, được hiểu theo nghĩa là việc áp dụng các công nghệ đổi mới, sáng tạo và hiện đại cho lĩnh vực tài chính – ngân hàng, bao gồm các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư, như dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, cho vay ngang hàng, quản lý tài sản... nhằm mang tới cho khách hàng các giải pháp/dịch vụ tài chính minh bạch, hiệu quả và thuận tiện với chi phí thấp hơn so với các dịch vụ tài chính truyền thống.

Thuật ngữ Fintech đã xuất hiện từ những năm 1850, tuy nhiên, phải đến khi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 phát triển thì thuật ngữ này mới thực sự được công chúng quan tâm. Thế nhưng, ở một số đất nước phát triển, Fintech lại bị coi

là mối đe dọa cho sự an toàn của hệ thống tài chính, điều này không thay đổi một thực tế là Fintech hoàn toàn có thể là sự thay đổi mang tính cách mạng giúp thúc đẩy sự tăng trưởng cho cả nền kinh tế.

Ban đầu, Fintech được sử dụng để lưu trữ dữ liệu của các tổ chức tài chính thương mại. Từ khoảng cuối năm 2010, thuật ngữ này được mở rộng bao gồm dịch vụ ví điện tử, ngân hàng di động, đầu tư trực tuyến, tiền mã hóa Bitcoin, cho vay ngang hàng...

Theo quan điểm của WB: *Công nghệ tài chính - Fintech - đang tạo ra những cơ hội và thách thức mới cho lĩnh vực tài chính – từ người tiêu dùng, đến các tổ chức tài chính và những người mới tham gia, đến các cơ quan quản lý. Fintech mang đến nhiều cơ hội cho các chính phủ, từ việc làm cho hệ thống tài chính của họ hiệu quả và cạnh tranh hơn đến việc mở rộng khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính cho những nhóm dân số chưa được phục vụ đầy đủ. Tuy nhiên, nó cũng có thể gây ra những rủi ro tiềm ẩn cho người tiêu dùng và nhà đầu tư và rộng hơn là đối với sự ổn định và toàn vẹn tài chính.*

Theo nghiên cứu của Phạm Xuân Hòa và Nguyễn Thị Minh Ngọc [52] công nghệ tài chính được hiểu là:

Công nghệ tài chính (hay Fintech, viết tắt của từ tiếng Anh “Financial Technology” đã trở thành một hiện tượng, một xu thế phát triển nhận được nhiều sự quan tâm của đông đảo các start - ups, các nhà đầu tư cũng như Chính phủ/cơ quan quản lý của nhiều nước trên thế giới. Có rất nhiều định nghĩa liên quan đến thuật ngữ này, tuy nhiên nhìn chung các khái niệm đều nhìn nhận Fintech trong mối quan hệ giữa dịch vụ tài chính và công nghệ thông tin.

Xu hướng công nghệ tài chính trên thế giới hiện nay có 2 mục tiêu chính: thay thế kênh truyền thống bằng kênh điện tử trực tuyến, giảm chi phí, tăng độ tiện dụng, trải nghiệm của khách hàng và khai thác thị trường mới thông qua công nghệ, đặc biệt là đối với phân khúc khách hàng cá nhân.

Trong bối cảnh công nghệ đang phát triển nhanh chóng và ngày càng tạo ra sự thay đổi mạnh mẽ, cách mà các doanh nghiệp đang kinh doanh ở mọi lĩnh vực, đặc biệt trong ngành tài chính. Fintech là nơi dịch vụ tài chính và công nghệ giao thoa. Tại đây, các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ tận

dụng sức mạnh của công nghệ để tạo ra sự đột phá, trải nghiệm mua sắm hoàn toàn mới cho khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ do các công ty dịch vụ tài chính cung cấp.

Đây cũng là khái niệm phổ biến nhất về Công nghệ tài chính (Fintech), dựa trên khái niệm này có thể thấy Fintech hiện đang được hiểu theo cách phổ biến nhất là mối quan hệ giữa dịch vụ tài chính và các công ty công nghệ mới. Trong đó các công ty công nghệ sẽ cung ứng với các dịch vụ tài chính có ứng dụng công nghệ cao mà không bao gồm các dịch vụ do ngân hàng cung cấp như ngân hàng số (Digital Banking), ngân hàng điện tử (E-banking); chỉ bao gồm các dịch vụ cụ thể như: *Ví điện tử (E-wallet)*, *Cho vay ngang hàng (P2P Lending)*, *Gọi vốn cộng đồng (Crowd Funding)*, *Mua trước trả sau (Buy Now Pay Later)*, *Tiền điện tử (Cryptocurrency)*...

Như vậy có thể thấy hai thuật ngữ “tài chính số” và “công nghệ tài chính” đều chưa có định nghĩa, khái niệm rõ ràng và thống nhất trong các nghiên cứu. Cả hai thuật ngữ đều mô tả quá trình thay đổi trong ngành tài chính thông qua việc giới thiệu và ứng dụng các công nghệ thông tin và truyền thông (ICTs). Tuy nhiên, chúng có phần khác nhau. Tài chính số nhấn mạnh vào việc số hóa rộng rãi các dịch vụ tài chính trong khi công nghệ tài chính mô tả việc ứng dụng các công nghệ kỹ thuật số để cho phép cải tiến hoặc làm biến đổi các hoạt động thương mại trong ngành tài chính.

2.2.2. Các loại sản phẩm công nghệ tài chính

Từ quan điểm về định nghĩa Fintech của WB: ta có thể phân loại Fintech thành 2 nhóm dựa theo chức năng và đối tượng:

- Nhóm 1: Phục vụ người tiêu dùng: Cung cấp các giải pháp, công cụ kỹ thuật số để cải thiện trải nghiệm khách hàng trong các hoạt động tài chính như vay mượn, quản lý tiền bạc, tài trợ vốn cho các startup.

- Nhóm 2: Back-office: Cung cấp các giải pháp công nghệ cho các tổ chức phát hành hoặc đại lý phân phối đối với các định chế tài chính những nền tảng quản trị tài chính mới bao gồm: như nhận diện người dùng, bảo mật thông tin, quản trị rủi ro, quản trị ngân hàng và tài chính số.

Trong khuôn khổ của luận văn nghiên cứu này, tác giả sẽ chỉ đề cập tới các sản phẩm công nghệ tài chính được phục vụ người tiêu dùng, do đó nhóm sản phẩm Fintech Back-office sẽ không được đề cập tới. Một số sản phẩm cụ thể và tiêu biểu của Fintech phục vụ người tiêu dùng có thể kể đến như:

2.2.2.1 Ví điện tử

Ví điện tử, một hình thức thanh toán điện tử, đã và đang tạo nên cuộc cách mạng trong hành vi tiêu dùng của người Việt Nam, dần thay thế tiền mặt truyền thống. Liên kết chặt chẽ với các tổ chức tài chính, ví điện tử cho phép người dùng thực hiện đa dạng các giao dịch tài chính như nạp tiền, rút tiền, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, mua sắm trực tuyến và thậm chí đầu tư nhỏ lẻ. Sự tiện lợi, nhanh chóng và an toàn của ví điện tử đã thu hút một lượng lớn người dùng, đặc biệt là giới trẻ.

Tại Việt Nam, thị trường ví điện tử đang phát triển mạnh mẽ với sự cạnh tranh gay gắt giữa các đơn vị cung cấp dịch vụ. Một số cái tên nổi bật hiện nay bao gồm PayPal, Apple Pay, MoMo, VNPAY, ZaloPay, Moca, ShopeePay và một số sản phẩm khác. Mỗi ví điện tử đều sở hữu những tính năng và ưu đãi riêng biệt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng.

Việc áp dụng rộng rãi ví điện tử không chỉ mang lại lợi ích cho người dùng mà còn góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế số, tăng cường minh bạch trong các giao dịch và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, bên cạnh những ưu điểm, việc sử dụng ví điện tử cũng đặt ra những thách thức về bảo mật thông tin và an toàn giao dịch, đòi hỏi người dùng cần nâng cao ý thức và các doanh nghiệp cần đầu tư mạnh mẽ vào hệ thống bảo mật.

2.2.2.2. E-Banking

Sự hợp tác giữa các tổ chức tài chính truyền thống và các công ty công nghệ tài chính (Fintech) đã tạo ra một hệ sinh thái số phong phú và đa dạng, trong đó ngân hàng điện tử (E-banking) nổi lên như một minh chứng điển hình. E-banking là một bộ công cụ quản lý tài chính toàn diện, cung cấp cho khách hàng khả năng thực hiện các giao dịch ngân hàng một cách nhanh chóng, tiện lợi và an toàn mọi lúc mọi nơi.

Với E-banking, khách hàng có thể dễ dàng truy cập vào tài khoản của mình thông qua các kênh trực tuyến như Mobile banking, Internet banking và SMS banking. Các nền tảng này không chỉ cho phép khách hàng kiểm tra số dư tài khoản, lịch sử giao dịch mà còn hỗ trợ thực hiện nhiều giao dịch khác như chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, mua sắm trực tuyến, đầu tư... với tốc độ xử lý nhanh chóng và hệ thống bảo mật được nâng cao.

Việc tích hợp công nghệ số vào hoạt động ngân hàng đã mang lại nhiều lợi ích cho cả ngân hàng và khách hàng. Đối với ngân hàng, E-banking giúp giảm thiểu chi phí vận hành, tăng cường trải nghiệm khách hàng và mở rộng phạm vi hoạt động. Đối với khách hàng, E-banking giúp tiết kiệm thời gian, tăng tính minh bạch trong các giao dịch và tạo ra một cuộc sống tiện nghi hơn. Tuy nhiên, để đảm bảo sự phát triển bền vững của E-banking, các ngân hàng cần không ngừng nâng cấp hệ thống công nghệ, đảm bảo an toàn thông tin và cung cấp các dịch vụ ngày càng đa dạng và phù hợp với nhu cầu của khách hàng

2.2.2.3. P2P Lending

Cho vay ngang hàng (Peer-to-Peer lending hay P2P lending) là một hình thức tài chính đổi mới, kết nối trực tiếp giữa những cá nhân hoặc tổ chức có nhu cầu vay vốn với những người có sẵn vốn để đầu tư. Khác với mô hình cho vay truyền thống thông qua các ngân hàng hoặc tổ chức tài chính trung gian, P2P lending hoạt động trên nền tảng trực tuyến, loại bỏ các rào cản về thủ tục hành chính và thời gian xử lý.

Với số vốn khởi điểm chỉ từ 1 triệu đồng, bất kỳ cá nhân nào cũng có thể tham gia đầu tư vào P2P lending và nhận được mức lợi nhuận hấp dẫn, thường dao động từ 15% đến 20%/năm. Mức lợi nhuận này cao hơn đáng kể so với các kênh đầu tư truyền thống như gửi tiết kiệm tại ngân hàng. Tuy nhiên, đi kèm với lợi nhuận cao là rủi ro mất vốn nếu người đi vay không có khả năng trả nợ.

Để giảm thiểu rủi ro, các nền tảng P2P lending thường áp dụng các công cụ đánh giá tín dụng và phân tán rủi ro. Người đầu tư có thể phân chia khoản đầu tư của mình vào nhiều khoản vay khác nhau để giảm thiểu tác động của việc một khoản vay bị nợ xấu. Bên cạnh đó, các nền tảng này cũng cung cấp thông tin chi

tiết về người đi vay và dự án để giúp nhà đầu tư đưa ra quyết định đầu tư sáng suốt

2.2.2.4. Ứng dụng đầu tư chứng khoán

Fintech đã tạo ra một cuộc cách mạng trong lĩnh vực đầu tư, cho phép nhà đầu tư tiếp cận thị trường chứng khoán một cách dễ dàng và linh hoạt hơn bao giờ hết. Nhờ sự phát triển của các ứng dụng đầu tư trực tuyến, nhà đầu tư không còn bị giới hạn bởi không gian và thời gian, mà có thể thực hiện các giao dịch mua bán chứng khoán ngay trên thiết bị di động của mình.

Các ứng dụng đầu tư chứng khoán như VnDirect, Finhay, Infina và nhiều nền tảng khác cung cấp cho nhà đầu tư một loạt các công cụ và tính năng hiện đại, giúp họ theo dõi sát sao diễn biến thị trường, phân tích kỹ thuật và cơ bản, đưa ra quyết định đầu tư một cách sáng suốt. Bên cạnh đó, các ứng dụng này còn hỗ trợ các tính năng như đặt lệnh mua/bán tự động, theo dõi danh mục đầu tư, nhận thông báo về các sự kiện thị trường, và thậm chí là tư vấn đầu tư từ các chuyên gia.

Việc ứng dụng công nghệ Fintech vào đầu tư chứng khoán đã thúc đẩy quá trình đầu tư, giúp cho mọi người, kể cả những nhà đầu tư cá nhân nhỏ lẻ, có cơ hội tiếp cận thị trường vốn và xây dựng danh mục đầu tư đa dạng. Tuy nhiên, để đầu tư thành công, nhà đầu tư vẫn cần trang bị cho mình những kiến thức cơ bản về thị trường chứng khoán và rủi ro đi kèm, đồng thời lựa chọn các nền tảng đầu tư uy tín và đáng tin cậy.

2.2.2.5. Ứng dụng quản lý ngân sách

Fintech cũng mang đến một cuộc cách mạng trong quản lý tài chính cá nhân, giúp người dùng thoát khỏi những rắc rối khi ghi chép thủ công vào sổ sách. Các ứng dụng quản lý chi tiêu như Money Lover, Spendee, MISA Money Keeper và nhiều phần mềm khác đã trở thành những trợ lý đắc lực, hỗ trợ người dùng theo dõi sát sao các khoản thu nhập và chi tiêu hàng ngày, hàng tháng. Nhờ đó, người dùng có thể dễ dàng nắm bắt tình hình tài chính của mình, từ đó lập kế hoạch chi tiêu hợp lý, phân bổ nguồn lực hiệu quả và đạt được các mục tiêu tài chính đã đề ra.

Các ứng dụng quản lý chi tiêu hiện đại thường tích hợp nhiều tính năng thông minh như:

- Phân loại chi tiêu tự động: Nhận diện và phân loại các khoản chi tiêu dựa trên tên cửa hàng, danh mục sản phẩm, giúp người dùng tiết kiệm thời gian và công sức.
- Tạo báo cáo chi tiêu trực quan: Trình bày dữ liệu chi tiêu dưới dạng biểu đồ, đồ thị, giúp người dùng dễ dàng hình dung và phân tích xu hướng chi tiêu của mình.
- Lập kế hoạch ngân sách: Cho phép người dùng đặt ra các mục tiêu chi tiêu, theo dõi tiến độ và nhận cảnh báo khi vượt quá ngân sách.
- Đồng bộ hóa dữ liệu: Đồng bộ hóa dữ liệu chi tiêu trên nhiều thiết bị, giúp người dùng truy cập thông tin mọi lúc mọi nơi.
- Tích hợp với các dịch vụ tài chính khác: Liên kết với tài khoản ngân hàng, thẻ tín dụng để tự động cập nhật dữ liệu giao dịch.

