

ẢNH HƯỞNG CỦA HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH TỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA FINTECH: NGHIÊN CỨU TẠI VIỆT NAM

THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY ON THE DEVELOPMENT OF FINTECH:
EMPIRICAL EVIDENCE FROM VIETNAM

Đỗ Hồng Nhung*, Nguyễn Ngọc Hải Châu

TÓM TẮT

Công nghệ tài chính (Fintech) ngày càng trở nên phổ biến và tác động mạnh mẽ tới các dịch vụ tài chính. Hiểu biết tài chính (Financial Literacy) của người dân ngày càng được cải thiện cùng với sự phát triển gia tăng của các dịch vụ Fintech. Để làm rõ tác động của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng các dịch vụ Fintech, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) với 486 người tham gia khảo sát về ý định sử dụng dịch vụ Fintech. Kết quả ước lượng cho thấy, hiểu biết tài chính tác động tích cực tới sự phát triển các dịch vụ Fintech. Kết quả ước lượng cũng cho thấy, tính dễ dàng sử dụng của dịch vụ Fintech tác động mạnh nhất tới sự phát triển của Fintech. Người dân có xu hướng lựa chọn những dịch vụ Fintech giao diện đơn giản, dễ nhìn, các bước thao tác ngắn gọn, dễ hiểu và không quá phức tạp, và mang lại lợi ích cho người sử dụng.

Từ khóa: Hiểu biết tài chính, Fintech.

ABSTRACT

Financial technology (Fintech) has recently become prominent, leaving considerable impacts on financial services. Along with the ubiquitousness of Fintech services, financial literacy has been improved remarkably compared to what it was. This paper focuses on examining the influence of financial literacy on Fintech adoption with the use of Exploratory Factor Analysis, a survey was conducted on 486 individuals Hanoi, Vietnam to study the relationship under investigation. Regression estimation reveals that the level of financial literacy had a significant, positive impact on the development of Fintech services. In addition, the ease of use had the most influence on the intention of using Fintech services. Most people have the tendency of choosing Fintech services with basic visible interface, succinct operation, and bringing an abundance of benefits to users.

Keywords: Financial literacy, Fintech.

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

*Email: nhungdh@gmail.com

Ngày nhận bài: 04/5/2021

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 10/6/2021

Ngày chấp nhận đăng: 25/6/2021

1. GIỚI THIỆU

Hơn một thập kỷ qua, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tác động đến mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội toàn cầu nói chung, Việt Nam nói riêng. Tài chính ngân hàng là một trong những lĩnh vực chịu ảnh hưởng sâu sắc của cuộc cách mạng này. Biểu hiện cụ thể nhất là sự chuyển biến mạnh mẽ của Fintech. Công nghệ là nhân tố

chủ đạo trong việc đưa dịch vụ tài chính đến với những khu vực mà người dân không thể hoặc khó tiếp cận các dịch vụ ngân hàng - tài chính truyền thống. Với sự cải thiện về hạ tầng công nghệ như sự phổ biến của Internet, mạng điện thoại di động, người dân có thể sử dụng dịch vụ mà không cần phải tiếp xúc trực tiếp như truyền thống.

Mặc dù vậy, tại quốc gia đang phát triển như Việt Nam, năng lực tài chính, sự am hiểu công nghệ thông tin, công nghệ kỹ thuật số của người dân còn hạn chế. Đây là rào cản lớn trong việc ứng dụng Fintech trong các dịch vụ tài chính. Có thể khẳng định rằng trong thế kỷ thứ XXI, kiến thức tài chính trở thành một trong những kỹ năng cốt lõi cần thiết của mọi cá nhân trong xã hội. Sam Allgood và William cho rằng hiểu biết tài chính tác động đến các hành vi tài chính thông qua việc tiến hành phân tích dựa trên năm chủ đề tài chính là thẻ tín dụng (credit card), đầu tư, cho vay, bảo hiểm và tư vấn tài chính [1]. Có rất nhiều nghiên cứu trong lĩnh vực này bắt đầu từ việc chỉ mối liên hệ giữa hiểu biết tài chính và hành vi kinh tế. Bernheim là một trong những người đầu tiên nhấn mạnh rằng hầu hết các hộ gia đình ở Mỹ thiếu kiến thức cơ bản về tài chính và họ cũng áp dụng các quy tắc cơ bản khi tham gia vào hành vi tiết kiệm [2]. Agarwal và cộng sự nghiên cứu "sai lầm" về tài chính, kết quả cho thấy những sai lầm tài chính phổ biến nhất ở nhóm người trẻ và người già, những nhóm thường có kiến thức tài chính thấp nhất [1]. Như vậy, hiểu biết về tài chính đang ngày càng trở nên quan trọng và được xem như là một mục tiêu chính sách ở nhiều quốc gia.

Ở Việt Nam, vấn đề nâng cao kiến thức tài chính chưa được quan tâm thoả đáng. Một minh chứng đó là thanh toán không dùng tiền mặt được Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước nỗ lực khuyến khích, đẩy mạnh, song kết quả đạt được rất hạn chế. Lý giải cho thực trạng này đó là sự hiểu biết tài chính của người dân. Khi các cá nhân không hiểu các nguyên tắc tài chính, họ sẽ không thể thu được lợi ích tối đa. Hiểu biết tài chính cho thấy mức độ ảnh hưởng sâu sắc tới việc tham gia vào các hành vi tài chính, lên kế hoạch nghỉ hưu và tiết kiệm. Tuy nhiên cho đến nay, vẫn chưa có nhiều nghiên cứu để cập tới mối quan hệ giữa hiểu biết tài chính và ý định sử dụng các sản phẩm Fintech tại thị trường Việt Nam. Thị trường đang hứa hẹn nhiều tiềm năng, việc khai thác sâu hơn về tác động của hiểu biết tài

chính tới ý định tiếp nhận sử dụng các sản phẩm Fintech là vô cùng cần thiết. Có thể thấy, kiến thức tài chính có liên quan chặt chẽ đến ý định sử dụng các dịch vụ Fintech. Do đó, việc nâng cao hiểu biết tài chính có thể giúp người sử dụng xem xét, đánh giá và sử dụng các dịch vụ Fintech vào đúng mục đích, thu được lợi ích; từ đó thúc đẩy phát triển đa dạng hoá các dịch vụ Fintech.

