

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH SỐ TỚI QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ TÀI CHÍNH SỐ CỦA GENZ TẠI VIỆT NAM

● NGUYỄN QUỲNH ANH - NGUYỄN HUYỀN ANH

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu tác động của dân trí tài chính số (DTTCS) tới quyết định sử dụng dịch vụ tài chính số (DVTCS) của khách hàng thông qua việc sử dụng mô hình lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT). Qua đó, bài viết không chỉ cung cấp cái nhìn toàn diện về DTTCS, mà còn xác định các yếu tố ảnh hưởng chính đến quyết định sử dụng DVTCS của người tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu sẽ đóng góp quan trọng vào việc định hướng phát triển các sản phẩm, DVTCS phù hợp với nhu cầu và khả năng của người sử dụng, đồng thời đưa ra các khuyến nghị chính sách nhằm nâng cao DTTCS.

Từ khóa: dân trí tài chính số, dịch vụ tài chính số, FinTech, UTAUT.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, công nghệ tài chính (FinTech) đang ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong hệ thống tài chính toàn cầu. Các sản phẩm và DVTCS ứng dụng FinTech không chỉ mang lại tiện ích cho người dùng mà còn thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế số và tài chính toàn diện [8, 12, 37]. Thế hệ Z hay còn gọi là Gen Z gồm những người sinh từ cuối những năm 1990 đến những năm 2000¹. Họ là thế hệ đầu tiên lớn lên trong thời đại kỹ thuật số, quen thuộc với công nghệ và nhanh chóng thích nghi với các ứng dụng di động, cũng như các nền tảng trực tuyến mới. Ở Việt Nam, đất nước đang trên đà phát triển mạnh mẽ về công nghệ tài chính (Fintech), Gen Z được coi là lực lượng chủ chốt trong việc thúc đẩy áp dụng các DVTCS [4].

Nhiều nghiên cứu trước đây đã chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa kiến thức tài chính và việc áp dụng các dịch vụ tài chính truyền thống [2-3]. Tuy nhiên,

để các sản phẩm, DVTCS được chấp nhận và sử dụng rộng rãi, Gen Z cần có hiểu biết nhất định về tài chính số. DTTCS trở thành một yếu tố then chốt, ảnh hưởng trực tiếp đến ý định sử dụng các sản phẩm, DVTCS [9].

Tại Việt Nam, nghiên cứu về DVTCS chủ yếu tập trung vào phát triển hệ sinh thái số và hoàn thiện khung pháp lý cho lĩnh vực này, nhằm tạo ra các dịch vụ tài chính tiện ích và hiệu quả hơn [5, 38]. Tuy nhiên, DTTCS là lĩnh vực hoàn toàn mới mẻ tại Việt Nam và chưa có nghiên cứu cụ thể nào trong nước về vấn đề này. Các nghiên cứu đã có chủ yếu tập trung vào một số yếu tố tác động tới việc sử dụng dịch vụ FinTech như nhận thức về rủi ro và lợi ích, an toàn và bảo mật, sự tự chủ, sự thuận tiện [1, 6]. Đặc biệt, thế hệ Z tại Việt Nam, những người sinh ra và lớn lên trong thời kỳ kỹ thuật số, đang dần trở thành nhóm khách hàng tiềm năng quan trọng của các DVTCS. Hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi chấp nhận và sử dụng DVTCS của Gen Z

không chỉ giúp các doanh nghiệp FinTech phát triển các chiến lược tiếp cận hiệu quả, mà còn hỗ trợ các nhà hoạch định chính sách đưa ra các biện pháp thúc đẩy tài chính toàn diện.