Việc sử dụng các ứng dụng quản lý chi tiêu không chỉ giúp người dùng kiểm soát tài chính cá nhân tốt hơn mà còn góp phần xây dựng một thói quen tiêu dùng lành mạnh, hướng tới mục tiêu tiết kiệm và đầu tư

2.2.2.6. Mua trước trả sau (Buy Now Pay Later)

Hình thức thanh toán trực tuyến mua trước trả sau (Buy Now, Pay Later - BNPL) đã trở thành một xu hướng tiêu dùng nổi bật trong thời đại số, đặc biệt được thúc đẩy bởi sự phát triển mạnh mẽ của Fintech. Thay vì phải thanh toán toàn bộ giá trị sản phẩm hoặc dịch vụ ngay lập tức, BNPL cho phép người tiêu dùng chia nhỏ khoản thanh toán thành nhiều kỳ hạn nhỏ hơn, thường là trong vòng một vài tháng. Điều này không chỉ giúp người tiêu dùng quản lý dòng tiền hiệu quả hơn mà còn tạo điều kiện để họ tiếp cận với những sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ mong muốn.

Vai trò của Fintech trong sự phát triển của BNPL:

- Đơn giản hóa quy trình: Nhờ ứng dụng các công nghệ như AI và machine learning, các nền tảng BNPL có thể tự động hóa quá trình đánh giá tín

dụng, phê duyệt đơn hàng và quản lý khoản vay, từ đó rút ngắn đáng kể thời gian chờ đợi và tạo trải nghiệm mua sắm liền mạch cho người dùng.

- Tăng cường trải nghiệm người dùng: Các ứng dụng BNPL thường được tích hợp trực tiếp vào quá trình thanh toán trên các trang thương mại điện tử, giúp người dùng dễ dàng lựa chọn hình thức thanh toán này mà không cần phải chuyển hướng đến một trang web khác.
- Mở rộng khả năng tiếp cận: BNPL giúp người tiêu dùng có thu nhập trung bình hoặc thấp có cơ hội tiếp cận với các sản phẩm và dịch vụ mà họ có thể chưa đủ khả năng thanh toán ngay một lần.
- Phát triển các sản phẩm tài chính mới: Fintech đã tạo ra nhiều sản phẩm tài chính sáng tạo dựa trên mô hình BNPL, như thẻ tín dụng BNPL, ví điện tử tích hợp BNPL, nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng.

Tác động của BNPL đến thị trường:

BNPL đã và đang làm thay đổi sâu sắc hành vi tiêu dùng của người dân, đặc biệt là thế hệ trẻ. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích, hình thức thanh toán này cũng đặt ra một số thách thức như nợ xấu tăng cao, cạnh tranh không lành mạnh giữa các nhà cung cấp dịch vụ. Do đó, việc quản lý và giám sát hoạt động của các nền tảng BNPL là điều cần thiết để đảm bảo sự phát triển bền vững của thị trường

2.2.2.7. Tiền điện tử (Cryptocurrency)

Tiền điện tử (cryptocurrency) là một loại tài sản kỹ thuật số được mã hóa, hoạt động trên nền tảng công nghệ blockchain. Không giống như tiền tệ truyền thống do các ngân hàng trung ương phát hành và quản lý, tiền điện tử được thiết kế để hoạt động phi tập trung, tức là không phụ thuộc vào bất kỳ cơ quan trung ương nào. Tất cả các giao dịch tiền điện tử đều được ghi lại trên một sổ cái công khai phân tán, được gọi là blockchain, đảm bảo tính minh bạch và an toàn cho mọi giao dịch.

Fintech đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển và ứng dụng rộng rãi của tiền điện tử. Các ứng dụng Fintech đã tạo ra các nền tảng giao dịch tiền điện tử, ví điện tử, và các dịch vụ tài chính liên quan khác, giúp người dùng dễ dàng mua bán, lưu trữ và quản lý tài sản kỹ thuật số của mình. Tài chính phi

tập trung (DeFi) dựa trên công nghệ blockchain cho phép người dùng tiếp cận các dịch vụ tài chính truyền thống như cho vay, vay mượn, và đầu tư một cách trực tiếp và minh bạch hơn.

Đặc điểm và tiềm năng của tiền điện tử:

- Tính bảo mật cao: Công nghệ blockchain giúp đảm bảo tính bảo mật và minh bạch cho các giao dịch tiền điện tử.
- Tính phi tập trung: Không có một cơ quan trung ương nào kiểm soát hệ thống, giúp giảm thiểu rủi ro bị kiểm soát hoặc thao túng.
- Tính minh bạch: Tất cả các giao dịch đều được ghi lại trên blockchain, giúp mọi người có thể truy xuất và kiểm tra.
- Tiềm năng ứng dụng rộng rãi: Tiền điện tử có thể được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau, từ thanh toán hàng ngày đến đầu tư và tài trợ.

Tuy nhiên, tiền điện tử cũng đối mặt với một số thách thức: Giá trị của tiền điện tử có thể biến động mạnh trong thời gian ngắn; Khung pháp lý về tiền điện tử vẫn chưa hoàn thiện ở nhiều quốc gia; Mặc dù có tính bảo mật cao, nhưng ví điện tử vẫn có thể bị tấn công nếu người dùng không cẩn thận.

Mặc dù còn nhiều thách thức, nhưng tiềm năng phát triển của tiền điện tử là rất lớn. Với sự phát triển không ngừng của công nghệ, tiền điện tử có thể trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của chúng ta trong tương lai.

2.2.3. Vai trò sản phẩm công nghệ tài chính

Dưới góc độ nền kinh tế, một trong những cơ hội nổi bật của Fintech đó là khả năng hỗ trợ thúc đẩy phổ cập tài chính của một quốc gia, đưa dịch vụ tài chính – ngân hàng đến gần hơn tới những đối tượng vùng sâu, vùng xa chưa có khả năng tiếp cận hoặc chưa được ngân hàng phục vụ (unbanked/underserved) nhờ vào tính đột phá và sự đổi mới sáng tạo của công nghệ như thanh toán di động, P2P Lending... Ngoài ra, Fintech còn giúp phân bổ nguồn lực tài chính hiệu quả hơn thông qua việc kết nối các nhà đầu tư thừa vốn với các cá nhân, tổ chức (nhất là SMEs) cần vốn mà không thể tiếp cận được nguồn vốn vay từ các ngân hàng truyền thống thông qua các dịch vụ tài chính xuyên biên giới và các kênh đầu tư, cho vay thể hệ mới như Crowdfunding, P2P Lending..., qua đó

nâng cao tính liên kết của thị trường vốn, thúc đẩy các luồng giao dịch tài chính xuyên biên giới và mức độ liên kết giữa các thị trường vốn trong khu vực và trên thế giới. Sự phát triển của Fintech cũng góp phần giảm chi phí giao dịch, nâng cao tính minh bạch và các sản phẩm đơn giản hơn, thuận lợi và hiệu quả, đồng thời góp phần kiểm soát hiệu quả chi phí và thu nhập.

Bên cạnh đó, một số mảng dịch vụ Fintech (cụ thể là các ứng dụng của công nghệ Blockchain) còn giúp nâng cao tính an toàn, bảo mật và tính minh bạch đối với hệ thống tài chính, đồng thời hỗ trợ đẩy nhanh tốc độ xử lý giao dịch như hoạt động bù trừ, thanh quyết toán trong giao dịch chứng khoán, giúp quản lý tốt hơn các giấy tờ có giá và sử dụng nguồn vốn hiệu quả. Fintech cũng giúp đáp ứng các yêu cầu cao hơn về tính minh bạch và khả năng xử lý trong thời gian thực đối với những vấn đề liên quan đến pháp lý và tuân thủ cho các cơ quan quản lý, giám sát thông qua việc sử dụng các công nghệ mới (RegTech).

Bên cạnh có các sản phẩm công nghệ tài chính Fintech cũng đem lại một số lợi ích đối với người tiêu dùng tài chính cụ thể như sau:

- Công nghệ Fintech giúp các tổ chức tài chính cung cấp sản phẩm, dịch vụ nhanh chóng và tiết kiệm chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ.
- Fintech giúp chuyển đổi xu hướng giao dịch từ tiền mặt trực tiếp sang giao dịch trực tuyến thông qua internet banking, ví điện tử...
- Fintech tạo giải pháp cho người dân ở các vùng sâu, vùng xa dễ tiếp cận dịch vụ tài chính.

2.3. Tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính

2.3.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính

Hiện tại chưa có một số lý thuyết cụ thể nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính. Tuy nhiên có một số nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận công nghệ tài chính, đó là sự kết hợp của các yếu tố nhân khẩu học, điều kiện kinh tế, thông tin và dân trí tài chính, cụ thể như sau:

2.3.1.1. Dân trí tài chính số

Dân trí tài chính số hay hiểu biết tài chính số (digital financial literacy) đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tần suất sử dụng các sản phẩm FinTech. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng những người có hiểu biết tốt về tài chính số có xu hướng sử dụng các dịch vụ FinTech thường xuyên hơn, nhờ khả năng hiểu và sử dụng các công cụ số trong việc quản lý tài chính cá nhân. Theo Lusardi và Mitchell [37], hiểu biết tài chính, đặc biệt là trong bối cảnh số hóa, giúp người dùng nhận thức rõ hơn về lợi ích cũng như rủi ro của các dịch vụ FinTech, từ đó tạo niềm tin và thúc đẩy sự chấp nhận công nghệ này. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Klapper, El-Zoghbi, và Hess [30] nhấn mạnh rằng khả năng tài chính số không chỉ bao gồm việc nắm bắt các khái niệm tài chính cơ bản mà còn đòi hỏi người dùng phải có khả năng sử dụng các công nghệ số để thực hiện các giao dịch tài chính một cách hiệu quả.

Ngoài ra, một nghiên cứu khác của Grohmann, Klühs, và Menkhoff [21] cho thấy rằng việc đào tạo và nâng cao khả năng tài chính số có thể dẫn đến sự gia tăng đáng kể trong việc sử dụng các sản phẩm FinTech. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các nhóm đối tượng như người cao tuổi hoặc những người có thu nhập thấp, những người có thể gặp khó khăn trong việc tiếp cận và sử dụng các công nghệ mới. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những thách thức khi mà không phải mọi người dùng đều có mức độ hiểu biết tài chính số đồng đều, điều này có thể dẫn đến sự chênh lệch trong việc tiếp cận và sử dụng FinTech.

Như vậy, khả năng hiểu biết tài chính số không chỉ ảnh hưởng đến quyết định sử dụng các dịch vụ FinTech mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc xác định tần suất sử dụng các sản phẩm này. Các chiến lược nâng cao hiểu biết tài chính số do đó cần được chú trọng để đảm bảo rằng mọi người đều có thể tận dụng tối đa các lợi ích mà FinTech mang lại.

2.3.1.2. Giới tính

Nghiên cứu về tác động của giới tính đến tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech đã chỉ ra rằng có sự khác biệt đáng kể giữa nam và nữ trong việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính công nghệ cao [11, 57, 25, 10]. Các nghiên cứu trước đây cho thấy nam giới thường có xu hướng sử dụng các sản phẩm Fintech nhiều hơn nữ giới, do nam giới thường có mức độ tự tin cao hơn trong việc áp

dụng công nghệ và quản lý tài chính cá nhân [57]. Hơn nữa, nam giới thường có thái độ tích cực hơn đối với rủi ro và sự đổi mới trong lĩnh vực tài chính, điều này dẫn đến việc họ dễ dàng chấp nhận và sử dụng các sản phẩm Fintech hơn. Ngược lại, phụ nữ thường thận trọng hơn trong việc sử dụng các dịch vụ tài chính mới và có xu hướng trung thành với các phương pháp tài chính truyền thống hơn, do họ thường lo ngại về tính bảo mật và an toàn của các giao dịch trực tuyến. Một số nghiên cứu cũng cho thấy rằng sự khác biệt về kiến thức tài chính giữa nam và nữ góp phần vào sự chênh lệch trong tần suất sử dụng các sản phẩm fintech [43]. Nam giới thường có kiến thức tài chính tốt hơn, do đó họ có khả năng cao hơn trong việc tìm hiểu và sử dụng các dịch vụ này. Như vậy, giới tính đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech, và sự khác biệt này cần được xem xét khi nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng trong lĩnh vực công nghệ tài chính.

2.3.1.3. Trình độ học vấn

Một số nghiên cứu trước đây đã đề cập đến mối quan hệ giữa trình độ học vấn và việc áp dụng công nghệ. Các nghiên cứu này cho thấy rằng người có trình độ học vấn cao hơn thường có khả năng thích nghi với công nghệ tốt hơn và có xu hướng sử dụng công nghệ một cách tích cực hơn. Điều này có thể áp dụng cho cả việc sử dụng sản phẩm Fintech. Người có trình độ học vấn cao hơn có thể dễ dàng hiểu và sử dụng các sản phẩm Fintech phức tạp hơn, đồng thời cũng có thể tin tưởng vào các sản phẩm Fintech nhiều hơn so với người có trình độ học vấn thấp hơn.

Tuy nhiên, mối quan hệ giữa trình độ học vấn và việc sử dụng sản phẩm Fintech không phải lúc nào cũng đơn giản. Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng trình độ học vấn có thể không phải là yếu tố duy nhất ảnh hưởng đến việc sử dụng sản phẩm Fintech. Các yếu tố khác như thu nhập, độ tuổi, và công việc cũng có thể đóng vai trò quan trọng.

2.3.1.4. Tuổi

Các nghiên cứu về tác động của độ tuổi đến tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech đã cho thấy rằng độ tuổi là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến mức độ tiếp nhận và sử dụng các dịch vụ tài chính công nghệ cao [10, 64]. Nhìn chung,

người trẻ, đặc biệt là những người thuộc thế hệ Millennials và Gen Z, có xu hướng sử dụng các sản phẩm Fintech nhiều hơn so với các thế hệ lớn tuổi hơn. Điều này được lý giải bởi sự quen thuộc của họ với công nghệ kỹ thuật số và khả năng dễ dàng tiếp cận các nền tảng trực tuyến [66]. Những người trẻ thường có thái độ tích cực hơn đối với sự đổi mới và có xu hướng chấp nhận rủi ro cao hơn, từ đó thúc đẩy họ sử dụng các dịch vụ Fintech để quản lý tài chính cá nhân. Ngược lại, những người thuộc thế hệ Baby Boomers hoặc các nhóm tuổi lớn hơn có xu hướng trung thành với các phương pháp tài chính truyền thống, do họ thường gặp khó khăn trong việc thích nghi với các công nghệ mới và lo ngại về tính bảo mật của các giao dịch trực tuyến. Một số nghiên cứu còn chỉ ra rằng tần suất sử dụng Fintech giảm dần theo độ tuổi, với sự chênh lệch rõ rệt giữa các nhóm tuổi khác nhau [12]. Như vậy, độ tuổi không chỉ ảnh hưởng đến mức độ sử dụng mà còn tác động đến cách người dùng tiếp cận và cảm nhận về các sản phẩm Fintech, từ đó tạo ra sự khác biệt trong hành vi tài chính giữa các nhóm tuổi khác nhau.