Do tính chất đặc thù của các dịch vụ Fintech, trong nghiên cứu này, số liệu phân tích, đánh giá tác động của hiểu biết tài chính tới sự phát triển của các dịch vụ Fintech được thu thập trên địa bàn Hà Nội. Khu vực có sự phát triển đa dạng của các dịch vụ Fintech và trình độ hiểu biết tài chính nhất định của người tham gia khảo sát. Vì vậy, kết quả đánh giá tác động hiểu biết tài chính tới sự phát triển các dịch vụ Fintech tập trung đánh giá kết quả số liệu khảo sát tại khu vực Hà Nội, Việt Nam.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH VÀ SỰ PHÁT TRIỂN CỦA FINTECH

2.1. Hiểu biết tài chính tác động đến ý định sử dụng dịch vụ Fintech

Hiểu biết tài chính (financial literacy)

Lần đầu được nhắc đến từ những năm 1900 tại Hoa Kỳ, hiểu biết tài chính được hiểu là khả năng quản lý tiền của một cá nhân. Roy Morgan đã đưa ra định nghĩa đầu tiên về hiểu biết tài chính là hiểu biết và đảm bảo trong các lĩnh vực tiết kiệm và chi tiêu, lập ngân sách [11]. Đó là khả năng đưa ra các phán đoán sáng suốt và đưa ra các quyết định hiệu quả liên quan đến việc sử dụng và quản lý tiền. Theo OECD, hiểu biết tài chính được hiểu là sự cấu thành từ (i) kiến thức tài chính, (ii) hành vi tài chính, và (iii) thái độ đối với lập kế hoạch tài chính.

Công nghệ tài chính (Fintech)

Được đề cập lần đầu tiên vào đầu những năm 1990 tại diễn đàn thành lập thẻ thông minh, Fintech được hiểu là những giải pháp sáng tạo mới trong tài chính được hỗ trợ bởi công nghệ thông tin, là yếu tố thúc đẩy các đổi mới cho ngành dịch vụ tài chính. Do đó, Fintech ban đầu được nhắc đến như một thuật ngữ có liên quan chặt chẽ với khái niệm “đổi mới tài chính” và “công cụ tài chính mới” [6].

Trên cơ sở phát triển đó, IOSCO đã đưa ra một khái niệm đầy đủ của Fintech. Fintech được hiểu là các mô hình kinh doanh công nghệ tài chính sáng tạo, cung cấp nhiều loại dịch vụ tài chính theo cách tự động hóa thông qua việc sử dụng Internet, có tiềm năng thay đổi cơ bản ngành dịch vụ tài chính [7].

Như vậy, có thể thấy Fintech liên quan tới việc ứng dụng sáng tạo công nghệ tiên tiến vào lĩnh vực tài chính, thiết kế và cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính số hóa. Các ứng dụng đa dạng mà Fintech đem lại đã tác động đến hầu hết mọi lĩnh vực hoạt động của ngành tài chính như tiền gửi thanh toán, tiền gửi tiết kiệm, thanh toán, bảo hiểm, chứng khoán, tín dụng, quản trị rủi ro. Không những thế, Fintech tác động mạnh mẽ đến cơ cấu thị trường, chất lượng sản phẩm, chiến lược phát triển của cả hệ thống tài chính”.

Mối quan hệ tương quan giữa hiểu biết tài chính với Fintech

Nền tảng kiến thức về tài chính là một thành phần quan trọng trong việc ra quyết định tài chính đúng đắn, nhằm thu được tối đa phúc lợi cho bản thân người ra quyết định. Nhiều nghiên cứu nêu trên đã chứng minh được vai trò của hiểu biết tài chính tới thu nhập cá nhân, thói quen tiết kiệm và thái độ ý thức lập kế hoạch về tiền bạc trong dài hạn. Tuy nhiên, cho tới nay lại chưa có nghiên cứu nào kiểm định mối quan hệ giữa mức độ của tầm hiểu biết tài chính và ý định sử dụng các sản phẩm dịch vụ của công nghệ tài chính Fintech - một phương tiện cầu nối giữa khách hàng và thị trường tài chính đang phát triển nhanh chóng.

Sau sự thành công của cuộc cách mạng thanh toán M-Pesa của Kenya vào năm 2007 tại Mỹ, nhiều công ty Fintech bắt đầu xuất hiện trên khắp địa cầu. Hệ sinh thái kỹ thuật số này đã có cơ hội phát triển nhanh chóng ở các thị trường mới nổi như Châu Phi và Châu Á. Tuy nhiên, tại thời điểm đó toàn bộ ngành công nghệ Fintech đã phải đối mặt với nhiều trở ngại lớn, ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của dịch vụ Fintech, đó chính là sự thiếu hiểu biết tài chính và nhận thức về rủi ro tài chính của người dân vẫn còn kém dẫn đến tần suất sử dụng những dịch vụ công nghệ tài chính Fintech ở những nước chưa phát triển vẫn dừng lại ở mức thấp.

Hiểu biết tài chính không chỉ mang lại thị phần cho cá nhân, năng lực kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính như nhận thức được rủi ro cho bản thân, chịu trách nhiệm về tình hình tài chính cá nhân và sử dụng tiền như một công cụ để phát triển kinh tế, thu được lợi nhuận. Những rào cản hiểu biết này không chỉ ảnh hưởng đến người sử dụng dịch vụ, mà những thiếu hụt kiến thức này cũng hạn chế với việc người dùng sử dụng ứng dụng cũng như tác động việc áp dụng và tăng trưởng sản phẩm của Fintech.