Do đó, bài viết nghiên cứu “Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của dân trí tài chính số tới quyết định sử dụng các dịch vụ tài chính số của GenZ tại Việt Nam” nhằm đề xuất một mô hình nghiên cứu để kiểm tra tác động của DTTCS đến quyết định sử dụng DVTCS của Gen Z ở Việt Nam, bổ sung cho các nghiên cứu trước đây.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Nghiên cứu về dân trí tài chính số

DTTCS được hiểu là khả năng của cá nhân trong việc sử dụng các công cụ kỹ thuật số để quản lý tài chính cá nhân hiệu quả, bao gồm kiến thức và kỹ năng cần thiết để sử dụng các thiết bị và nền tảng kỹ thuật số nhằm đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt [14, 29]. Trong bối cảnh triển khai Chiến lược Tài chính Toàn diện, hiểu biết tài chính số nổi lên như một thước đo quan trọng cho hiệu quả thực hiện của từng quốc gia, đóng vai trò là công cụ nhận thức và giải pháp thiết yếu [21, 32]. DTTCS giúp cá nhân và doanh nghiệp nhận thức các DVTCS mới, bao gồm cả lợi ích và rủi ro. Do đó, họ có thể đưa ra quyết định sáng suốt khi sử dụng các dịch vụ này và trang bị cho người tiêu dùng kiến thức về quyền và nghĩa vụ khi sử dụng DVTCS, đảm bảo họ được đối xử công bằng và thông tin cá nhân được bảo mật.

Các nghiên cứu về DTTCS thường tập trung vào việc đo lường mức độ hiểu biết, khả năng và kinh nghiệm sử dụng các DVTCS của người sử dụng [11, 20, 35]. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra, DTTCS là một yếu tố quan trọng trong việc ra quyết định tài chính của cá nhân [31, 35]. Các nghiên cứu khác lại chỉ ra mối liên hệ tích cực giữa hiểu biết số và hành vi sử dụng dịch vụ FinTech khi kết hợp với hiểu biết tài chính [24, 26].

2.2. Nghiên cứu về dịch vụ tài chính số

Theo báo cáo của G20/OECD INFE, DVTCS bao gồm tất cả các hoạt động tài chính sử dụng công nghệ kỹ thuật số như: 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 [28]. DVTCS có thể bao gồm các loại giao dịch tiền tệ (gửi, rút, nhận tiền), các dịch vụ tài chính (thanh toán, tín dụng, tiết kiệm, hưu trí và bảo hiểm), các dịch vụ phi giao dịch tiền tệ (truy vấn thông tin tài chính cá nhân qua thiết bị kỹ thuật số). Hiện nay, các nghiên cứu mới chỉ chủ yếu tập trung vào khung

pháp lý, khảo sát mức độ hiểu biết của người dân hay yếu tố ảnh hưởng quyết định sử dụng về các DVTCS như: ví điện tử, tiền di động, và dịch vụ ngân hàng di động [15, 22, 27].

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra, ảnh hưởng xã hội đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành hành vi tài chính của cá nhân, đặc biệt liên quan đến việc áp dụng các DVTCS. Các nghiên cứu cho thấy, ảnh hưởng xã hội tích cực có thể làm tăng đáng kể ý định sử dụng các dịch vụ tài chính không chạm và ví điện tử [10, 25]. Phương tiện truyền thông xã hội cũng có thể đóng một vai trò nào đó, khi đánh giá và xác nhận của người dùng ảnh hưởng đến những người áp dụng tiềm năng. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thúc đẩy môi trường xã hội tích cực xung quanh các DVTCS.

Ngoài ra, việc áp dụng thành công các DVTCS phụ thuộc vào nhận thức về rủi ro của người dùng. Nhận thức về rủi ro cao đóng vai trò là tác động đáng kể khiến các cá nhân e ngại sử dụng các dịch vụ FinTech và có thể ngăn cản đáng kể người dùng tiềm năng [6, 17]. Xây dựng niềm tin vào tính bảo mật và độ tin cậy của các nền tảng này là điều cần thiết để khuyến khích áp dụng rộng rãi và đảm bảo tích hợp thành công các DVTCS vào cuộc sống hàng ngày.