2.3.1.5. Nghề nghiệp

Để hiểu rõ hơn về tác động của nghề nghiệp đến tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech, nhiều nghiên cứu đã tập trung vào mối quan hệ giữa loại hình công việc và mức độ ứng dụng công nghệ tài chính. Các nghiên cứu chỉ ra rằng nghề nghiệp có ảnh hưởng lớn đến cách thức và tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech [73, 15]. Những người làm việc trong các ngành công nghiệp công nghệ cao hoặc tài chính thường có xu hướng sử dụng các sản phẩm fintech nhiều hơn do họ có mức độ am hiểu công nghệ cao và thường xuyên tiếp cận với các dịch vụ này trong công việc. Trong khi đó, những người làm việc trong các ngành nghề truyền thống hoặc có mức độ tiếp cận công nghệ thấp có thể ít sử dụng các sản phẩm fintech hơn do hạn chế về kỹ năng công nghệ và thói quen sử dụng các dịch vụ tài chính truyền thống. Ngoài ra, một số nghiên cứu cũng nhấn mạnh rằng nghề nghiệp có thể ảnh hưởng đến sự nhận thức và thái độ đối với rủi ro khi sử dụng các dịch vụ Fintech [56]. Những người làm việc trong lĩnh vực tài chính có thể dễ dàng chấp nhận và sử dụng Fintech hơn, trong khi những người làm việc trong các lĩnh vực khác có thể e ngại về độ an toàn và bảo mật của các dịch vụ này. Như vậy, nghề nghiệp không chỉ ảnh hưởng đến tần suất sử dụng mà còn

ảnh hưởng đến cách người dùng tiếp cận và cảm nhận về các sản phẩm Fintech, từ đó dẫn đến sự khác biệt rõ rệt trong việc ứng dụng công nghệ tài chính giữa các nhóm nghề nghiệp khác nhau.

2.3.1.6. Tình trạng hôn nhân

Đã có nhiều nghiên cứu đề cập đến mối quan hệ giữa tình trạng hôn nhân và hành vi tiêu dùng. Một số nghiên cứu cho thấy rằng người đã kết hôn thường có xu hướng tiêu dùng khác nhau so với người độc thân [7]. Điều này có thể áp dụng cho cả việc sử dụng sản phẩm Fintech. Người đã kết hôn có thể có những nhu cầu tài chính khác nhau, như chi tiêu cho gia đình, mua nhà, hoặc tiết kiệm cho tương lai. Điều này có thể ảnh hưởng đến việc lựa chọn và sử dụng các sản phẩm Fintech.

Ngoài ra, tình trạng hôn nhân cũng có thể ảnh hưởng đến mức độ tin tưởng và sử dụng công nghệ [20, 65]. Người đã kết hôn có thể có nhiều kinh nghiệm hơn trong việc sử dụng công nghệ và có thể tin tưởng vào các sản phẩm Fintech hơn so với người độc thân. Tuy nhiên, cũng có thể xảy ra trường hợp ngược lại, khi người độc thân có xu hướng sử dụng công nghệ nhiều hơn và dễ dàng chấp nhận các sản phẩm Fintech mới. Mối quan hệ giữa tình trạng hôn nhân và việc tiếp cận sử dụng sản phẩm Fintech là phức tạp và có thể thay đổi tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau. Tuy nhiên, cần có thêm nghiên cứu để hiểu rõ hơn về mối quan hệ này và các yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến việc sử dụng sản phẩm Fintech.

2.3.1.7. Thu nhập

Thu nhập là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech, và nhiều nghiên cứu đã chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa mức thu nhập và việc sử dụng các dịch vụ tài chính công nghệ cao [17, 19]. Người có thu nhập cao thường có xu hướng sử dụng các sản phẩm Fintech nhiều hơn do họ có khả năng tiếp cận và chi trả cho các dịch vụ này dễ dàng hơn. Ngoài ra, người có thu nhập cao thường có kiến thức tài chính tốt hơn và sẵn sàng chấp nhận rủi ro, từ đó thúc đẩy họ sử dụng các công nghệ mới trong quản lý tài chính cá nhân. Ngược lại, người có thu nhập thấp thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận các sản phẩm Fintech do hạn chế về tài chính và kiến thức,

dẫn đến tần suất sử dụng các dịch vụ này thấp hơn. Một số nghiên cứu cũng nhấn mạnh rằng người có thu nhập thấp thường phụ thuộc nhiều hơn vào các phương thức tài chính truyền thống hoặc không sử dụng dịch vụ tài chính nào, do lo ngại về chi phí và tính phức tạp của các sản phẩm Fintech [19]. Sự chênh lệch này dẫn đến sự khác biệt rõ rệt trong việc ứng dụng công nghệ tài chính giữa các nhóm thu nhập khác nhau, từ đó ảnh hưởng đến cách tiếp cận và quản lý tài chính cá nhân của người dùng.

2.3.2. Đo lường tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính

Đo lường tiếp cận sử dụng sản phẩm FinTech là một chủ đề quan trọng trong nghiên cứu về công nghệ tài chính, nhằm hiểu rõ hơn về các yếu tố thúc đẩy người tiêu dùng và doanh nghiệp sử dụng các dịch vụ tài chính dựa trên công nghệ. Các nghiên cứu trước đây đã phát triển nhiều khung lý thuyết và công cụ đo lường khác nhau để đánh giá mức độ chấp nhận FinTech. Một trong những mô hình phổ biến nhất là Mô hình Chấp nhận Công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM), được đề xuất bởi Davis vào năm 1989 [16]. TAM cho thấy rằng hai yếu tố chính, bao gồm tính hữu ích cảm nhận (perceived usefulness) và tính dễ sử dụng cảm nhận (perceived ease of use), có ảnh hưởng đáng kể đến ý định sử dụng công nghệ của người tiêu dùng. Mô hình này đã được nhiều nhà nghiên cứu điều chỉnh và mở rộng để áp dụng trong các bối cảnh nghiên cứu FinTech.

Ngoài TAM, Lý thuyết Hành vi Kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB) của Ajzen cũng được sử dụng rộng rãi trong việc đo lường mức độ chấp nhận FinTech [4]. TPB cho rằng hành vi của con người được định hình bởi ba yếu tố chính: thái độ đối với hành vi, chuẩn mực chủ quan (subjective norms), và kiểm soát hành vi cảm nhận (perceived behavioral control). Những yếu tố này đều có thể áp dụng để đo lường các quyết định chấp nhận công nghệ của người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính. Ngoài ra, các mô hình như Lý thuyết khuếch tán đổi mới (Diffusion of Innovation Theory - DOI) của Rogers cũng được sử dụng để giải thích cách thức mà các sáng tạo tài chính mới lan truyền và được chấp nhận bởi các nhóm người tiêu dùng khác nhau [60]. DOI tập trung vào các đặc điểm như lợi ích tương đối (relative advantage), tính tương thích

(compatibility), và độ phức tạp (complexity) của sản phẩm để dự đoán mức độ chấp nhận.

Để đo lường mức độ chấp nhận FinTech một cách chi tiết, các nhà nghiên cứu còn sử dụng các công cụ khảo sát với các thang đo Likert nhằm thu thập dữ liệu về cảm nhận của người dùng đối với các sản phẩm FinTech [63, 67]. Các yếu tố như tính minh bạch, bảo mật, chi phí, và khả năng tiếp cận cũng được đưa vào các bảng hỏi để đánh giá một cách toàn diện hơn về mức độ chấp nhận. Ngoài ra, nghiên cứu của Krivosheya [32] đánh giá việc tiếp cận sử dụng các sản phẩm FinTech dựa trên tần suất sử dụng các sản phẩm này chứ không chỉ dựa trên việc người tiêu dùng sử dụng hay không sử dụng các sản phẩm Fintech. Bằng cách này, một số kết quả và hàm ý về việc thúc đẩy sử dụng các sản phẩm Fintech có thể được chỉ ra. Các công cụ phân tích định lượng như mô hình cấu trúc (structural equation modeling - SEM) và phân tích hồi quy (regression analysis) cũng được sử dụng để kiểm định các giả thuyết liên quan đến sự chấp nhận FinTech và để xác định các yếu tố tác động mạnh nhất.

Như vậy, việc đo lường mức độ sử dụng FinTech không chỉ dừng lại ở việc áp dụng các mô hình lý thuyết, mà còn bao gồm việc sử dụng đa dạng các công cụ phân tích. Điều này giúp cho các nhà nghiên cứu có thể có cái nhìn sâu sắc và chính xác hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận và sử dụng các dịch vụ tài chính công nghệ cao trong bối cảnh hiện nay.

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

3.1.1. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu là đánh giá tác động của dân trí tài chính số tới tiếp cận sử dụng các sản phẩm công nghệ tài chính của người dân đang sinh sống tại thành phố Hà Nội, tác giả sử dụng kết hợp 2 phương pháp nghiên cứu là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Phương pháp nghiên cứu định tính:

Nghiên cứu định tính được sử dụng nhằm phân tích và tổng hợp các lý thuyết từ các nghiên cứu đã có về dân trí tài chính số và tiếp cận sản phẩm Fintech. Thông qua đó, tác giả đã phân tích nội hàm của dân trí tài chính số và các yếu tố tác động tới tiếp cận sản phẩm Fintech. Phương pháp nghiên cứu định tính được tác giả sử dụng bao gồm:

- ***Phương pháp nghiên cứu tại bàn*** (hay còn gọi là *nghiên cứu thứ cấp*): Phương pháp nghiên cứu có liên quan đến việc sử dụng các dữ liệu có sẵn để tổng hợp và đối chiếu với nghiên cứu đang thực hiện. Nghiên cứu thứ cấp sử dụng những tài liệu nghiên cứu đã được công bố trong các báo cáo nghiên cứu, đề tài nghiên cứu, sách, báo hoặc các tài liệu tương tự. Tác giả đã tìm các mô hình nghiên cứu thực nghiệm có sẵn trước đây, tiến hành thu thập các thông tin, đánh giá và lọc lấy những thông tin phù hợp nhất để đưa vào bài nghiên cứu.

- ***Phương pháp phỏng vấn***: Để thực hiện nghiên cứu, tác giả tiến hành phỏng vấn trực tiếp với khoảng 50 người sinh sống và làm việc trên địa bàn thành phố Hà Nội để đánh giá, xác định thực trạng dân trí tài chính của người dân và tiếp cận sản phẩm Fintech, từ đó xác định các nhân tố tác động và xây dựng bảng hỏi. Thông qua việc thu thập ý kiến tác giả bước đầu có nhận định và đánh giá sơ bộ về các nhân tố ảnh hưởng. Nhìn chung, đa số người được hỏi đều nhận định quan hệ tác động của các nhân tố tới tiếp cận sản phẩm Fintech.

Phương pháp nghiên cứu định lượng:

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng nhằm đánh giá tác động của dân trí tài chính số và một số nhân tố khác tới tiếp cận sản phẩm Fintech của người dân tại Hà Nội. Bộ chỉ số đo lường dân trí tài chính số theo phương pháp định lượng được xây dựng dựa trên bộ câu hỏi của Setiawan và cộng sự [62] cùng với sự điều chỉnh cho phù hợp với thông tin ở Việt Nam.

Trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức, một cuộc khảo sát đã được thực hiện với khoảng 50 người sinh sống và làm việc trên địa bàn thành phố Hà Nội nhằm phát hiện ra những thiếu sót trong việc thiết kế bảng câu hỏi, những nội dung cần phải bổ sung. Đồng thời sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm để điều chỉnh, bổ sung các biến quan sát nhằm xây dựng những tiêu chí đánh giá, chỉnh sửa, loại bỏ hay bổ sung câu hỏi dùng cho nghiên cứu chính thức. Sau khi tiến hành khảo sát sơ bộ thông qua bảng câu hỏi thu về 42 phiếu hợp lệ (đạt tỷ lệ 84%). Số liệu từ khảo sát chính thức sau đó được đưa vào phân tích, đánh giá độ tin cậy và phù hợp của thang đo.

Đối với khảo sát chính thức, phỏng vấn trực tiếp và bảng câu hỏi online Google Form được gửi qua mạng xã hội tới các đối tượng trả lời tiềm năng trên địa bàn thành phố Hà Nội. Kết quả thu về 211 phiếu khảo sát. Trong quá trình phân tích, một số phiếu trả lời được loại bỏ do người trả lời không có tính thống nhất, không mang lại giá trị nghiên cứu và thu được 170 phiếu trả lời câu hỏi phù hợp (đạt tỷ lệ 80.56%).

3.1.2. Mẫu nghiên cứu

Khung lấy mẫu: Người dân sinh sống và làm việc tại địa bàn thành phố Hà Nội.

Phương pháp lấy mẫu: Đối tượng khảo sát rất đa dạng về độ tuổi, giới tính, thu nhập,... nên việc xác định tổng quan là khó khăn. Theo Cohen [14], mẫu tối thiểu phải có tỷ lệ mong muốn là $n = 20 + 5k$ quan sát cho biến trong mô hình (k là số biến dự báo trong mô hình). Do đó, kích thước mẫu tối thiểu cần thiết để kiểm định toàn bộ mô hình là $n = 20 + 5 \cdot 10 = 70$. Dữ liệu được thu thập bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện với bảng câu hỏi có cấu trúc.

3.1.3. Quy trình nghiên cứu

Sau khi xác định mục tiêu nghiên cứu, tổng quan nghiên cứu được tiến hành nhằm xác định cơ sở lý thuyết liên quan dựa trên mục tiêu nghiên cứu. Dựa trên cơ sở lý thuyết tổng hợp, mô hình lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu được thực hiện. Bước tiếp theo, bảng hỏi sơ bộ được xây dựng dựa trên nghiên cứu định tính sơ bộ. Sau khi nghiên cứu định lượng thử nghiệm dựa trên bảng hỏi sơ bộ với một số lượng nhỏ người tham gia, thang đo và mô hình hoàn chỉnh được xác định để đưa vào nghiên cứu chính thức. Dựa trên dữ liệu khảo sát từ bảng hỏi chính thức, nghiên cứu định lượng chính thức được tiến hành nhằm kiểm định các giả thuyết, đưa ra kết quả thảo luận và một số kiến nghị, đề xuất.

3.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Sau khi tiến hành nghiên cứu định tính, tác giả thấy các tiêu chí dân trí tài chính số và các đặc điểm thông tin người trả lời như tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân là các yếu tố có ý nghĩa quan trọng trong nghiên cứu hành vi tiếp cận sử dụng các sản phẩm Fintech của người dân Hà Nội. Dựa trên các phân tích đã trình bày trong chương 2, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu như sau:

$$y_i^* = \alpha + \beta_1 x_i + \beta_2 c_i + \epsilon$$

Trong đó, y_i^* là biến phụ thuộc thể hiện tần suất tiếp cận sản phẩm Fintech của người dân i tại Hà Nội. x_i là biến độc lập dân trí tài chính số của dân i tại Hà Nội. c_i là vector các biến đặc điểm thông tin của người dân i tại Hà Nội.

Năm mức độ khác nhau trong tần suất tiếp cận sử dụng sản phẩm Fintech được thể hiện theo thứ bậc. Trong mô hình trên, giả định y_i^* là biến không quan sát được và chỉ bao gồm các tần suất được quan sát. Do đó, bước đầu tiên cần tham chiếu các mức độ tần suất của y_i^* thành các phân vùng của biến ẩn y_i^* như sau:

$$y_i = \begin{cases} 1, & \text{nếu } y_i^* \leq \mu_1 \\ 2, & \text{nếu } \mu_1 \leq y_i^* \leq \mu_2 \\ 3, & \text{nếu } \mu_2 \leq y_i^* \leq \mu_3 \\ 4, & \text{nếu } \mu_3 \leq y_i^* \leq \mu_4 \\ 5, & \text{nếu } y_i^* \geq \mu_4 \end{cases}$$

Trong đó, μ_r ($r=1,2,3,4$) là các phân đoạn của phạm vi y_i^* liên kết với mỗi giá trị của tần suất.