Như vậy, khi người dùng đạt được mức độ hiểu biết tối thiểu về kỹ thuật số và hiểu biết tài chính có thể nâng cao tần suất sử dụng các ứng dụng tài chính chuyên dụng và các giải pháp ngân hàng và tham gia vào hệ sinh thái công nghệ tài chính hiện đại.

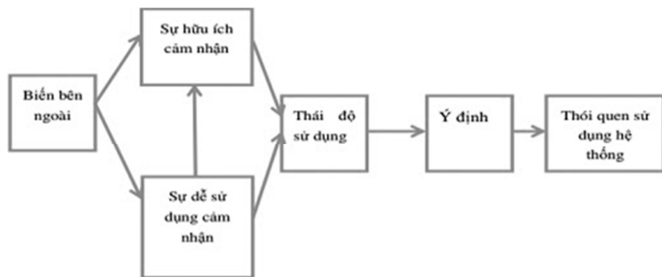
2.2. Đo lường tác động của hiểu biết tài chính tới sự phát triển dịch vụ Fintech bằng mô hình chấp nhận sử dụng

Nhiều mô hình chấp nhận sử dụng được nghiên cứu để đo lường ý định sử dụng dịch vụ. Một số mô hình phổ biến như mô hình chấp nhận công nghệ và mô hình lý thuyết hành động hợp lý.

Mô hình chấp nhận công nghệ (“Technology Acceptance Model” - TAM)

Mô hình TAM là “khung lý thuyết được sử dụng phổ biến trên thế giới nhằm đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng các hệ thống công nghệ thông tin, được các nhà nghiên cứu công nhận rộng rãi trong các lĩnh vực khác nhau như thương mại điện tử, du lịch, tài chính ngân hàng để giải thích hành vi chấp nhận sử dụng của người dùng đối với các công nghệ và hệ thống thông tin khác nhau” [8]. Dựa trên “Lý thuyết hành động hợp lý” (Theory of Reasoned Action -

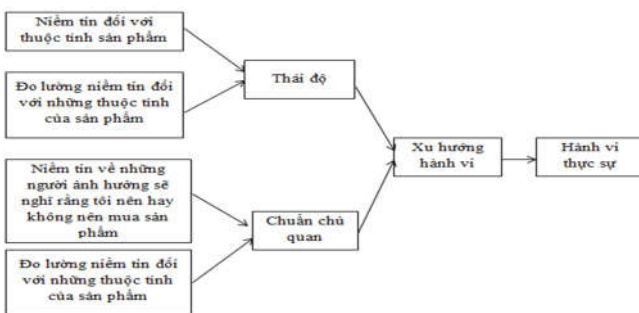
TRA) của Fishbein và Ajzen, mô hình TAM được phát triển thông qua các liên kết nhân quả của lý thuyết của TRA để giải thích các hành vi chấp nhận sử dụng công nghệ của người dùng [9]. Trong nghiên cứu chấp nhận công nghệ, mô hình TAM đo lường hai yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định của người dùng đối với các hệ thống thông tin bao gồm: tính hữu ích cảm nhận và tính dễ sử dụng cảm nhận. Theo mô hình TAM, tính hữu ích cảm nhận và tính dễ sử dụng cảm nhận có ảnh hưởng trực tiếp tới thái độ; thái độ ảnh hưởng tới ý định sử dụng và ý định sử dụng ảnh hưởng tới sự hành vi chấp nhận hệ thống hay dịch vụ công nghệ thông tin [10]. Mô hình TAM được công nhận là mô hình nền tảng lý thuyết cho sự hình thành và phát triển của các mô hình đánh giá mức độ chấp nhận công nghệ sau này.



Hình 1. Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) [8]

Mô hình Lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA)

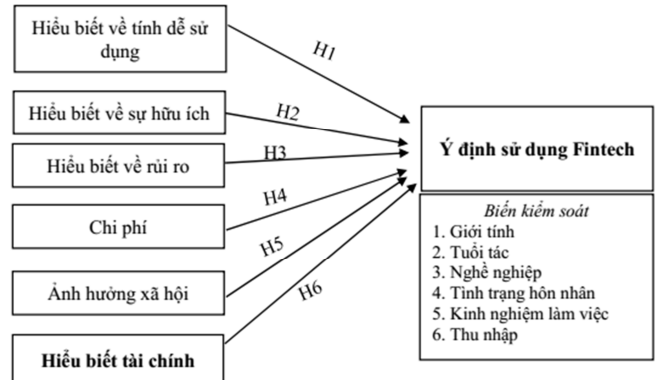
Mô hình Lý thuyết hành động hợp lý (TRA) được phát triển bởi Ajzen và Fishbein, là một trong những nghiên cứu đầu tiên về hành vi người tiêu dùng và sau đó được mở rộng, điều chỉnh theo thời gian [9]. Theo mô hình TRA, nhân tố phù hợp nhất để dự đoán về hành vi tiêu dùng là xu hướng tiêu dùng. Theo mô hình lý thuyết này, có hai yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định là thái độ cá nhân và chuẩn chủ quan. Trong đó, thái độ cá nhân đối với kết quả của hành vi đó và tiêu chuẩn chủ quan (Subjective Norms) theo Ajzen là niềm tin và sự thúc đẩy của người ảnh hưởng rằng cá nhân đó nên hay không nên thực hiện hành vi [3]. Lý thuyết hành động hợp lý cho thấy cách tốt nhất để dự đoán hành vi là yêu cầu mọi người trả lời ý định thực hiện hành vi đó (từ ý định đến thang đo hành động). Mô hình này đã được sử dụng thành công cho nhiều lĩnh vực khác nhau để dự đoán hành vi của khách hàng.



Hình 2. Mô hình lý thuyết hành động hợp lý (TRA) [3]

Phát triển mô hình nghiên cứu tác động của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech

Từ tổng quan nghiên cứu về hiểu biết tài chính, Fintech, mối quan hệ giữa hiểu biết tài chính và Fintech thông qua các mô hình chấp nhận sử dụng để đo lường ý định sử dụng dịch vụ Fintech, mô hình nghiên cứu được phát triển như hình 3.