Các nghiên cứu cũng cho thấy, đổi mới công nghệ số trong lĩnh vực tài chính đã mang lại những thay đổi to lớn cho hệ thống tài chính nói chung, bằng cách cải thiện khả năng kết nối, giảm chi phí giao dịch và đồng thời tạo ra các mô hình kinh doanh mới cùng sự tham gia của các chủ thể mới [13]. Chi phí giao dịch thấp hơn giúp cho các DVTCS dễ tiếp cận hơn, từ đó có khả năng gia tăng tính toàn diện của tài chính [30]. Cụ thể, thanh toán điện tử đã giúp đơn giản hóa các giao dịch tài chính, đưa dịch vụ đến gần khách hàng hơn và nâng cao hiệu quả hoạt động ngân hàng [18].

Nhận thức về tính hữu dụng đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ý định sử dụng các DVTCS. Điều này được lý giải là do nhận thức về tính hữu ích khuếch đại giá trị và lợi ích được cảm nhận gắn liền với công nghệ [19, 34]. Đối với trường hợp các dịch vụ tài chính di động, tính hữu dụng được cảm nhận đóng vai trò là yếu tố trung gian giữa tác động của các yếu tố khác tới ý định sử dụng dịch vụ, chẳng hạn như nhận thức về giá trị hoặc sự phù hợp với mục đích và ý định cuối cùng [19].

Mặt khác, nghiên cứu của Lee et. al. (2012) cũng cho thấy, cảm nhận dễ sử dụng có tác động tích cực đến ý định sử dụng các DVTCS. Bằng cách làm cho

công nghệ dễ tiếp cận hơn và thân thiện với người dùng hơn, cảm nhận dễ sử dụng đóng vai trò xúc tác trong thúc đẩy hành vi sử dụng DVTCS [23]. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thiết kế các DVTCS tập trung vào tính trực quan và dễ sử dụng.

2.3. Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ

Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ (Unified Theory of Technology Acceptance and Use of Technology - UTAUT) là một trong những mô hình được sử dụng phổ biến nhất để nghiên cứu hành vi chấp nhận công nghệ của người dùng [36]. UTAUT ra đời nhằm cung cấp một mô hình thống nhất và toàn diện hơn để giải thích hành vi chấp nhận công nghệ trong nhiều bối cảnh khác nhau.

UTAUT cho rằng 4 yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định và hành vi sử dụng công nghệ gồm: Kỳ vọng về hiệu quả, kỳ vọng về nỗ lực, ảnh hưởng xã hội, và sự thuận tiện. UTAUT đã được áp dụng rộng rãi trong nhiều nghiên cứu khác nhau và đã chứng minh được tính hiệu quả trong việc giải thích hành vi chấp nhận công nghệ của người dùng trong nhiều lĩnh vực, bao gồm dịch vụ tài chính ngân hàng, giáo dục, y tế và

thương mại điện tử [7, 16, 33]. Mô hình này cung cấp một khung lý thuyết vững chắc để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng công nghệ mới và hỗ trợ việc phát triển các chiến lược hiệu quả để thúc đẩy việc sử dụng công nghệ của người dùng.