Các giả thuyết đặt ra:

H1: Dân trí tài chính số có tác động cùng chiều lên tiếp cận sản phẩm Fintech

H2: Tuổi có tác động ngược chiều lên tiếp cận sản phẩm Fintech

H3: Giới tính có tác động ngược chiều lên tiếp cận sản phẩm Fintech

H4: Tình trạng hôn nhân có tác động lên tiếp cận sản phẩm Fintech

H5: Nghề nghiệp có tác động lên tiếp cận sản phẩm Fintech

H6: Trình độ học vấn có tác động lên tiếp cận sản phẩm Fintech

H7: Thu nhập có tác động lên tiếp cận sản phẩm Fintech

3.3. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu được thu thập qua phương pháp nghiên cứu tại bàn và khảo sát.

Phương pháp nghiên cứu tại bàn: Phương pháp này nhằm khai thác dữ liệu và tài liệu thứ cấp, bao gồm các cơ sở lý thuyết, mô hình, và phương pháp nghiên cứu về các nhân tố tác động. Nguồn dữ liệu thứ cấp được lấy từ các báo cáo, bài nghiên cứu, và các trang web chính thống.

Phương pháp khảo sát: Phương pháp khảo sát sử dụng trong nghiên cứu này bao gồm việc thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua hai hình thức chính là phỏng vấn trực tiếp và gửi phiếu khảo sát online. Cụ thể, phỏng vấn trực tiếp được thực hiện để thu thập thông tin chi tiết từ đối tượng nghiên cứu, tạo điều kiện cho người trả lời có thể diễn đạt đầy đủ ý kiến của mình, đồng thời giúp người thực hiện khảo sát có thể quan sát và ghi nhận các biểu hiện phi ngôn ngữ. Bên cạnh

đó, để mở rộng phạm vi tiếp cận và thu thập dữ liệu từ nhiều đối tượng hơn, các phiếu khảo sát cũng được gửi qua email và các nền tảng mạng xã hội, nhằm đảm bảo tính đa dạng và đại diện của mẫu khảo sát. Việc kết hợp cả hai phương pháp này không chỉ giúp tăng cường độ chính xác và tin cậy của dữ liệu thu thập được mà còn giúp giảm thiểu các sai lệch có thể xảy ra trong quá trình khảo sát ...

3.4. Mô tả biến

Khảo sát chính thức được tiến hành để kiểm tra các tác động trong mô hình đo lường đề xuất.

Đo lường dân trí tài chính số:

Biến giải thích chính trong mô hình nghiên cứu (dân trí tài chính số - *DFL*) được đo lường bằng cách sử dụng chỉ số. Chỉ số dân trí tài chính số được áp dụng từ nghiên cứu của Setiawan [62], bao gồm 11 mục đo lường bốn khía cạnh của dân trí tài chính số gồm kỹ năng số, kiến thức số, kinh nghiệm số và nhận thức số. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng cho tất cả các mục, với 1 là hoàn toàn không đồng ý cho đến 5 là hoàn toàn đồng ý. Chỉ số dân trí tài chính số được tính toán bằng cách cộng tổng các Z-score của các thành phần với nhau. Phương pháp này đã được sử dụng trong các nghiên cứu trước đó [70, 71].

Phân tích nhân tố và kiểm định Cronbach's alpha được sử dụng để kiểm tra tính phù hợp và độ tin cậy của các chỉ số. Các hệ số tải nhân tố và các kết quả kiểm định liên quan khác được trình bày trong Phụ lục. Đối với dân trí tài chính số, các hệ số tải nhân tố sử dụng phương pháp thành phần chính từ phép quay varimax cho thấy rằng 11 mục đánh giá đo lường một khái niệm tiềm ẩn chung, được gọi là dân trí tài chính số. Các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0.4. Các hệ số tải nhân tố đối với dân trí tài chính số cho thấy đây là một chỉ số đa chiều, có khả năng đo lường bốn khía cạnh tiềm ẩn cơ bản được đề cập trước đó liên quan đến kỹ năng số, kiến thức số, kinh nghiệm số và nhận thức số. Chỉ số này được đánh giá có độ tin cậy rất cao ($\alpha = 0.9324$). Ngoài ra, kết quả phân tích cho thấy chỉ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là $0.883 > 0.5$, điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp. Kết quả kiểm định Barlett's là 1666.108 với mức p-

value=0.000 cho thấy các biến có tương quan với nhau và thoả điều kiện phân tích nhân tố.

Đo lường tiếp cận sản phẩm Fintech:

Biến phụ thuộc chính là tiếp cận sản phẩm Fintech, được đo lường bằng tần suất sử dụng các sản phẩm này. Bảng câu hỏi yêu cầu những người tham gia cho biết tần suất họ sử dụng các sản phẩm Fintech gồm ví điện tử (EWAL), dịch vụ mua trước trả sau (BNPL), ứng dụng quản lý tài chính cá nhân (PFM) và ứng dụng đầu tư chứng khoán (STO). Biến này là biến phân loại và có giá trị từ 1 đến 5, trong đó 1 được gán cho trường hợp cá nhân không bao giờ sử dụng; 2 – nếu hiếm khi; 3 – nếu thỉnh thoảng; 4 – nếu thường xuyên; và 5 – nếu luôn luôn sử dụng (1 lần/ngày trở lên). Để ước tính mô hình probit, một biến nhị phân được xây dựng dựa trên biến phân loại này. Trong những trường hợp cá nhân luôn luôn hoặc thường xuyên sử dụng sản phẩm Fintech, biến này sẽ nhận giá trị là 1.

Đặc điểm thông tin người trả lời:

Phiếu khảo sát cũng bao gồm các câu hỏi liên quan tới thông tin người trả lời như: tuổi, thu nhập, giới tính, nghề nghiệp, tình trạng hôn nhân và trình độ học vấn. Tuổi được đo lường bằng số năm. Giới tính được xác định là một biến nhị phân, nhận giá trị 1 nếu người trả lời là phụ nữ và 0 trong các trường hợp khác. Trình độ học vấn của người trả lời được xác định dựa trên biến phân loại gồm bốn mục: (1) Tốt nghiệp trung học phổ thông, (2) Tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng hoặc học nghề có chứng chỉ, (3) Tốt nghiệp đại học hoặc (4) Tốt nghiệp thạc sĩ trở lên. Người trả lời cũng được yêu cầu báo cáo tổng thu nhập hàng tháng của bản thân dựa trên 5 biến phân loại: (1) Dưới 5 triệu đồng, (2) Từ 5 triệu đồng đến dưới 10 triệu đồng, (3) Từ 10 triệu đồng đến dưới 15 triệu đồng, (4) Từ 15 triệu đồng đến dưới 20 triệu đồng, hoặc. (5) Từ 20 triệu đồng trở lên. Những người tham gia cũng được hỏi về nghề nghiệp của họ bao gồm: Lĩnh vực công nghiệp, Lĩnh vực giáo dục, Lĩnh vực nông nghiệp, Lĩnh vực Quản lý hành chính, Lĩnh vực tài chính – ngân hàng, Lĩnh vực du lịch, Lĩnh vực thương mại dịch vụ, Lĩnh vực y tế, Sinh viên, Lĩnh vực khác. Tình trạng hôn nhân là biến phân loại gồm ba mục: Độc thân, Đã kết hôn, Ly thân/ly dị/Goá chồng (vợ).

Ngoài ra, người được hỏi cũng trả lời câu hỏi liên quan tới cú shock tài chính mà họ gặp phải. Biến này là biến nhị phân, nhận giá trị 1 nếu người trả lời đã từng trải qua các cú shock về tài chính như bị mất một số tiền lớn, bị lừa tiền và 0 trong các trường hợp khác. Người trả lời cũng được hỏi về nơi họ đang sinh sống thuộc quận/huyện nào của Hà Nội. Dựa trên các thông tin này, biến nhị phân *Urban* được xây dựng, nhận giá trị 1 nếu người trả lời sống tại các quận nội thành Hà Nội và 0 nếu sống ở ngoại thành Hà Nội.

Bảng 3-1: Mô tả biến

Biến	Mô tả
EWAL	Mức độ sử dụng ví điện tử, 1 = Không bao giờ, 2 = Hiếm khi, 3 = Thỉnh thoảng, 4 = Thường xuyên, 5 = Luôn luôn (1 lần/ngày trở lên)
BNPL	Mức độ sử dụng mua trước trả sau, 1 = Không bao giờ, 2 = Hiếm khi, 3 = Thỉnh thoảng, 4 = Thường xuyên, 5 = Luôn luôn (1 lần/ngày trở lên)
PFM	Mức độ sử dụng ứng dụng quản lý tài chính cá nhân, 1 = Không bao giờ, 2 = Hiếm khi, 3 = Thỉnh thoảng, 4 = Thường xuyên, 5 = Luôn luôn (1 lần/ngày trở lên)
STO	Mức độ sử dụng ứng dụng đầu tư chứng khoán, 1 = Không bao giờ, 2 = Hiếm khi, 3 = Thỉnh thoảng, 4 = Thường xuyên, 5 = Luôn luôn (1 lần/ngày trở lên)
DFL	Chỉ số dân trí tài chính số
AGE	Tuổi, tính bằng năm
GEN	Giới tính, biến nhị phân lấy giá trị 1 nếu người trả lời là nữ, 0 nếu là nam
MAR	Tình trạng hôn nhân; 1= Độc thân, 2= Đã kết hôn, 3= Ly thân/ly dị/goá chồng

EDU	Trình độ học vấn; 1= Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc thấp hơn, 2= Tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng hoặc học nghề có chứng chỉ, 3= Tốt nghiệp đại học, 4= Tốt nghiệp thạc sĩ trở lên.
JOB	Nghề nghiệp; 1= Lĩnh vực công nghiệp, 2= Lĩnh vực giáo dục, 3= Lĩnh vực nông nghiệp, 4= Lĩnh vực Quản lý hành chính, 5= Lĩnh vực tài chính – ngân hàng, 6= Lĩnh vực du lịch, 7= Lĩnh vực thương mại dịch vụ, 8= Lĩnh vực y tế, 9= Sinh viên, 10= Lĩnh vực khác
INC	Thu nhập hàng tháng;
SHOCK	Biến cố tài chính, biến nhị phân lấy giá trị bằng 1 nếu người trả lời từng trải qua các biến cố tài chính như bị lừa hoặc mất một số tiền lớn và 0 trong trường hợp còn lại.

3.1 Phương pháp phân tích số liệu

Việc phân tích và xử lý dữ liệu được tiến hành sau khi thu thập được dữ liệu chính thức. Nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy probit thứ bậc (ordered probit) và chạy trên phần mềm thống kê Stata để đánh giá tác động của dân trí tài chính số tới tiếp cận các sản phẩm Fintech của người dân tại Hà Nội.

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đặc điểm đối tượng tham gia khảo sát

Bảng 4-1: Đặc điểm tuổi và giới tính và đối tượng trả lời khảo sát

Đặc điểm	Phân loại	Freq.	Percentage	Cum.
Tuổi	15-22	42	24.70	24.70
	22-30	56	32.94	57.64
	30-40	58	34.12	91.16
	40-50	12	7.06	98.82
	>50	2	1.18	100.00
	Tổng	170	100.00	
Giới tính	Nam	84	49.41	49.41
	Nữ	86	50.59	100.00
	Tổng	170	100.00	

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

Bảng tần suất trên cung cấp thông tin về sự phân bố tuổi và giới tính của 170 người tham gia khảo sát liên quan đến việc sử dụng các sản phẩm FinTech.

Về đặc điểm tuổi tác, nhóm tuổi từ 15-22 chiếm 24.7% trong tổng số mẫu, tương đương 42 người. Nhóm tuổi từ 22-30 chiếm tỷ lệ cao nhất với 32.94% (56 người), tiếp theo là nhóm tuổi từ 30-40 với 34.12% (58 người). Như vậy, hai nhóm tuổi từ 22-30 và 30-40 chiếm phần lớn số lượng người tham gia khảo sát, với tổng cộng 67.06%. Nhóm tuổi từ 40-50 chỉ chiếm 7.06% (12 người), trong khi nhóm tuổi trên 50 chỉ có 2 người, chiếm tỷ lệ thấp nhất là 1.18%. Điều này cho thấy rằng mẫu khảo sát chủ yếu tập trung vào những người trẻ tuổi và trung niên, có thể vì họ là nhóm đối tượng chủ yếu sử dụng các sản phẩm FinTech trong cuộc sống hàng ngày.

Về giới tính, tỷ lệ nam và nữ trong mẫu khảo sát khá cân bằng. Cụ thể, có 84 nam giới, chiếm 49.41% tổng số mẫu, trong khi số lượng nữ giới là 86, chiếm 50.59%. Sự phân bố này cho thấy rằng nghiên cứu đã đạt được một mức độ cân bằng về giới tính, giúp đảm bảo tính đại diện và giảm thiểu sai lệch trong việc phân tích hành vi sử dụng sản phẩm FinTech theo giới tính.

Tóm lại, bảng tần suất cho thấy mẫu khảo sát có sự phân bố đồng đều về giới tính, đồng thời tập trung nhiều vào các nhóm tuổi từ 22 đến 40, những nhóm tuổi được coi là có tiềm năng sử dụng các sản phẩm FinTech nhiều hơn trong thực tế.

Bảng 4-2: Thông tin chung của đối tượng khảo sát

Đặc điểm	Phân loại	Freq	Percentage	Cum.
Trình độ học vấn	Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc thấp hơn	47	27.65	27.65
	Tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng hoặc học nghề có chứng chỉ	22	12.94	40.59
	Tốt nghiệp đại học	83	48.82	89.41
	Tốt nghiệp thạc sĩ trở lên	18	10.59	100.00
	Tổng	170	100.00	
Nghề nghiệp	Lĩnh vực công nghiệp	11	6.47	6.47
	Lĩnh vực giáo dục	16	9.41	15.88
	Lĩnh vực nông nghiệp	0	0	0
	Lĩnh vực Quản lý hành chính	6	3.53	19.41
	Lĩnh vực tài chính – ngân hàng	34	20.00	39.41
	Lĩnh vực du lịch	1	0.59	40.00
	Lĩnh vực thương mại dịch vụ	14	8.24	48.24
	Lĩnh vực y tế	9	5.29	53.53
	Sinh viên	34	20.00	73.53
	Lĩnh vực khác	45	26.47	100.00
	Tổng	170	100.00	
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	95	55.88	55.88
	Đã kết hôn	73	42.94	98.82
	Ly thân/ly dị/goá chồng	2	1.18	100.00
	Tổng	170	100.00	
Thu nhập	Dưới 5 triệu	33	19.41	19.41
	5-10 triệu	46	27.06	46.47
	10-15 triệu	41	24.12	70.59
	15-20 triệu	18	10.59	81.18
	Trên 20 triệu	32	18.82	100.00
	Tổng	170	100.00	

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

Bảng tần suất trên cung cấp thông tin về các đặc điểm nhân khẩu học của 170 người tham gia khảo sát, bao gồm trình độ học vấn, nghề nghiệp, tình trạng hôn nhân, và thu nhập.

Về trình độ học vấn, phần lớn người tham gia có trình độ học vấn cao, với 48.82% đã tốt nghiệp đại học và 10.59% có trình độ thạc sĩ trở lên. Số người có trình độ trung học phổ thông hoặc thấp hơn chiếm 27.65%, và 12.94% đã tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng hoặc các chương trình học nghề có chứng chỉ. Điều này cho thấy nhóm khảo sát bao gồm những người có trình độ học vấn khá cao, phù hợp với mục tiêu nghiên cứu về việc sử dụng các sản phẩm FinTech, vốn đòi hỏi một mức độ hiểu biết nhất định về công nghệ tài chính.