Hình 3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Đo lường hiểu biết tài chính thông qua: *Hiểu biết tài chính (FL)*; *Hiểu biết về sự hữu ích (HI)*; *Hiểu biết về tính dễ dàng sử dụng (SD)*; *Hiểu biết về rủi ro (RR)*; *Chi phí (CP)*; *Ảnh hưởng tới xã hội (XH)*. Đo lường tác động của hiểu biết tài chính tới sự phát triển của Fintech thông qua *Ý định sử dụng dịch vụ Fintech (YD)* (Chi tiết thang đo các biến được trình bày tại Phụ lục 02-07). Mô hình ước lượng như sau:

$$YD = \beta_0 + \beta_1.FL + \beta_2.HI + \beta_3.SD + \beta_4.RR + \beta_5.CP + \beta_6.XH + u_i$$

Trong đó: β_0 : hệ số tự do; β_i : hệ số mô hình hồi quy; u_i : sai số mô hình hồi quy.

Để ước lượng tác động của hiểu biết tài chính tới sự phát triển của dịch vụ Fintech, dữ liệu khảo sát được thu thập từ 486 phiếu khảo sát của người dân khu vực Hà Nội, Việt Nam từ tháng 1 đến tháng 5 năm 2021. Thang đo Likert 5 được lựa chọn để xây dựng phiếu khảo sát.

Dữ liệu được thu thập và xử lý bằng phần mềm SPSS. Sau khi thống kê mô tả, những quan sát không phù hợp được loại bỏ khỏi dữ liệu nghiên cứu bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha. Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để kiểm định giá trị của thang đo. Phân tích hồi quy để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu và đánh giá mức độ ảnh hưởng của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech.

3. THỰC TRẠNG HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH VÀ PHÁT TRIỂN FINTECH TẠI HÀ NỘI, VIỆT NAM

3.1. Thực trạng sử dụng dịch vụ Fintech của người dân trên địa bàn Hà Nội

Những năm trở lại đây, Fintech đã có sự phát triển ấn tượng và thu được nhiều kết quả đáng ghi nhận. Sự kết hợp giữa Fintech và kinh doanh của các doanh nghiệp đã giúp các doanh nghiệp Fintech tăng lợi thế cạnh tranh nhất định. Kết quả này có thể kể tới sự thành công của Fintech trong lĩnh vực ngân hàng. Theo nghiên cứu của Nguyễn Hồng Nga, có tới 65% các doanh nghiệp tại Việt Nam cung cấp các dịch

vụ thanh toán nhờ Fintech [10]. Tính tới cuối năm 2020, 5 ví điện tử đang chiếm thị phần lớn tại Việt Nam, đó là Momo, Moca, ViettelPay, Zalo Pay và Payoo. Nhìn chung, hoạt động thanh toán, cho vay ngang hàng (Peer to peer lending) và huy động vốn là chiếm phân khúc lớn hiện đang Fintech ở Việt Nam, ngoài ra còn các mảng dịch vụ khác chưa được khai thác sâu như là quảng lý tài sản, quản lý thanh khoản, bảo hiểm, tư vấn tài chính tự động.

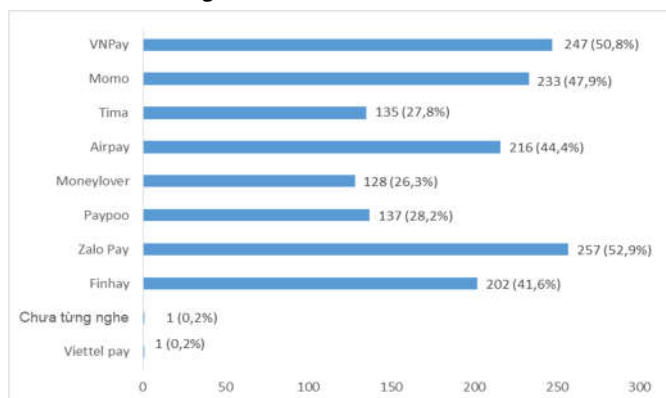
Với thời đại xu hướng công nghệ số cùng với quy mô dân số đông, tỷ lệ sử dụng thiết bị di động và internet cao tại Việt Nam cũng đủ để chứng minh đây là một thị trường tiềm năng cho sự phát triển của Fintech. Xấp xỉ 72% dân số Việt Nam trong 100 triệu dân đã sử dụng điện thoại thông minh, bên cạnh đó người dùng dùng điện thoại thông minh để lên Internet chiếm 68%, thời gian kết nối trực tuyến trên mạng là 48 giờ/tuần bằng các thiết bị điện tử số khác nhau. Đây là là cơ hội phát triển thị trường của các công ty cung cấp dịch vụ Fintech.

Bảng 1. Xếp hạng Fintech của các thành phố Châu Á - Thái Bình Dương

| Thành phố | Điểm | Xếp hạng | |
|-----------|--------|--------------------------|----------|
| | | Châu Á - Thái Bình Dương | Thế giới |
| Singapore | 23,621 | 1 | 4 |
| Bangalore | 16,093 | 2 | 7 |
| Mumbai | 15,063 | 3 | 10 |
| HongKong | 14,778 | 4 | 11 |
| Sydney | 14,470 | 5 | 13 |
| Hà Nội | 5,216 | 30 | 149 |

Nguồn: Findexable 2020

Theo bảng xếp hạng toàn cầu về các trung tâm Fintech, Việt Nam đứng thứ 51 trên thế giới, đây cũng là một kết quả khả quan so với các nước có thị trường Fintech non trẻ. Xét theo các thành phố trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương cho thấy điểm xếp hạng Hà Nội nằm ở vị trí thuận lợi (30) trong khu vực này. Kết quả phát triển đáng ghi nhận này một phần là do nền tảng hiểu biết tài chính tại Việt Nam, đặc biệt là tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng...



Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát

Hình 4. Thống kê số lượng người biết đến sự có mặt của các công ty Fintech

Sau khi khảo sát 486 người đang sinh sống tại Hà Nội, nhóm nghiên cứu đã tổng hợp và phân tích thực trạng sử

dụng dịch vụ Fintech hiện nay của người dân. Từ kết quả khảo sát này (hình 4), 484/486 người tham gia khảo sát đều biết đến sự có mặt của các công ty Fintech hiện nay như VNPay, Momo, Tima, Airpay, MoneyLover, Payoo, ZaloPay, Finhay, ViettelPay. Bên cạnh đó trong 486 người khảo sát thì có 397 người (chiếm 81,7%) có nghề nghiệp, ngành học liên quan đến kinh tế - tài chính và 89 người (chiếm 18,3%) có nghề nghiệp, ngành học không liên quan đến kinh tế - tài chính. Do đó, có thể thấy ngành đào tạo, công việc liên quan đến kinh tế - tài chính luôn có xu hướng tác động mạnh tới việc sử dụng các dịch vụ Fintech hiện nay.

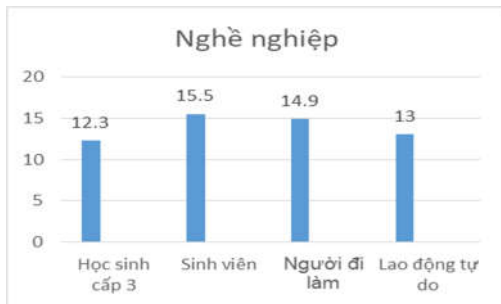
Nhìn chung, những người tham gia khảo sát đều cảm thấy các dịch vụ của công ty Fintech hữu ích, dễ dàng sử dụng. Ngoài ra, những người tham gia khảo sát đều đồng ý rằng chi phí qua Fintech thấp hơn so với việc giao dịch trực tiếp tại ngân hàng và hơn thế nữa Fintech còn cung cấp nhiều dịch vụ miễn phí. Hơn 200 người có ý định sử dụng các dịch vụ Fintech thường xuyên hơn và sẽ giới thiệu dịch vụ này cho nhiều người khác trong thời gian tới. Với sự phát triển ngày càng đa dạng về các dịch vụ của mình, Fintech hứa hẹn củng cố vị trí của mình và thu hút nhiều người sử dụng hơn trong tương lai.

3.2. Thực trạng hiểu biết tài chính và lựa chọn sử dụng dịch vụ Fintech

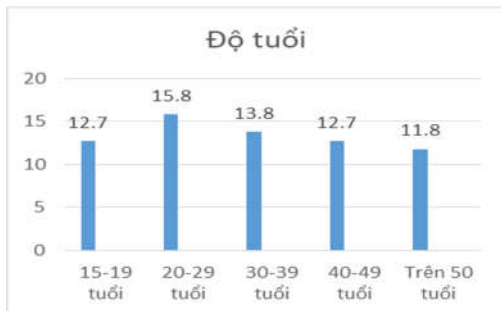
Theo Standard&Poor's Ratings Services, Việt Nam đang xếp hạng vị trí 118/144 trên bảng xếp hạng này với điểm Hiểu biết tài chính là 24. Trên cơ sở thực trạng về hiểu biết tài chính và sự phát triển của các dịch vụ Fintech của Việt Nam, phiếu khảo sát đã được thực hiện với 486 người tham gia khảo sát trên địa bàn Hà Nội. Kết quả khảo sát cho thấy, hiểu biết tài chính có xu hướng tăng dần từ nhóm người có thu nhập từ 4,5 - 6,7 triệu đồng/tháng đến nhóm người có thu nhập trên 20 triệu đồng/tháng, điều này cũng tương đồng với kết luận đưa ra trong nghiên cứu của tác giả Lusardi và Tufano [9]. Đây là minh chứng cho việc với mức thu nhập càng cao, các cá nhân có xu hướng tiêu dùng và sử dụng các dịch vụ tài chính nhiều hơn, vậy nên kinh nghiệm của họ cũng sẽ cao hơn so với các nhóm những người có thu nhập thấp.

Có một điều khá bất ngờ là nhóm người có thu nhập từ 0 - 4,5 triệu đồng/tháng lại là nhóm có điểm số hiểu biết tài chính cao nhất. Có thể hiểu được, nhóm này hầu hết bao gồm sinh viên, người mới đi làm và có ngành học, nghề nghiệp liên quan đến kinh tế. Kết quả khảo sát cũng cho thấy, trong 5 nhóm chính bao gồm từ 15 - 19 tuổi, từ 20 - 29 tuổi, từ 30 - 39 tuổi, từ 40 - 49 tuổi và trên 50 tuổi. Trong đó, nhóm 20-29 tuổi là có điểm Hiểu biết tài chính cao nhất và nhóm trên 50 tuổi có độ Hiểu biết tài chính thấp nhất (hình 6). Với kết quả này, có thể thấy rằng Hiểu biết tài chính có sự phân hoá theo độ tuổi. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu cho rằng những người lớn tuổi hơn thường có Hiểu biết tài chính thấp ở trong những nghiên cứu của Van Rooij và cộng sự [15], Lusardi và Tufano [9]. Kết quả này nhất quán với hiểu biết tài chính theo nghề nghiệp. Nhóm người trong độ tuổi từ 20 - 29 tuổi tập trung chủ yếu là sinh viên, người mới

ra trường hoặc đã đi làm vài năm. Nhóm người thuộc độ tuổi này là nhóm có nhiều cơ hội để tiếp cận nhiều nguồn thông tin mới và cũng là nhóm tuổi dễ tiếp cận với các sản phẩm tài chính hiện đại đang trên thị trường.