Về nghề nghiệp, các lĩnh vực tài chính – ngân hàng và sinh viên chiếm tỷ lệ cao nhất, mỗi nhóm chiếm 20% tổng số mẫu. Điều này phản ánh mối liên hệ giữa nghề nghiệp và khả năng tiếp cận cũng như sử dụng các sản phẩm FinTech, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng. Các lĩnh vực khác như công nghiệp, giáo dục, và thương mại dịch vụ có tỷ lệ tham gia thấp hơn, lần lượt chiếm 6.47%, 9.41%, và 8.24%. Đáng chú ý, không có người tham gia nào từ lĩnh vực nông nghiệp, có thể do sự khác biệt về nhu cầu và mức độ tiếp cận công nghệ tài chính trong lĩnh vực này. Ngoài ra, nhóm "Lĩnh vực khác" chiếm 26.47%, cho thấy sự đa dạng trong nghề nghiệp của người tham gia.

Về tình trạng hôn nhân, 55.88% người tham gia độc thân, trong khi 42.94% đã kết hôn. Tỷ lệ người ly thân, ly dị, hoặc góa chồng là rất thấp, chỉ chiếm 1.18%. Điều này cho thấy mẫu khảo sát có sự đa dạng về tình trạng hôn nhân, mặc dù phần lớn là người độc thân.

Về thu nhập, nhóm thu nhập từ 5-10 triệu đồng chiếm tỷ lệ cao nhất với 27.06%, tiếp theo là nhóm thu nhập từ 10-15 triệu đồng (24.12%). Nhóm thu nhập dưới 5 triệu đồng và trên 20 triệu đồng lần lượt chiếm 19.41% và 18.82%. Tỷ lệ người có thu nhập từ 15-20 triệu đồng là 10.59%. Những con số này cho thấy mẫu khảo sát có sự phân bố thu nhập tương đối đồng đều, với sự hiện diện của các nhóm thu nhập khác nhau, giúp phản ánh đa dạng tình hình kinh tế của người sử dụng các sản phẩm FinTech.

4.2. Thống kê mô tả

Sau khi thu thập số liệu, tổng hợp, tiến hành chạy phần mềm thống kê phân tích, tác giả đã có được kết quả như sau:

Bảng 4-3: Thống kê mô tả dân trí tài chính số

	Obs	Mean	S.D.	Min	Median	Max
DFL1	170	3.129412	1.128315	1	3	5
DFL2	170	3.129412	1.0296	1	3	5
DFL3	170	2.547059	1.099014	1	3	5
DFL4	170	2.482353	1.067118	1	3	5
DFL5	170	2.994118	0.9326241	1	3	5
DFL6	170	2.582353	1.06961	1	3	5
DFL7	170	2.458824	1.077505	1	3	5
DFL8	170	2.341176	1.021114	1	3	5
DFL9	170	2.558824	0.9727402	1	3	5
DFL10	170	2.864706	0.9967053	1	3	5
DFL11	170	2.788235	0.9922077	1	3	5

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

Bảng 4-4: Thang đo dân trí tài chính số

Biến	Tiêu chí	Thang đo
DFL1	Tôi nhận thức về rủi ro tài chính tiềm ẩn khi sử dụng sản phẩm FinTech, chẳng hạn như tính hợp pháp của nhà cung cấp FinTech, lãi suất và phí giao dịch.	1 = Hoàn toàn không đồng ý 2 = Không đồng ý 3 = Đồng ý 4 = Rất đồng ý 5 = Hoàn toàn đồng ý
DFL2	Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech cho thanh toán số như MoMo, Apple Pay, Samsung Pay, SPayLater, ...	
DFL3	Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech để vay nợ và đầu tư như MoMo, Viettel Money, TCInvest, VNDIRECT, ...	
DFL4	Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech để quản lý tài sản như Topi, Finhay, Money Lover, MoneyNote, ...	
DFL5	Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm thanh toán số như MoMo, Apple Pay, Samsung Pay ...	
DFL6	Tôi có hiểu biết tốt về sản phẩm quản lý tài sản số như Topi, Finhay, Money Lover, ...	
DFL7	Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm đầu tư số như Topi, TCInvest, VNDIRECT, ...	
DFL8	Tôi có hiểu biết tốt về sản phẩm bảo hiểm số như InOne, OPES, MB Ageas Life, ...	

DFL9	Tôi có hiểu biết tốt về quyền lợi và bảo vệ khách hàng cũng như thủ tục khiếu nại về sản phẩm của nhà cung cấp FinTech
DFL10	Tôi có thể quản lý tiền trên các ứng dụng Fintech, ví dụ như theo dõi xem mình đã chi bao nhiêu khi mua sắm trực tuyến hay chuyển tiền.
DFL11	Tôi có thể kiểm soát tiền trên các ứng dụng FinTech một cách hiệu quả bằng cách theo dõi mức phí chi tiêu cho từng ứng dụng đó

Nhận xét: Giá trị trung bình của DFL1, DFL2, DFL5, DFL10, DFL11 đều ở mức xấp xỉ bằng 3, như vậy các đáp viên có ý kiến trung lập với các tiêu chí “Tôi nhận thức về rủi ro tài chính tiềm ẩn khi sử dụng sản phẩm FinTech, chẳng hạn như tính hợp pháp của nhà cung cấp FinTech, lãi suất và phí giao dịch”, “Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech cho thanh toán số như MoMo, Apple Pay, Samsung Pay, SPayLater, ...”, “Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm thanh toán số như MoMo, Apple Pay, Samsung Pay ...”, “Tôi có thể quản lý tiền trên các ứng dụng Fintech, ví dụ như theo dõi xem mình đã chi bao nhiêu khi mua sắm trực tuyến hay chuyển tiền.”, “Tôi có thể kiểm soát tiền trên các ứng dụng FinTech một cách hiệu quả bằng cách theo dõi mức phí chi tiêu cho từng ứng dụng đó”. Kết quả này cho thấy kiến thức số và nhận thức về sản phẩm số của các đáp viên ở mức trung bình, họ chưa thực sự chắc chắn về các sản phẩm Fintech.

Trong khi đó, giá trị trung bình của các mục còn lại gồm “Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech để vay nợ và đầu tư như MoMo, Viettel Money, TCInvest, VNDIRECT, ...”, “Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech để quản lý tài sản như Topi, Finhay, Money Lover, MoneyNote, ...”, “Tôi có hiểu biết tốt về sản phẩm quản lý tài sản số như Topi, Finhay, Money Lover, ...”, “Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm đầu tư số như Topi, TCInvest, VNDIRECT, ...”, “Tôi có hiểu biết tốt về sản phẩm bảo hiểm số như InOne, OPES, MB Ageas Life, ...”, “Tôi có hiểu biết tốt về quyền lợi và bảo vệ khách hàng cũng như thủ tục khiếu nại về sản phẩm của nhà cung cấp FinTech” ở mức thấp trên 2. Điều này cho thấy các đáp viên chưa có kiến thức, kinh nghiệm và

nhận thức tốt với các sản phẩm Fintech như ứng dụng quản lý tài sản hay đầu tư chứng khoán.

Bảng 4-5: Thống kê mô tả tiếp cận sản phẩm Fintech

	Obs	Mean	S.D.	Min	Median	Max
EWAL	170	2.876471	1.021676	1	3	5
BNPL	170	1.647059	0.9755094	1	1	5
PFM	170	1.705882	1.128685	1	1	5
STO	170	1.482353	1.021795	1	1	5

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

Bảng 4-6: Tiếp cận sản phẩm Fintech

Biến	Tiêu chí	Thang đo
EWAL	Ví điện tử (MoMo, Apple Pay, ...)	1 = Không bao giờ 2 = Hiếm khi 3 = thỉnh thoảng 4 = Thường xuyên 5 = Luôn luôn (1 lần/ngày trở lên)
BNPL	Dịch vụ mua trước trả sau (SPayLater, Home PayLater, ...)	
PFM	Ứng dụng quản lý tài chính cá nhân (Money Lover, MoneyNote, ...)	
STO	Ứng dụng đầu tư chứng khoán (Topi, Fmarket, Infina, TCInvest, ...)	

Bảng thống kê mô tả trên cung cấp thông tin về các biến số liên quan đến việc sử dụng các sản phẩm FinTech, được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm. Các biến số bao gồm EWAL (ví điện tử), BNPL (mua trước trả sau), PFM (quản lý tài chính cá nhân), và STO (ứng dụng đầu tư chứng khoán).

Trước hết, biến EWAL có số quan sát là 170 với giá trị trung bình là 2.88 và độ lệch chuẩn là 1.02, cho thấy rằng mức độ sử dụng ví điện tử của người dùng ở mức trung bình cao hơn so với các sản phẩm FinTech khác. Giá trị trung vị (Median) của EWAL là 3, ngụ ý rằng phần lớn người dùng đánh giá tần suất sử dụng ví điện tử ở mức trung bình hoặc cao hơn. Với giá trị tối thiểu là 1 và tối đa là 5, biến EWAL có sự phân bố rộng, phản ánh sự đa dạng trong mức độ sử dụng ví điện tử.

Biến BNPL có giá trị trung bình là 1.65 với độ lệch chuẩn là 0.98, cho thấy rằng tần suất sử dụng dịch vụ "mua trước trả sau" khá thấp trong mẫu nghiên cứu này. Giá trị trung vị là 1, nghĩa là phần lớn người dùng sử dụng dịch vụ này rất ít hoặc không sử dụng. Điều này có thể cho thấy sự chưa phổ biến của dịch vụ BNPL trong nhóm người tham gia khảo sát.

Biến PFM có giá trị trung bình là 1.71 và độ lệch chuẩn là 1.13, phản ánh rằng mức độ sử dụng công cụ quản lý tài chính cá nhân cũng thấp, tương tự như BNPL. Giá trị trung vị là 1, ngụ ý rằng nhiều người tham gia không sử dụng hoặc ít khi sử dụng công cụ này. Điều này có thể được lý giải bởi sự phức tạp của các công cụ PFM hoặc thiếu hiểu biết về lợi ích của chúng.

Cuối cùng, biến STO có giá trị trung bình là 1.48 và độ lệch chuẩn là 1.02, cho thấy rằng tần suất sử dụng các ứng dụng liên quan đến đầu tư cổ phiếu cũng rất thấp. Giá trị trung vị là 1 và giá trị tối đa là 5, cho thấy phần lớn người dùng ít sử dụng ứng dụng này, nhưng có một số ít người sử dụng rất thường xuyên.

Tóm lại, phân tích thống kê mô tả này cho thấy rằng trong mẫu khảo sát, ví điện tử (EWAL) là sản phẩm FinTech được sử dụng phổ biến nhất, trong khi các sản phẩm như BNPL, PFM, và STO có mức độ sử dụng thấp hơn đáng kể. Điều này có thể phản ánh mức độ tiếp cận và sự phổ biến khác nhau của các sản phẩm FinTech trong cuộc sống hàng ngày của người tiêu dùng.

Bảng 4-7: Hệ số tương quan Pearson

	EWAL	BNPL	PFM	STO	DFL	AGE	MAR	EDU	JOB	INC
EWAL	1									
BNPL	0.2647*	1								
PFM	0.3326*	0.2652*	1							
STO	0.0744	0.2498*	0.3392*	1						
DFL	0.3296*	0.3474*	0.4026*	0.3317*	1					
AGE	-0.2248*	0.0727	-0.064	0.0599	-0.0802	1				
MAR	-0.0608	0.1878*	0.0266	0.0095	-0.0522	0.7054*	1			
EDU	0.0684	0.0386	0.0738	0.2257*	0.0625	0.4785*	0.4316*	1		
JOB	0.118	0.0233	0.0206	-0.0478	0.0483	-0.2975*	-0.1785*	-0.3784*	1	
INC	-0.0241	-0.0026	0.1152	0.2634*	0.0319	0.6549*	0.541*	0.6147*	-0.2441*	1

* thể hiện tương quan có ý nghĩa ở mức 5%

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

Bảng hệ số tương quan Pearson trên cung cấp cái nhìn tổng quan về mối quan hệ giữa các biến số liên quan đến việc sử dụng các sản phẩm FinTech, bao gồm EWAL (ví điện tử), BNPL (mua trước trả sau), PFM (quản lý tài chính cá nhân), STO (ứng dụng đầu tư chứng khoán), DFL (hiểu biết tài chính số), và các biến nhân khẩu học như AGE (tuổi), MAR (tình trạng hôn nhân), EDU (trình độ học vấn), JOB (nghề nghiệp), và INC (thu nhập).

Trước hết, có sự tương quan tích cực đáng kể giữa DFL và các sản phẩm FinTech như EWAL ($r = 0.3296^*$), BNPL ($r = 0.3474^*$), và PFM ($r = 0.4026^*$). Điều này cho thấy rằng những người có hiểu biết tài chính số cao hơn thường có xu hướng sử dụng các dịch vụ FinTech với tần suất cao hơn, phù hợp với các nghiên cứu trước đó về vai trò quan trọng của hiểu biết tài chính số trong việc thúc đẩy sự chấp nhận và sử dụng FinTech.

Ngoài ra, PFM có mối tương quan tích cực với cả EWAL ($r = 0.3326^*$) và BNPL ($r = 0.2652^*$), gợi ý rằng người dùng có xu hướng sử dụng nhiều sản phẩm FinTech khác nhau để quản lý tài chính cá nhân một cách hiệu quả. Mối tương quan giữa STO và PFM ($r = 0.3392^*$) cũng cho thấy những người quản lý tài chính cá nhân có khả năng đầu tư vào cổ phiếu cao hơn.

Đối với các biến nhân khẩu học, AGE có mối tương quan âm với EWAL ($r = -0.2248^*$), ngụ ý rằng người trẻ tuổi có xu hướng sử dụng ví điện tử nhiều hơn so với người lớn tuổi. Đồng thời, AGE cũng có mối tương quan mạnh với INC ($r = 0.6549^*$), cho thấy thu nhập thường tăng lên theo độ tuổi.

Cuối cùng, JOB có mối tương quan âm với AGE ($r = -0.2975^*$) và INC ($r = -0.2441^*$), điều này có thể phản ánh sự khác biệt trong nghề nghiệp của các nhóm tuổi khác nhau và tác động của nghề nghiệp đến mức thu nhập. Tình trạng hôn nhân (MAR) cũng có mối tương quan tích cực đáng kể với INC ($r = 0.541^*$), điều này có thể cho thấy rằng những người đã kết hôn thường có mức thu nhập cao hơn.

Nhìn chung, bảng hệ số tương quan Pearson này cung cấp nhiều thông tin quan trọng về mối quan hệ giữa các yếu tố nhân khẩu học và tần suất sử dụng các sản phẩm FinTech, hỗ trợ việc hiểu rõ hơn về hành vi tài chính của người tiêu dùng trong bối cảnh số hóa hiện nay.

4.3. Kết quả phân tích hồi quy

Bảng 4-8: Bảng kết quả hồi quy mô hình ordered probit

Dependent variable	(1) EWAL	(2) BNPL	(3) PFM	(4) STO
DFL	0.043*** (0.011)	0.066*** (0.014)	0.084*** (0.016)	0.049*** (0.016)
AGE	-0.095*** (0.023)	-0.031 (0.026)	-0.085*** (0.030)	-0.025 (0.033)
GEN	0.349* (0.193)	-0.212 (0.220)	0.606*** (0.231)	-0.072 (0.265)
MAR=2	0.331 (0.266)	0.913*** (0.345)	0.505 (0.346)	-0.479 (0.394)
MAR=3	2.449** (0.992)	3.500*** (1.063)	3.406*** (1.284)	6.750 (229.223)
EDU=3	-0.083 (0.352)	-0.075 (0.425)	0.072 (0.462)	0.884* (0.520)
EDU=4	0.233 (0.304)	-0.086 (0.357)	-0.254 (0.372)	0.399 (0.443)
EDU=5	0.304 (0.439)	-0.338 (0.524)	-0.345 (0.564)	1.240** (0.614)
JOB=2	0.574 (0.499)	0.992 (0.619)	-0.378 (0.610)	-0.384 (0.714)
JOB=4	0.672 (0.598)	1.425** (0.693)	-0.606 (0.714)	0.367 (0.807)
JOB=5	0.308 (0.413)	0.352 (0.546)	-0.481 (0.506)	0.016 (0.563)
JOB=6	0.974 (1.188)	-2.929 (297.484)	-4.372 (134.163)	-3.833 (783.006)
JOB=7	0.550 (0.461)	0.111 (0.626)	-0.563 (0.563)	0.263 (0.613)
JOB=8	0.475 (0.571)	0.339 (0.699)	-1.068 (0.788)	-5.093 (229.218)
JOB=9	0.849* (0.451)	0.569 (0.582)	-1.258** (0.557)	-0.516 (0.647)
JOB=10	0.550 (0.396)	0.625 (0.522)	-0.325 (0.482)	-0.028 (0.551)
INC=2	0.875*** (0.315)	-0.095 (0.357)	-0.389 (0.372)	-0.189 (0.496)

Dependent variable	(1) EWAL	(2) BNPL	(3) PFM	(4) STO
INC=3	0.859** (0.404)	-0.167 (0.460)	-0.487 (0.478)	0.087 (0.564)
INC=4	1.315*** (0.474)	0.666 (0.520)	1.155** (0.557)	0.710 (0.645)
INC=5	0.870** (0.440)	-0.714 (0.516)	0.400 (0.530)	0.661 (0.614)
SHOCK	0.371** (0.187)	0.363* (0.215)	0.108 (0.225)	0.600** (0.273)
Region fixed effects	0.508*** (0.181)	0.064 (0.209)	0.421* (0.223)	0.190 (0.263)
Observations	170	170	170	170
Pseudo R2	0.1511	0.1734	0.2154	0.2286

Standard errors in parentheses: * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

Bảng kết quả trên thể hiện các hệ số ước lượng từ mô hình probit thứ bậc, phân tích mối quan hệ giữa các biến độc lập như hiểu biết tài chính số (DFL), tuổi (AGE), giới tính (GEN), tình trạng hôn nhân (MAR), trình độ học vấn (EDU), nghề nghiệp (JOB), thu nhập (INC), và cú sốc tài chính (SHOCK) đối với các biến phụ thuộc EWAL, BNPL, PFM, và STO.

Kết quả cho thấy, biến DFL có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% đối với tất cả các biến phụ thuộc, điều này cho thấy rằng khi hiểu biết tài chính số tăng, tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech cũng tăng lên. Cụ thể, hệ số của DFL dao động từ 0.043 đến 0.084 cho các mô hình khác nhau, cho thấy mức độ ảnh hưởng khá ổn định.

Về biến tuổi (AGE), hệ số ước lượng mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% đối với EWAL và PFM, gợi ý rằng người dùng trẻ tuổi có xu hướng sử dụng ví điện tử và các ứng dụng quản lý tài chính cá nhân nhiều hơn so với người dùng lớn tuổi. Tuy nhiên, biến AGE không có ý nghĩa thống kê đối với BNPL và STO.

Biến GEN (giới tính) có tác động dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 10% đối với EWAL và PFM, nhưng không có ý nghĩa đối với BNPL và STO, điều

này cho thấy nữ giới có xu hướng sử dụng ví điện tử và các ứng dụng quản lý tài chính cá nhân cao hơn. Tình trạng hôn nhân (MAR) chỉ có tác động đáng kể đối với BNPL trong khi biến EDU (trình độ học vấn) và JOB (nghề nghiệp) không có ảnh hưởng rõ ràng và nhất quán trong tất cả các mô hình.

Biến INC (thu nhập) có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa đối với EWAL và PFM, nhưng không có ý nghĩa với BNPL và STO, gợi ý rằng người có thu nhập cao hơn có xu hướng sử dụng ví điện tử và quản lý tài chính cá nhân nhiều hơn.

Cuối cùng, biến SHOCK thể hiện tác động dương và có ý nghĩa thống kê đối với EWAL, BNPL, và STO, cho thấy rằng những người trải qua các cú sốc tài chính có xu hướng gia tăng tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech.

CHƯƠNG 5: THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Từ kết quả phân tích trên, có thể rút ra một số kết luận quan trọng về tác động của các yếu tố cá nhân đối với tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech. Trước hết, hiểu biết tài chính số có vai trò quyết định trong việc tăng cường sử dụng các dịch vụ Fintech, bao gồm ví điện tử, mua trước trả sau, ứng dụng quản lý tài chính cá nhân, và ứng dụng đầu tư chứng khoán. Điều này cho thấy rằng việc nâng cao hiểu biết về tài chính số là một yếu tố then chốt trong việc thúc đẩy việc áp dụng công nghệ tài chính.

Tuổi tác cũng có tác động đáng kể đến việc sử dụng các sản phẩm Fintech, với người trẻ tuổi có xu hướng sử dụng ví điện tử và các ứng dụng quản lý tài chính cá nhân thường xuyên hơn. Đây là một chỉ báo quan trọng về sự khác biệt thế hệ trong hành vi sử dụng công nghệ tài chính.

Ngoài ra, kết quả cho thấy nữ giới có xu hướng sử dụng ví điện tử và quản lý tài chính cá nhân nhiều hơn so với nam giới, điều này phản ánh sự khác biệt về giới tính trong việc tiếp cận và sử dụng các công cụ tài chính số.

Thu nhập cũng là một yếu tố ảnh hưởng đáng kể, với những người có thu nhập cao hơn có xu hướng sử dụng các dịch vụ Fintech nhiều hơn, đặc biệt là trong việc quản lý tài chính cá nhân và sử dụng ví điện tử. Điều này gợi ý rằng mức độ tài chính cá nhân có thể đóng vai trò như một rào cản hoặc động lực cho việc áp dụng các công nghệ tài chính.

Cuối cùng, các cá nhân đã trải qua cú sốc tài chính có xu hướng gia tăng tần suất sử dụng các sản phẩm Fintech, cho thấy rằng những trải nghiệm tài chính tiêu cực có thể thúc đẩy sự chấp nhận công nghệ tài chính như một biện pháp quản lý rủi ro. Kết quả này có thể có ý nghĩa quan trọng cho các chính sách khuyến khích sự phổ biến và sử dụng các dịch vụ Fintech trong các tình huống khủng hoảng tài chính.

5.2. Một số khuyến nghị

5.2.1. *Nâng cao hiểu biết tài chính số*

Để nâng cao hiểu biết tài chính số, các tổ chức tài chính và ngân hàng cần triển khai các chương trình giáo dục tài chính số một cách toàn diện và sâu rộng, đặc biệt tập trung vào các nhóm đối tượng có thu nhập thấp, trình độ học vấn chưa cao, hoặc chưa quen thuộc với các sản phẩm Fintech. Các chương trình này nên bao gồm việc cung cấp các khóa học trực tuyến, hội thảo, và tài liệu hướng dẫn dễ tiếp cận, sử dụng ngôn ngữ đơn giản và ví dụ thực tiễn nhằm giúp người dùng hiểu rõ hơn về các công cụ tài chính số. Ngoài ra, cần xây dựng các ứng dụng học tập di động thân thiện với người dùng, cho phép họ học tập theo tiến độ cá nhân và áp dụng kiến thức ngay vào quản lý tài chính hàng ngày.

Bên cạnh đó, các ngân hàng và tổ chức tài chính nên hợp tác với các trường học, tổ chức cộng đồng, và cơ quan quản lý nhà nước để đưa giáo dục tài chính số vào chương trình giảng dạy từ sớm, giúp nâng cao nhận thức và kỹ năng tài chính của người dân từ khi còn trẻ. Việc tạo ra các chiến dịch truyền thông xã hội và quảng bá tích cực cũng sẽ góp phần tăng cường sự hiểu biết và niềm tin vào các sản phẩm Fintech.

Cuối cùng, cần thiết lập các công cụ đánh giá và theo dõi tiến độ học tập, nhằm đo lường hiệu quả của các chương trình giáo dục tài chính số và điều chỉnh nội dung, phương pháp giảng dạy phù hợp với nhu cầu và mức độ hiểu biết của người dùng. Việc này sẽ không chỉ giúp tăng cường việc sử dụng các dịch vụ Fintech mà còn nâng cao khả năng quản lý tài chính cá nhân, giảm thiểu rủi ro tài chính trong cộng đồng.

5.2.2. *Phát triển sản phẩm Fintech phù hợp với giới trẻ*

Các công ty Fintech nên tập trung vào việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ được thiết kế đặc biệt cho nhóm đối tượng trẻ tuổi. Để thu hút và đáp ứng nhu cầu của người dùng trẻ, các sản phẩm fintech cần được thiết kế với giao diện người dùng thân thiện và dễ sử dụng. Điều này bao gồm việc sử dụng các thiết kế trực quan, dễ hiểu và tương thích với các thiết bị di động, vì giới trẻ thường sử dụng smartphone và máy tính bảng làm công cụ chính để quản lý tài chính.

Hơn nữa, các công ty Fintech nên tích hợp các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI) và blockchain vào sản phẩm của mình. Công nghệ AI có thể được sử dụng để cung cấp các tính năng cá nhân hóa như gợi ý đầu tư, lập kế hoạch tài chính tự động và phân tích chi tiêu, trong khi blockchain có thể cải thiện tính bảo mật và minh bạch trong các giao dịch tài chính.

Các ứng dụng Fintech cũng cần cung cấp tính năng tích hợp đa dạng, chẳng hạn như kết nối với các dịch vụ thanh toán trực tuyến, ngân hàng số, và các ứng dụng giao dịch chứng khoán, để tạo ra một hệ sinh thái tài chính đồng bộ và tiện lợi cho người dùng. Điều này không chỉ giúp nâng cao sự trải nghiệm người dùng mà còn khuyến khích việc sử dụng thường xuyên các sản phẩm fintech.

Ngoài ra, việc tổ chức các chương trình giáo dục và đào tạo trực tuyến về tài chính cho giới trẻ cũng rất quan trọng. Những chương trình này có thể giúp người dùng trẻ hiểu rõ hơn về các sản phẩm tài chính, cách sử dụng chúng một cách hiệu quả và các lợi ích của việc quản lý tài chính cá nhân. Các công ty fintech có thể hợp tác với các tổ chức giáo dục hoặc các influencer (người có ảnh hưởng) trong lĩnh vực tài chính để gia tăng sự tiếp cận và tác động của các chương trình này.

Cuối cùng, việc thu thập phản hồi từ người dùng trẻ và điều chỉnh các sản phẩm dựa trên phản hồi đó là rất quan trọng để đảm bảo rằng sản phẩm luôn phù hợp với nhu cầu và mong đợi của thị trường mục tiêu. Bằng cách thực hiện các biện pháp này, các công ty Fintech có thể gia tăng sự hấp dẫn và hiệu quả của các sản phẩm của mình đối với nhóm khách hàng trẻ tuổi.

5.2.3. Tăng cường sự tham gia của nữ giới trong Fintech

Để thúc đẩy sự tham gia của nữ giới trong lĩnh vực Fintech, các tổ chức tài chính và công ty Fintech cần thực hiện một số chương trình và sáng kiến nhằm hỗ trợ và khuyến khích phụ nữ sử dụng và phát triển các công cụ tài chính số. Đầu tiên, việc cung cấp các dịch vụ tư vấn tài chính đặc biệt dành cho phụ nữ là rất quan trọng. Các dịch vụ này có thể bao gồm tư vấn về quản lý tài chính cá nhân, đầu tư, tiết kiệm, và lập kế hoạch tài chính cho gia đình. Bằng cách cung cấp dịch vụ tư vấn từ các chuyên gia tài chính nữ hoặc tạo ra môi trường tư vấn

thân thiện và nhạy cảm với các vấn đề riêng biệt của phụ nữ, các tổ chức có thể giúp phụ nữ cảm thấy tự tin hơn khi tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ Fintech.

Thứ hai, việc tổ chức các khóa học và chương trình đào tạo chuyên biệt nhằm nâng cao kỹ năng quản lý tài chính cho phụ nữ là một sáng kiến quan trọng khác. Các khóa học này nên được thiết kế để đáp ứng nhu cầu cụ thể của phụ nữ, bao gồm cả việc quản lý tài chính trong các tình huống như ly hôn, làm mẹ đơn thân, hoặc quản lý tài chính gia đình. Các khóa học này cũng nên bao gồm nội dung về cách sử dụng các công cụ Fintech mới nhất, giúp phụ nữ hiểu và khai thác tốt nhất các sản phẩm tài chính số.

Ngoài ra, việc khuyến khích sự tham gia của phụ nữ trong các sự kiện và hội thảo về Fintech có thể tạo ra cơ hội kết nối và học hỏi từ các chuyên gia trong ngành. Các sự kiện này có thể bao gồm các buổi hội thảo, hội nghị, và các chương trình kết nối (networking) dành riêng cho phụ nữ. Các công ty Fintech cũng có thể hợp tác với các tổ chức nữ quyền và các tổ chức cộng đồng để tổ chức các sự kiện đào tạo và cung cấp thông tin hữu ích cho phụ nữ.

Để tăng cường sự tham gia của nữ giới trong phát triển các sản phẩm fintech, các công ty có thể thực hiện các chính sách khuyến khích sự đa dạng và bao gồm trong đội ngũ nhân viên của mình. Điều này không chỉ giúp tăng cường sự hiểu biết và phát triển các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của phụ nữ mà còn tạo ra môi trường làm việc công bằng và thúc đẩy sự sáng tạo.

Cuối cùng, việc thu thập và phân tích dữ liệu về sự tham gia của phụ nữ trong các sản phẩm và dịch vụ Fintech có thể cung cấp cái nhìn sâu sắc về các rào cản và cơ hội. Dựa trên những dữ liệu này, các tổ chức có thể điều chỉnh các chiến lược và chương trình của mình để đạt được hiệu quả tối ưu trong việc khuyến khích sự tham gia của phụ nữ trong lĩnh vực Fintech.

5.2.4. Hỗ trợ nhóm thu nhập thấp tiếp cận sản phẩm Fintech

Để giúp nhóm đối tượng có thu nhập thấp tiếp cận và sử dụng công nghệ tài chính, chính phủ và các tổ chức phi chính phủ (NGO) có thể thực hiện một loạt các sáng kiến hỗ trợ tài chính và cung cấp các sản phẩm Fintech với chi phí thấp.

Đây là một yếu tố quan trọng nhằm giảm thiểu các rào cản tài chính và khuyến khích sự tham gia của nhóm dân cư này vào hệ thống tài chính số.