Hình 5. Điểm số hiểu biết tài chính trung bình theo nghề nghiệp



Hình 6. Điểm số hiểu biết tài chính trung bình theo độ tuổi

Hiểu biết tài chính theo nghề nghiệp được chia theo 4 nhóm, đó là (i) Học sinh cấp 3; (ii) Sinh viên; (iii) Người đi làm; và (iv) Lao động tự do. Trong đó, sinh viên là người có điểm Hiểu biết Tài chính cao nhất, sau đó đó là Người đi làm, Lao động tự do và Học sinh cấp 3 (hình 5).

Như vậy, có thể thấy hiểu biết tài chính có vai trò và tầm quan trọng tới sự phát triển của hệ thống tài chính và nền kinh tế. Kết quả tương đồng với các kết quả nghiên cứu trước đây.

4. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH TỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA FINTECH

Theo kết quả phân tích ở trên, hiểu biết tài chính có ảnh hưởng đáng kể bởi độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, thu nhập. Để khẳng định sự tác động của các yếu tố này tới hiểu biết tài chính, cũng như tác động của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng các dịch vụ Fintech. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo như bảng 2.

Bảng 2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

| | Độ tin cậy của thang đo |
|------------------------------|-------------------------|
| Hiểu biết về sự hữu ích | 0,879 |
| Hiểu biết về tính dễ sử dụng | 0,815 |
| Hiểu biết về rủi ro | 0,832 |
| Chi phí | 0,872 |
| Ảnh hưởng xã hội | 0,879 |
| Ý định sử dụng | 0,851 |

Nguồn: Kết quả khảo sát và tính toán của tác giả

Các thang đo tác động tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech có độ tin cậy cao (trên 0,8). Các biến đo lường có hệ số tương quan lớn hơn 0,3. Các thang đo đánh giá sự hiểu biết và tác động của các thang đo này tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech đều có ý nghĩa thống kê. Kết quả ước lượng tác động này cho thấy với độ tin cậy 54,9%, ý định sử dụng dịch vụ Fintech được giải thích thông qua các tác động của “Hiểu biết tài chính”, “Hiểu biết sự hữu ích”, “Hiểu biết tính dễ sử dụng”, “Hiểu biết rủi ro”, “Hiểu biết chi phí” và “Ảnh hưởng xã hội”. Bên cạnh đó, kết quả ma trận xoay nhân tố cho thấy các biến quan sát trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê và thang đo đảm bảo độ tin cậy để tiến hành phân tích với các trọng số nhân tố đều lớn hơn 0,5, điều này tương đồng với kết quả kiểm định hệ số KMO với giá trị 0,796 ở mức ý nghĩa 5%, cho thấy dữ liệu để phân tích nhân tố là phù hợp và các biến có tương quan với nhau trong tổng thể. Cụ thể kết quả ước lượng hồi quy như sau:

$$YD = 0,191 + 0,104.HI + 0,416.SD - 0,083.RR + 0,245.CP + 0,177.XH + 0,064.FL$$

Các hệ số hồi quy của mô hình cho thấy các hệ số β chuẩn hóa của nhân tố tác động tới “Ý định sử dụng dịch vụ Fintech” FL, HI, SD, CP, XH lớn hơn 0. Kết quả này cho thấy “Hiểu biết tài chính”, “Hiểu biết sự hữu ích”, “Hiểu biết tính dễ sử dụng”, “Hiểu biết chi phí” và “Ảnh hưởng xã hội” tác động thuận chiều tới ý định sử dụng dịch vụ của Fintech của người dân trên địa bàn thành phố Hà Nội. Trái lại, “Hiểu biết rủi ro” có hệ số β chuẩn hóa nhỏ hơn 0. Điều này cho thấy, “Hiểu biết rủi ro” tác động ngược chiều tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech.

Kết quả khảo sát này cũng cho thấy, “Hiểu biết về tính dễ sử dụng” có tác động mạnh nhất đến ý định sử dụng dịch vụ Fintech của người tiêu dùng. Người tiêu dùng cũng sẽ có xu hướng sử dụng những dịch vụ có giao diện đơn giản, dễ nhìn, các bước thao tác ngắn gọn, dễ hiểu và không quá phức tạp, mang lại lợi ích cho người sử dụng. Đồng thời, chi phí cũng là một phần quan trọng quyết định việc tiếp nhận dịch vụ Fintech của người dân. Họ sẽ sử dụng dịch vụ nếu cảm thấy chi phí của Fintech hợp lý, không tốn kém. Khi lợi ích mang lại cho người sử dụng dịch vụ Fintech lớn, họ sẽ có xu hướng truyền tải thông tin tích cực tới những người chưa có ý định sử dụng các dịch vụ này. Tuy nhiên, những rủi ro gặp phải như tính bảo mật, quyền riêng tư, tổn thất về mất tiền sẽ cản trở việc tiếp cận sử dụng các dịch vụ Fintech, mặc dù vậy, tác động này ở mức tương đối nhỏ.

Như vậy, khi người dân có kiến thức cần thiết về tài chính, có những hành vi và thái độ tích cực khi đưa ra những quyết định về tài chính, sẽ có xu hướng tiếp cận đến các dịch vụ Fintech hơn thông qua kết quả tác động của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech.

5. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH NHẪM TĂNG CƯỜNG TÁC ĐỘNG TÍCH CỰC CỦA HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH TỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA FINTECH

Thứ nhất, đưa giáo dục tài chính trở thành một kế hoạch quốc gia với hai mục tiêu chính là bảo vệ người sử dụng dịch vụ tài chính và nâng cao hiểu biết của người tiêu dùng.

Thứ hai, xây dựng một kế hoạch giáo dục tài chính để hỗ trợ hiệu quả và trực tiếp đến việc thực hiện dự án cải thiện khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng của nền kinh tế, nghĩa là, giáo dục và phát triển tài chính, quảng bá và khuyến khích sử dụng một hoặc nhiều sản phẩm, dịch vụ đặc thù. Kết nối mọi người trong từng nhóm đối tượng, đặc biệt là cư dân vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa để trực tiếp nâng cao lòng tin và thay đổi thói quen sử dụng sản phẩm tài chính của người dân. Ngoài ra, cũng nên lựa chọn kiến thức tài chính và sản phẩm dịch vụ tài chính phù hợp với đặc điểm của từng nhóm đối tượng để lựa chọn phương thức truyền thông, quảng bá thích hợp.