Đầu tiên, chính phủ có thể triển khai các chính sách hỗ trợ tài chính trực tiếp cho nhóm thu nhập thấp thông qua các khoản trợ cấp hoặc giảm thuế cho các dịch vụ fintech. Chính phủ cũng nên xem xét việc tạo ra các quỹ hỗ trợ hoặc chương trình bảo trợ tài chính để giảm chi phí sử dụng các công nghệ tài chính, chẳng hạn như phí giao dịch hoặc phí duy trì tài khoản. Các sáng kiến này có thể giúp giảm gánh nặng tài chính và làm cho việc sử dụng công nghệ tài chính trở nên khả thi hơn cho nhóm thu nhập thấp.

Thứ hai, các tổ chức phi chính phủ nên hợp tác với các công ty fintech để cung cấp các sản phẩm tài chính số với chi phí thấp hoặc miễn phí cho nhóm đối tượng thu nhập thấp. Các sản phẩm này có thể bao gồm ví điện tử, ứng dụng quản lý tài chính, và dịch vụ chuyển tiền. Việc cung cấp các sản phẩm này không chỉ giúp nhóm thu nhập thấp tiếp cận công nghệ tài chính mà còn góp phần nâng cao nhận thức và kỹ năng quản lý tài chính của họ. Các tổ chức phi chính phủ cũng nên tổ chức các chương trình đào tạo và hội thảo để hướng dẫn nhóm đối tượng thu nhập thấp về cách sử dụng các sản phẩm fintech hiệu quả.

Thứ ba, việc xây dựng và duy trì các trung tâm hỗ trợ và tư vấn tài chính miễn phí hoặc giá rẻ dành cho nhóm thu nhập thấp là một biện pháp quan trọng khác. Các trung tâm này có thể cung cấp thông tin, hỗ trợ kỹ thuật, và tư vấn cá nhân để giúp người dùng hiểu rõ về các công cụ tài chính số, cách sử dụng chúng và lợi ích mà chúng mang lại. Đồng thời, các tổ chức cần phát triển các chương trình hỗ trợ kỹ thuật và dịch vụ khách hàng để giúp người dùng thu nhập thấp giải quyết các vấn đề kỹ thuật hoặc vấn đề liên quan đến dịch vụ.

Ngoài ra, việc khuyến khích các công ty fintech hợp tác với các tổ chức cộng đồng và các tổ chức xã hội để triển khai các chương trình tiếp cận cộng đồng cũng rất quan trọng. Các công ty fintech có thể phối hợp với các tổ chức cộng đồng để tổ chức các buổi giới thiệu sản phẩm và đào tạo trực tiếp cho nhóm đối tượng thu nhập thấp. Việc kết hợp các hoạt động này với các chương trình truyền thông và giáo dục cộng đồng sẽ góp phần nâng cao sự hiểu biết và khả năng tiếp cận công nghệ tài chính của nhóm dân cư này.

Cuối cùng, chính phủ và các tổ chức phi chính phủ nên tích cực thu thập và phân tích dữ liệu về mức độ tiếp cận và sử dụng công nghệ tài chính của nhóm thu nhập thấp. Dựa trên dữ liệu này, các tổ chức có thể điều chỉnh các chính sách và chương trình hỗ trợ để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của nhóm đối tượng thu nhập thấp, từ đó thúc đẩy sự bao gồm tài chính và nâng cao chất lượng cuộc sống cho nhóm dân cư này.

5.2.5. Phát triển các sản phẩm Fintech cho tình huống khủng hoảng

Trong bối cảnh các tình huống khủng hoảng (cú sốc) tài chính ngày càng trở nên phổ biến, việc phát triển các công cụ Fintech để hỗ trợ người dùng trong các tình huống này là hết sức quan trọng. Các nhà phát triển Fintech nên chú trọng vào việc tạo ra các sản phẩm và dịch vụ không chỉ giúp người dùng vượt qua khó khăn mà còn gia tăng sự tin tưởng và phụ thuộc vào công nghệ tài chính.

Đầu tiên, cần thiết phải phát triển các công cụ quản lý rủi ro tài chính. Những công cụ này có thể bao gồm các ứng dụng phân tích và dự đoán rủi ro tài chính cá nhân, cung cấp cảnh báo sớm về những thay đổi trong điều kiện tài chính, và đưa ra các khuyến nghị để giảm thiểu rủi ro. Chẳng hạn, các ứng dụng có thể sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích các yếu tố tài chính và dự đoán các khả năng rủi ro, từ đó đưa ra các biện pháp phòng ngừa cụ thể. Điều này giúp người dùng chuẩn bị trước cho các tình huống bất ngờ và có kế hoạch ứng phó hiệu quả hơn.

Thứ hai, các công cụ dự phòng tài chính là một yếu tố quan trọng trong việc hỗ trợ người dùng trong tình huống khủng hoảng. Các nhà phát triển Fintech có thể tạo ra các sản phẩm cho phép người dùng xây dựng quỹ khẩn cấp tự động hoặc tự động phân bổ một phần thu nhập vào quỹ dự phòng tài chính. Những công cụ này không chỉ giúp người dùng tích lũy tài chính cho các tình huống khẩn cấp mà còn thúc đẩy thói quen tiết kiệm và quản lý tài chính cá nhân một cách có hệ thống.

Thứ ba, việc cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính khẩn cấp là một giải pháp quan trọng khác. Các dịch vụ này có thể bao gồm các kênh tư vấn trực tuyến, hotline hỗ trợ tài chính khẩn cấp, hoặc các nền tảng hỗ trợ tài chính cá nhân. Những dịch vụ này giúp người dùng nhận được sự tư vấn và hỗ trợ kịp thời khi

họ đối mặt với các khó khăn tài chính, từ việc lập kế hoạch tài chính khẩn cấp đến các chiến lược quản lý nợ và thu nhập.

Đồng thời, các công ty Fintech nên hợp tác với các tổ chức tài chính truyền thống, tổ chức phi chính phủ và cơ quan chính phủ để triển khai các chương trình hỗ trợ tài chính khẩn cấp. Việc phối hợp này có thể bao gồm việc cung cấp các khoản vay khẩn cấp với lãi suất ưu đãi, các khoản trợ cấp tài chính, hoặc các chương trình bảo hiểm tài chính cho những người bị ảnh hưởng nặng nề bởi các cú shock.

Thêm vào đó, các nhà phát triển Fintech cần tập trung vào việc thiết kế giao diện người dùng đơn giản và dễ sử dụng để đảm bảo rằng các công cụ và dịch vụ có thể tiếp cận và sử dụng dễ dàng, ngay cả trong các tình huống khẩn cấp. Việc nâng cao khả năng sử dụng và khả năng tiếp cận của các công cụ Fintech sẽ giúp người dùng nhanh chóng áp dụng chúng trong các tình huống.

Cuối cùng, việc giáo dục và nâng cao nhận thức về các công cụ và dịch vụ tài chính cũng là một yếu tố quan trọng. Các công ty Fintech cần tổ chức các buổi hội thảo, khóa học trực tuyến hoặc chiến dịch truyền thông để hướng dẫn người dùng về cách sử dụng các công cụ này hiệu quả. Việc nâng cao nhận thức và kiến thức tài chính sẽ giúp người dùng sẵn sàng hơn để ứng phó với các tình huống bất thường và gia tăng sự tin tưởng vào công nghệ tài chính.

Tóm lại, việc phát triển các công cụ Fintech dành cho tình huống bất thường là một bước đi quan trọng để hỗ trợ người dùng trong các tình huống khó khăn, đồng thời tăng cường sự tin tưởng và phụ thuộc vào công nghệ tài chính, góp phần nâng cao sự bền vững và khả năng phục hồi của cá nhân và cộng đồng trong bối cảnh tài chính không chắc chắn.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hiện nay, khi công nghệ tài chính (Fintech) đang ngày càng phát triển và đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện chất lượng cuộc sống và tăng cường khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính của người dân, nghiên cứu về tác động của dân trí tài chính số là hết sức cần thiết. Đặc biệt, tại Hà Nội – trung tâm kinh tế và văn hóa của Việt Nam, việc hiểu rõ cách mà dân trí tài chính số ảnh hưởng đến việc tiếp cận các sản phẩm fintech sẽ cung cấp nền tảng quan trọng cho các chính sách và chiến lược phát triển bền vững.

Trong luận văn này, tác giả đã phân tích các khái niệm cơ bản liên quan đến dân trí tài chính số, bao gồm khả năng tiếp cận thông tin tài chính, mức độ hiểu biết về các công cụ tài chính số, và cách thức mà những yếu tố này ảnh hưởng đến việc sử dụng các sản phẩm Fintech. Qua việc áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, cụ thể là khảo sát người dân Hà Nội, tác giả đã thu thập và phân tích dữ liệu về mức độ tiếp cận và sử dụng các sản phẩm Fintech, đồng thời xác định các yếu tố ảnh hưởng chính.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, dân trí tài chính số có mối liên hệ mật thiết với khả năng tiếp cận và sử dụng các sản phẩm công nghệ tài chính. Những người có hiểu biết sâu sắc hơn về tài chính số thường dễ dàng hơn trong việc tiếp cận và tận dụng các sản phẩm Fintech để quản lý tài chính cá nhân. Ngược lại, nhóm dân cư có trình độ dân trí tài chính số thấp gặp nhiều khó khăn trong việc hiểu và sử dụng các sản phẩm này, dẫn đến việc họ bị hạn chế trong khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính tiên tiến.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng nhận thấy rằng vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề chưa được giải quyết triệt để. Cụ thể, nghiên cứu chỉ tập trung vào một khu vực địa lý cụ thể là Hà Nội và chưa mở rộng ra các khu vực khác, điều này có thể làm hạn chế tính tổng quát của kết quả nghiên cứu. Hơn nữa, luận văn cũng chưa đi sâu vào phân tích tác động của các yếu tố xã hội khác như đặc điểm tính cách của người dùng (tính đổi mới, điểm kiểm soát nội tại và ngoại tại) hay nhận thức của người dùng về tính hữu ích đến khả năng tiếp cận các sản phẩm Fintech. Đây là những yếu tố có thể có ảnh hưởng đáng kể nhưng chưa được xem xét một cách đầy đủ trong nghiên cứu này.

Ngoài ra, mặc dù luận văn đã xác định được tầm quan trọng của dân trí tài chính số, nhưng chưa đề xuất được các giải pháp cụ thể để nâng cao dân trí tài chính số cho người dân. Việc hiểu rõ các rào cản mà người dân gặp phải khi tiếp cận các sản phẩm Fintech là cần thiết, nhưng sẽ là chưa đủ nếu không có các khuyến nghị cụ thể để giải quyết những rào cản đó.

Về mặt đề xuất cho nghiên cứu trong tương lai, có một số hướng đi mà các nhà nghiên cứu có thể xem xét. Trước hết, nghiên cứu có thể mở rộng ra các khu vực khác ngoài Hà Nội, để đánh giá liệu dân trí tài chính số có tác động khác nhau trong các bối cảnh địa lý và kinh tế khác nhau hay không. Thứ hai, các yếu tố đặc điểm tính cách và nhận thức của người dùng nên được xem xét kỹ lưỡng hơn trong các nghiên cứu tiếp theo để đưa ra cái nhìn toàn diện hơn về tác động của dân trí tài chính số. Thứ ba, nghiên cứu cũng nên đi sâu vào việc phát triển và thử nghiệm các chương trình giáo dục tài chính số nhằm nâng cao dân trí tài chính số cho người dân, từ đó tăng cường khả năng tiếp cận và sử dụng các sản phẩm Fintech.

Tóm lại, luận văn này đã góp phần cung cấp cái nhìn sâu sắc về mối quan hệ giữa dân trí tài chính số và khả năng tiếp cận sản phẩm công nghệ tài chính của người dân Hà Nội, nhưng vẫn còn nhiều điểm cần được tiếp tục nghiên cứu và giải quyết. Những đề xuất cho nghiên cứu trong tương lai sẽ giúp hoàn thiện hơn những kết quả đã đạt được, đồng thời đóng góp vào việc phát triển các chính sách tài chính và chiến lược giáo dục tài chính hiệu quả, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân trong bối cảnh kinh tế số hiện nay.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Abdallah, W., Tfaily, F. and Harraf, A. (2024), "The impact of digital financial literacy on financial behavior: customers' perspective", *Competitiveness Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/CR-11-2023-0297>
- [2] ADBI, (2017). Determinants and impacts of financial literacy in Cambodia and Viet Nam; *ADBI Working Paper*, No. 754; Asian Development Bank Institute (ADBI), Tokyo. <http://hdl.handle.net/10419/179210>
- [3] AFI (2021). Digital financial literacy toolkit. *Alliance for Financial Inclusion*.
- [4] Ajzen I.(1991), The theory of planned behaviour. *Organisational Behaviour and Human Decision processes*, 50,179-211.
- [5] Arnett, J. (2000). Emerging Adulthood A Theory of Development from the Late Teens through the Twenties. *American Psychologist*, 55, Article No. 469.
- [6] Baltes, P. (1987). Theoretical Propositions of Life-Span Developmental Psychology: On the Dynamics between Growth and Decline. *Developmental Psychology*, 23, 611-626.
- [7] Bounie, D., François, A., Van Hove, L., 2017. Consumer payment preferences, network externalities, and merchant card acceptance: an empirical investigation. *Rev. Ind. Organ.* 51 (3), 257–290. <https://doi.org/10.1007/s11151-016-9543-y>
- [8] Bucher-Koenen, T., Alessie, R., Lusardi, A. and VAN Rooij, M. (2016), Women, Confidence, and Financial Literacy. *European Investment Bank*.
- [9] Cao Minh Tiến (2023). Nghiên cứu lý thuyết tài chính hành vi đối với nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán. *Tạp chí nghiên cứu Tài chính kế toán*, 03(236), 20-24.
- [10] Carlin, B., Olafsson, A., & Pagel, M. (2017). Fintech adoption across generations: Financial fitness in the information age (No. w23798). *National Bureau of Economic Research*.
- [11] Chen, S., Doerr, S., Frost, J., Gambacorta, L., & Shin, H. S. (2023). The fintech gender gap. *Journal of Financial Intermediation*, 54, 101026.
- [12] Choi, Y., Han, S., & Lee, C. (2024). Exploring Drivers of Fintech Adoption Among Elderly Consumers. *Technology in Society*, 102669.

- [13] Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438.
- [14] Cohen, J. (2013). Statistical power analysis for the behavioral sciences. *Routledge*.
- [15] Das, A., & Das, D. (2020). Perception, adoption, and pattern of usage of FinTech services by bank customers: Evidence from Hojai District of Assam. *Emerging Economy Studies*, 6(1), 7-22.
- [16] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- [17] Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring financial inclusion and the fintech revolution*. World Bank Publications.
- [18] Dewi, V., Febrian, E., Effendi, N. and Anwar, M. (2020). Financial literacy among the millennial generation: relationships between knowledge, skills, attitude, and behavior. *Australasian Business, Accounting and Finance Journal*, Vol. 14 No. 4, pp. 24-37.
- [19] Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87, 537-580.
- [20] Gorman, E. H. (2000). Marriage and money: The effect of marital status on attitudes toward pay and finances. *Work and Occupations*, 27(1), 64-88.
- [21] Grohmann, A., Klühs, T., & Menkhoff, L. (2018). Does financial literacy improve financial inclusion? Cross country evidence. *World Development*, 111, 84-96.
- [22] Havighurst, R. J. (1972). Developmental tasks and education. New York: David McKay.
- [23] Hofer, C., & Straub, D. W. (2016). Digital financial literacy and the adoption of mobile banking. *Information Systems Research*, 27(2), 368-385.
- [24] Hogarth, J. M., & Hilgert, M. A. (2002). Financial knowledge, experience and learning preferences: Preliminary results from a new survey on financial literacy. *Consumer interest annual*, 48(1), 1-7.
- [25] Hoque, M. Z., Chowdhury, N. J., Hossain, A. A., & Tabassum, T. (2024). Social and facilitating influences in fintech user intention and the fintech gender gap. *Heliyon*, 10(1).