Thứ ba, xây dựng những chương trình tập huấn và đào tạo chuyên môn nguồn nhân lực. Kết hợp đào tạo kiến thức tài chính với các trường đại học chuyên sâu về lĩnh vực tài chính. Tập huấn kiến thức về tài chính cho người dân. Từ đó, giúp họ nhận thức rõ ràng những lợi ích cũng như sự nguy hiểm của các dịch vụ công nghệ tài chính. Khi sử dụng các dịch vụ Fintech nên xác định rõ được mục đích sử dụng và bảo mật khi sử dụng.

Thứ tư, xây dựng các phương án nhằm tối ưu hoá nguồn thông tin về các dịch vụ tài chính để người dân có thể dễ dàng tiếp cận nguồn thông tin đúng, giúp cải thiện hành vi tài chính cá nhân và bắt kịp xu thế trong thời đại 4.0.

Thứ năm, thúc đẩy phát triển đa dạng hoá sản phẩm kết hợp với đảm bảo an toàn, hạn chế rủi ro thông qua kiểm soát an toàn bảo mật và an ninh mạng. Đồng thời, hỗ trợ xây dựng hệ sinh thái Fintech, liên kết với các ngân hàng, công ty công nghệ thông tin, và các chuỗi cửa hàng, trang thương mại điện tử... nhằm có sự giám sát, kiểm soát chặt chẽ và có cơ chế phản ứng kịp thời cũng như giảm thiểu rủi ro về những hành vi lừa đảo, đánh cắp thông tin người dùng, hay tồn tại những kẻ hở về bảo mật thông tin.

Thứ sáu, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Fintech cần tích cực nâng cao năng lực cạnh tranh bằng nhiều hình thức như nâng cấp nền tảng sử dụng, chuyển đổi giao diện số, tối ưu hóa chi phí từ khách hàng nhằm thu hút lượng tiếp cận và đem đến những trải nghiệm người dùng tốt nhất. Đối tượng người sử dụng các sản phẩm Fintech trải dài theo nhiều lứa tuổi với những trình độ khác nhau nên việc làm sao để cung cấp những dịch vụ vừa hiện đại, bắt kịp xu thế mới vừa đơn giản, thuận tiện, phù hợp với phần đông người dùng là vô cùng cần thiết. Bên cạnh đó, sự hữu ích và hiện đại nhưng với chi phí thấp, phù hợp với túi tiền luôn là ưu tiên của người tiêu dùng.

Như vậy, trước sức tăng trưởng mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 trên toàn thế giới, sự kết hợp giữa công nghệ và tài chính dường như đã, đang và sẽ thành công hơn nữa, chiếm vị thế quan trọng trong cuộc sống của người dân trong tương lai. Do đó, việc ứng dụng dịch vụ Fintech trong đời sống tiêu dùng chính là sự bắt kịp xu thế phát triển của thời đại. Điều này đòi hỏi người dân cần nâng cao hiểu biết về tài chính để tối ưu hoá ứng dụng của Fintech để giảm thiểu chi phí. Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu về sự ảnh hưởng của năng lực hiểu biết tài chính đến

quyết định sử dụng dịch vụ Fintech trong đời sống của người dân trên địa bàn Hà Nội. Kết quả nghiên cứu này chỉ ra sự cần thiết phải phát triển các chương trình giáo dục tài chính kỹ thuật số để cải thiện hiểu biết về tài chính, tập trung vào các kỹ năng được đánh giá là quan trọng đối với những người tham gia vào nền kinh tế kỹ thuật số.

Lời cảm ơn: Chúng tôi xin được gửi lời cảm ơn tới các bạn Trương Thanh Huyền, Lê Lưu Thuỳ Linh, Đào Khánh Huyền, Viện Nghiên cứu Phát triển Mekong, Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương đã hỗ trợ chúng tôi thu thập số liệu khảo sát về hiểu biết tài chính và sự phát triển của Fintech trên địa bàn Thành phố Hà Nội, Việt Nam.

PHỤ LỤC

Từ kết quả ước lượng số liệu khảo sát tác động của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech, từ đó tác động tới sự phát triển của dịch vụ Fintech tại Việt Nam được khẳng định so với các giả thuyết ban đầu như sau:

PL01: Kiểm định giả thuyết tác động của hiểu biết tài chính tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech

| | Giả thuyết | Kết luận |
|----|--|-----------------|
| H1 | Hiểu biết về tính dễ sử dụng có tác động tích cực tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech | Chấp nhận |
| H2 | Hiểu biết về sự hữu ích có tác động tích cực tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech | Chấp nhận |
| H3 | Hiểu biết về rủi ro có tác động tiêu cực tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech | Chấp nhận |
| H4 | Hiểu biết về chi phí có tác động tích cực tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech | Chấp nhận |
| H5 | Ảnh hưởng xã hội có tác động tích cực tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech | Chấp nhận |
| H6 | Hiểu biết tài chính có tác động tích cực tới ý định sử dụng dịch vụ Fintech | Chấp nhận |

Nguồn: Kiểm định từ kết quả khảo sát

Để đo lường ý định sử dụng dịch vụ của Fintech, tác giả sử dụng thang đo likert từ 1 đến 5 cho các thang đo. Trong đó từ 1 đến 5 là tương đương với các mức độ: Hoàn toàn không đồng ý, Không đồng ý, trung lập, đồng ý và hoàn toàn không đồng ý. Các thang đo cùng các biến quan sát cụ thể như sau:

PL02: Thang đo hiểu biết về sự hữu ích

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|----------------|---|--|
| H11 | Việc sử dụng dịch vụ Fintech làm cho các giao dịch trở nên dễ dàng hơn | Pikkraien và cộng sự (2004), Chan và Lu (2004) |
| H12 | Sử dụng dịch vụ Fintech giúp tôi kiểm soát tài chính hiệu quả | |
| H13 | Sử dụng dịch vụ Fintech giúp tôi tiết kiệm thời gian | |
| H14 | Fintech giúp tôi tăng hiệu quả cuộc sống và công việc | |
| H15 | Nhìn chung, việc sử dụng dịch vụ Fintech mang lại nhiều lợi ích cho tôi | |

PL03: Thang đo hiểu biết về tính dễ sử dụng

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---------|--|-------------------------------|
| SD1 | Tôi cảm thấy học cách sử dụng dịch vụ Fintech rất dễ dàng | Pikkraainen và cộng sự (2004) |
| SD2 | Tôi nhận thấy sử dụng dịch vụ Fintech linh hoạt, dễ dàng | |
| SD3 | Tôi thấy các thao tác thực hiện trên Fintech rõ ràng, dễ hiểu | |
| SD4 | Tôi có thể dễ dàng sử dụng dịch vụ Fintech một cách thuận thực | |

PL04: Thang đo hiểu biết rủi ro

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---------|--|-------------------|
| RR1 | Tôi nhận thấy giao dịch trên Fintech không được bảo mật | Chan và Lu (2004) |
| RR2 | Tôi lo ngại có thể không đảm bảo tính riêng tư. | |
| RR3 | Tôi cho rằng người khác có thể giả mạo thông tin của tôi | |
| RR4 | Tôi không an tâm về công nghệ sử dụng trong Fintech | |
| RR5 | Tôi nhận thấy có thể có gian lận thất thoát tiền khi sử dụng dịch vụ Fintech | |

PL05: Thang đo về chi phí

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---------|---|-------------|
| CP1 | Tôi nhận thấy chi phí qua Fintech thấp hơn so với giao dịch tại ngân hàng | Poon (2008) |
| CP2 | Tôi nhận thấy các công ty Fintech cung cấp nhiều dịch vụ miễn phí | |
| CP3 | Tôi nhận thấy sử dụng Fintech giúp tôi tiết kiệm thời gian và tiền bạc | |
| CP4 | Tôi cảm thấy không tốn kém khi sử dụng dịch vụ Fintech | |

PL06: Thang đo về ảnh hưởng xã hội

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---------|---|---|
| XH1 | Những người quan trọng với tôi nghĩ rằng tôi nên sử dụng dịch vụ của Fintech | Vankatesh và cộng sự (2003), Foon và cộng sự (2011) |
| XH2 | Những người ảnh hưởng tới hành vi của tôi nghĩ rằng tôi nên sử dụng dịch vụ của Fintech | |
| XH3 | Những người có ý kiến tôi đánh giá cao nghĩ rằng tôi nên sử dụng dịch vụ của Fintech | |

PL07: Thang đo về ý định sử dụng dịch vụ Fintech

| Ký hiệu | Biến quan sát | Nguồn |
|---------|--|--------------|
| YD1 | Tôi có ý định sử dụng dịch vụ Fintech trong thời gian tới | Clegg (2010) |
| YD2 | Tôi có ý định sử dụng dịch vụ Fintech thường xuyên hơn trong thời gian tới | |
| YD3 | Tôi có kế hoạch sử dụng thêm dịch vụ Fintech trong thời gian tới | |
| YD4 | Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ Fintech cho người khác trong thời gian tới | |

PL08: Kết quả ước lượng mô hình

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | 0,745 ^a | 0,555 | 0,549 | 0,49989 | 1,019 |

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Agarwal S., Driscoll J. C., Babaix X., Laibson D., 2009. *The age of reason: Financial decisions over the life cycle and implications for regulation*. Brookings Papers on Economic Activity, pp. 51-117.
- [2]. Ajzen I., Fishbein M., 1975. *A Bayesian analysis of attribution processes*. Psychological Bulletin, vol. 82, no. 2, pp. 261-277.
- [3]. Ajzen I., 1975. *The theory of planned behavior*. Organizational behavior and human decision processes, vol. 50, pp. 179-211.
- [4]. Atkinson A., Messy F., 2012. *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions.
- [5]. Davis, Bagozzi Warsaw, 1989. *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science.
- [6]. Bernheim B.D., Skinner J., Weinberg S., 2001. *What Accounts for the Variation in Retirement Wealth among U.S. Household?*. The American Economic Review.
- [7]. I. O. O. S. Commission, 2017. *IOSCO Research Report of Financial Technologies (Fintech)*.
- [8]. Lursadi A., Mitchell O., 2014. *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. Journal of Economic Literature, vol. 52, no. 1, pp. 5-44.
- [9]. Lusardi A., Tufano P., 2015. *Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness*. Journal of Pension Economics and Finance, vol. 14, no. 4, pp. 332-368.
- [10]. N. H. Nga, 2020. *Banks and Fintech Companies: Competitors and Partners*. Banking Review, No 5.
- [11]. R. M. Research, 1993. *Slope Stabilization and Erosion Control: A Bioengineering Approach*. Taylor & Francis.
- [12]. Sam A., William W, 2016. *The effects of Perceived and Actual Financial Literacy on Financial Behavior*. Economic Inquiry, vol. 54, no. 1, pp. 675-697.
- [13]. Schagen S., Lines A., 1996. *Financial Literacy in Adult Life: A Report to the Natwest Group Charitable Trust*. NFER, pp. 36-45.
- [14]. Tufano P., 2003. *Financial innovation*. Handbook of the Economics of Finance, vol. 1, pp. 307-335.
- [15]. Van Rooij M., Lusardi A., Alessie, R., 2011. *Financial literacy and retirement planning in the Netherlands*. Journal of Economic Psychology, vol. 32, no. 4, pp. 593-608.
- [16]. Wu J.H., Wang S.C., 2005. *What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model*. Information & management, vol. 42, no. 5, pp. 719-729.

AUTHORS INFORMATION

Do Hong Nhung, Nguyen Ngoc Hai Chau

National Economics University