- [26] Huỳnh Thanh Nhã (2013). *Nghiên cứu hành vi của nhà đầu tư trên sàn chứng khoán* (Master's thesis, Trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh).
- [27] J. Paul Peter, Jerry C. (1999), *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Irwin McGraw-Hill.
- [28] Jansen, J. and VAN Schaik, P. (2019). The design and evaluation of a theory-based intervention to promote security behaviour against phishing. *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 123, pp. 40-55.
- [29] Khúc Thế Anh (2020). Nhân tố tác động đến dân trí tài chính của người nghèo khu vực nông thôn Việt Nam. (Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân).
- [30] Klapper, L., El-Zoghbi, M., & Hess, J. (2016). Achieving the sustainable development goals. The role of financial inclusion. Available online: <http://www.ccgap.org>. Accessed, 23(5), 2016.
- [31] Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E. and Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age—a research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 57 No. 1, pp. 507-528.
- [32] Krivosheya, E. (2020). The role of financial innovations in consumer behavior in the Russian retail payments market. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120304.
- [33] Kumar, P., Pillai, R., Kumar, N. and Tabash, M.I. (2023). The interplay of skills, digital financial literacy, capability, and autonomy in financial decision making and well-being. *Borsa Istanbul Review*, Vol. 23 No. 1, pp. 169-183.
- [34] Lee, S. H. (2014). Digital literacy education for the development of digital literacy. *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence (IJDLC)*, 5(3), 29-43.
- [35] Lind, T., Ahmed, A., Skagerlund, K., Strömbäck, C., Västfjäll, D. and Tinghög, G. (2020). Competence, confidence, and gender: the role of objective and subjective financial knowledge in household finance. *Journal of Family and Economic Issues*, Vol. 41 No. 4, pp. 626-638.
- [36] Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2011). Financial literacy around the world: an overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, Vol. 10 No. 4, pp. 497-508.

- [37] Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of economic literature*, 52(1), 5-44.
- [38] Lyons, A.C. and Kass-hanna, J. (2021). A methodological overview to defining and measuring ‘digital’ financial literacy. *Financial Planning Review*, Vol. 4 No. 2, p. e1113.
- [39] Mahdzan, N.S. and S. Tabiani (2013). The Impact of Financial Literacy on Individual Saving: An Exploratory Study in the Malaysian Context. *Transformations in Business and Economics* 12 1 (28):41–55.
- [40] Malady, L. (2016). Consumer protection issues for digital financial services in emerging markets. *Banking and Finance Law Review*, Vol. 31, pp. 389-401.
- [41] Maman Setiawan, Nury Effendi, Teguh Santoso, Vera Intanie Dewi & Militcyano Samuel Sapulette (2020). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*.
- [42] Morgan, P. J. (2021). Fintech, financial literacy, and financial education. *The Routledge Handbook of Financial Literacy*, 239-258.
- [43] Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2020). Fintech and financial literacy in Viet Nam (No. 1154). *ADB Working Paper Series*.
- [44] Morgan, P. J., and L. Q. Trinh. (2019b). Fintech and Financial Literacy in the Lao PDR. *ADB Working Paper No. 933*. Tokyo: Asian Development Bank Institute. <https://www.adb.org/publications/fintech-and-financial-literacy-lao-pdr>.
- [45] Morgan, P. J., B. Huang, and L. Q. Trinh. (2019a). The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age. G20 Japan
- [46] Morgan, P.J., Huang, B. and Trinh, L.Q. (2019). The need to promote digital financial literacy for the digital age. IN THE DIGITAL AGE.
- [47] Nguyễn Tường Vân & Lê Văn Hình (2019). Tác động của dân trí về tài chính đến hành vi tiết kiệm cá nhân ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, 204.
- [48] Nguyễn Văn Thanh (2016), Hành vi người gửi tiền và các yếu tố tác động đến hành vi người gửi tiền trong hệ thống ngân hàng Việt Nam, truy cập ngày 20/4/2024.
<https://sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/links/cm319?dDocName=SBV246729>

- [49] OECD (2011). Assessing financial literacy in 12 countries an OECD Pilot Exercise. *Discussion Paper 01/2011-014*, The OECD International Network on Financial Education, edited by Adele Atkinson and Flore-Anne Messy.
- [50] OECD (2016). G20/OECD INFE Core competencies framework on financial literacy for adults, OECD Publishing. <https://www.oecd.org/finance/Core-Competencies-Framework-Adults.pdf>
- [51] OECD (2018). G20/OECD INFE Policy Guidance on Digitalisation and Financial Literacy.
- [52] Phạm Xuân Hòa và Nguyễn Thị Minh Ngọc (2017). Start-up của Fintech, cơ hội hợp tác và thách thức cạnh tranh đối với ngân hàng. *Tạp chí Ngân hàng*.
- [53] Prasad, H., and D. Meghwal. (2017). “Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur”. *Global Journal of Advanced Research* 4 (5): 201–209.
- [54] Prasad, H., Meghwal, D. and Dayama, V. (2018). Digital financial literacy: a study of households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, Vol. 5, pp. 23-32.
- [55] Rai, K. and Sharma, M. (2019). A study on awareness about digital financial services among students. *Proceedings of 10th International Conference on Digital Strategies for Organizational Success*.
- [56] Rajalakshmi, G. R., & Priya, D. D. (2023). Fintech: People awareness and perception of cryptocurrency – A study in Coimbatore city. *Available at SSRN* 4862551.
- [57] Rani, V., & Kumar, J. (2024). Gender differences in FinTech adoption: What do we know, and what do we need to know? *Journal of Modelling in Management*, 19(4), 1215-1236.
- [58] Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 276-295.
- [59] Respati, D.K., Widyastuti, U., Nuryati, T., Musyaffi, A.M., Handayani, B.D. and Ali, N.R. (2023). How do students’ digital financial literacy and financial confidence influence their financial behavior and financial well-being? *Nurture*, Vol. 17 No. 2, pp. 40-50.

- [60] Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.
- [61] Schnegen, S., Lines, A., (1996). Financial literacy in Adult life. *A report to the Nawesr Group Charitable Trust*, pp 36-45.
- [62] Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2022). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(4), 320-338.
- [63] Shen, Y., Hu, W., & Hueng, C. J. (2018). The effects of financial literacy, digital financial product usage and internet usage on financial inclusion in China. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 228, p. 05012). EDP Sciences.
- [64] Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58(8), 1675-1697.
- [65] Stavins, J. (2001). Effect of Consumer Characteristics on the Use of Payment Instruments. *New England Economic Review (Issue Number 3)*, 19-31.
- [66] Swacha-Lech, M., & Solarz, M. (2021). Determinants of the adoption of innovative fintech services by millennials. *E & M Ekonomie a Management*, 24(3).
- [67] Tony, N. and Desai, K. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, Vol. 9, pp. 1911-1915.
- [68] Valaskova, K., Bartosova, V. and Kubala, P. (2019). Behavioural aspects of the financial decisionmaking. *Organizacija*, Vol. 52 No. 1, pp. 22-31.
- [69] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.
- [70] Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712-721.
- [71] Xiao, J. J., Chen, C., & Sun, L. (2015). Age differences in consumer financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 39(4), 387-395.
- [72] Xiao, J. J., Tang, C., & Shim, S. (2009). Acting for happiness: Financial behavior and life satisfaction of college students. *Social indicators research*, 92, 53-68.

[73] Yoshino, N., Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). *Financial literacy and fintech adoption in Japan* (No. 1095). ADBI Working Paper Series.

[74] Zongsen Zou, Xindi Liu, Meng Wang, Xinze Yang (2023). Insight into digital finance and fintech: A bibliometric and content analysis. *Technology in Society* Volume 73, 102221.

[75] Zulaihati, S., Susanti, S. and Widyastuti, U. (2020). Teachers' financial literacy: does it impact on financial behaviour?. *Management Science Letters*, Vol. 10, pp. 653-658.

PHỤ LỤC

BẢNG HỎI KHẢO SÁT TÁC ĐỘNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SÔ TÔI TIẾP CẬN SẢN PHẨM FINTECH CỦA NGƯỜI DÂN TẠI HÀ NỘI

A. THÔNG TIN VỀ NGƯỜI TRẢ LỜI PHIẾU KHẢO SÁT

A1. Năm sinh của anh/chị:

A2. Giới tính:

☐ Nam ☐ Nữ ☐ Khác

A3. Tình trạng hôn nhân

☐ Độc thân ☐ Đã kết hôn

☐ Ly thân /ly dị /goá chồng(vợ)

A4. Trình độ học vấn cao nhất mà anh/chị đã hoàn thành?

☐ Tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc thấp hơn

☐ Tốt nghiệp trung cấp, cao đẳng hoặc học nghề có chứng chỉ

☐ Tốt nghiệp đại học

☐ Tốt nghiệp thạc sĩ trở lên

A5. Lĩnh vực nghề nghiệp của anh/chị

☐ Lĩnh vực công nghiệp

☐ Lĩnh vực giáo dục

☐ Lĩnh vực nông nghiệp

☐ Lĩnh vực Quản lý hành chính

☐ Lĩnh vực tài chính – ngân hàng

☐ Lĩnh vực du lịch

- ☐ Lĩnh vực thương mại dịch vụ
- ☐ Lĩnh vực y tế
- ☐ Sinh viên
- ☐ Lĩnh vực khác

A6. Thu nhập bình quân hàng tháng của anh/chị là bao nhiêu (bao gồm thu nhập từ tiền lương, thưởng, phụ cấp, trợ cấp từ người thân hoặc các tổ chức và tất cả các nguồn khác)?

- ☐ Dưới 5 triệu đồng
- ☐ Từ 5 triệu đồng đến dưới 10 triệu đồng
- ☐ Từ 10 triệu đồng đến dưới 15 triệu đồng
- ☐ Từ 15 triệu đồng đến dưới 20 triệu đồng
- ☐ Từ 20 triệu đồng trở lên

A7. Nơi anh/chị đang sinh sống?

❖ Quận/huyện:

A8. Anh/chị hoặc người thân hay bạn bè thân thiết từng trải qua biến cố về tài chính (phá sản, bị mất một số tiền lớn hơn rất nhiều so với thu nhập, ...) ?

- ☐ Có
- ☐ Không

B - TIẾP CẬN SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ TÀI CHÍNH (FINTECH)

B1. Anh/chị có nhận biết các sản phẩm FinTech sau không? Xin hãy đánh dấu vào ô lựa chọn phù hợp nhất với anh chị

	Có	Không
Ví điện tử (MoMo, Apple Pay, ...)	☐	☐
Dịch vụ mua trước trả sau (SPayLater, Home PayLater, ...)	☐	☐
Ứng dụng quản lý tài chính cá nhân (Money Lover, MoneyNote, ...)	☐	☐
Ứng dụng đầu tư chứng khoán (Topi, Fmarket, Infina, TCInvest, ...)	☐	☐

B2. Xin hãy đánh dấu vào ô lựa chọn miêu tả phù hợp nhất tần suất sử dụng của anh/chị với các sản phẩm FinTech dưới đây:

	Không bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Luôn luôn (1 lần/ngày trở lên)
Ví điện tử (MoMo, Apple Pay, ...)	☐	☐	☐	☐	☐
Dịch vụ mua trước trả sau (SPayLater, Home PayLater, ...)	☐	☐	☐	☐	☐
Ứng dụng quản lý tài chính cá nhân (Money Lover, MoneyNote, ...)	☐	☐	☐	☐	☐
Ứng dụng đầu tư chứng khoán (Topi, Fmarket, Infina, TCInvest, ...)	☐	☐	☐	☐	☐

C. DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ

Xin anh/chị hãy đánh dấu vào ô nhận định phù hợp nhất với anh/chị về các phát biểu sau:

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Tôi nhận thức về rủi ro tài chính tiềm ẩn khi sử dụng sản phẩm FinTech, chẳng hạn như tính hợp pháp của nhà cung cấp FinTech, lãi suất và phí giao dịch.	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech cho thanh toán số như MoMo, Apple Pay, Samsung Pay, SPayLater, ...	☐	☐	☐	☐	☐

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech để vay nợ và đầu tư như MoMo, Viettel Money, TCInvest, VNDIRECT, ...	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có kinh nghiệm sử dụng sản phẩm FinTech để quản lý tài sản như Topi, Finhay, Money Lover, MoneyNote, ...	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm thanh toán số như MoMo, Apple Pay, Samsung Pay ...	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có hiểu biết tốt về sản phẩm quản lý tài sản số như Topi, Finhay, Money Lover, ...	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm đầu tư số như Topi, TCInvest, VNDIRECT, ...	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có hiểu biết tốt về sản phẩm bảo hiểm số như InOne, OPES, MB Ageas Life, ...	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có hiểu biết tốt về quyền lợi và bảo vệ khách hàng cũng như thủ tục khiếu nại về sản phẩm của nhà cung cấp FinTech	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có thể quản lý tiền trên các ứng dụng Fintech, ví dụ như theo dõi xem mình đã chi bao nhiêu khi mua sắm trực tuyến hay chuyển tiền.	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi có thể kiểm soát tiền trên các ứng dụng FinTech một cách hiệu	☐	☐	☐	☐	☐

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
qua bằng cách theo dõi mức phí chi tiêu cho từng ứng dụng đó					

D. THÔNG TIN

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Theo ý kiến của tôi, thông tin về sản phẩm FinTech là đầy đủ	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi cảm thấy các nhà cung cấp đã hướng dẫn tôi đầy đủ về sản phẩm FinTech	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi cảm thấy khi cần sẽ nhận được đầy đủ sự hướng dẫn từ nhà cung cấp liên quan đến sản phẩm FinTech	☐	☐	☐	☐	☐

Bảng phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Item	Obs	Sign	item-test correlation	item-rest correlation	average iteritem covariance	alpha
DFL1	170	+	0.6029	0.5114	0.6259999	0.9359
DFL2	170	+	0.6529	0.5776	0.6228441	0.9322
DFL3	170	+	0.7753	0.7175	0.5909177	0.9263
DFL4	170	+	0.8096	0.7609	0.5870627	0.9242
DFL5	170	+	0.8015	0.7584	0.6038674	0.9248
DFL6	170	+	0.8354	0.7924	0.5813822	0.9228
DFL7	170	+	0.8033	0.7528	0.5872282	0.9246
DFL8	170	+	0.7974	0.7487	0.5946537	0.9248
DFL9	170	+	0.8057	0.7612	0.598484	0.9245
DFL10	170	+	0.8048	0.7589	0.5959268	0.9245
DFL11	170	+	0.8405	0.8022	0.5894961	0.9227
Test scale					0.5979875	0.9324

Bảng kết quả kiểm định KMO và Barlett's cho dân trí tài chính số

Determinant of the correlation matrix
Det = 0.000
Bartlett test of sphericity
Chi-square = 1666.108
Degrees of freedom = 55
p-value = 0.000
H0: variables are not intercorrelated
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy
KMO = 0.883