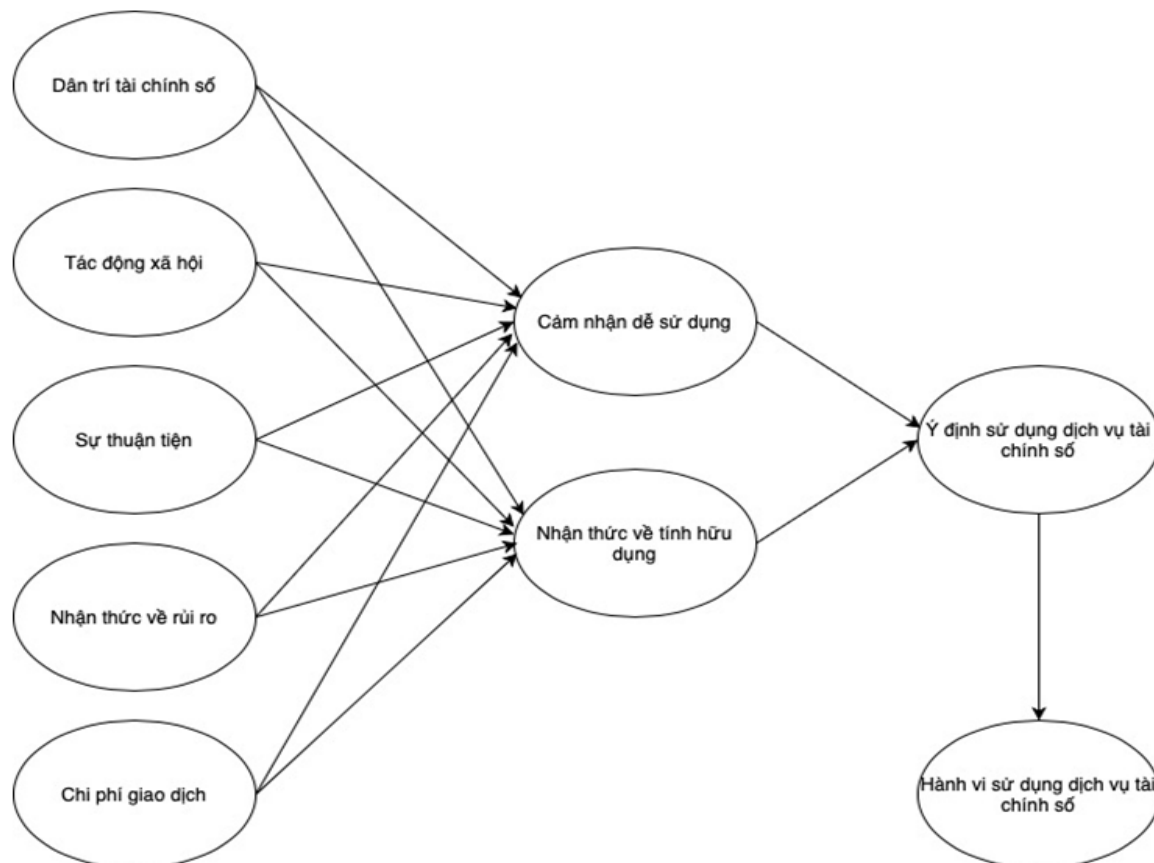
3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu trước đây và mô hình UTAUT, bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu tác động của DTTCS tới quyết định sử dụng DVTCS của Gen Z tại Việt Nam.

Mô hình này bao gồm các yếu tố: DTTCS, chi phí giao dịch, tác động xã hội, sự thuận tiện, nhận thức về rủi ro, cảm nhận dễ sử dụng, nhận thức về tính hữu dụng, ý định sử dụng dịch vụ tài chính số và hành vi sử dụng dịch vụ tài chính số. Mô hình nghiên cứu sẽ được kiểm định thông qua khảo sát và phân tích dữ liệu từ một mẫu gen Z đại diện. Kết quả nghiên cứu dự kiến sẽ cung cấp cái nhìn sâu sắc về vai trò của DTTCS và các yếu tố khác trong việc thúc đẩy quyết định sử dụng DVTCS, đồng thời đề xuất các biện pháp nâng cao DTTCS nhằm hỗ trợ phát triển DVTCS trong tương lai. Cụ thể:

Các giả thuyết nghiên cứu đề xuất:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Giả thuyết H1a: DTTCS ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H1b: DTTCS ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận dễ sử dụng.

Giả thuyết H1c: DTTCS ảnh hưởng tích cực đến nhận thức về tính hữu dụng.

Giả thuyết H2a: Chi phí giao dịch ảnh hưởng tiêu cực tới ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H2b: Chi phí giao dịch ảnh hưởng tiêu cực tới cảm nhận dễ sử dụng.

Giả thuyết H2c: Chi phí giao dịch ảnh hưởng tiêu cực tới nhận thức về tính hữu dụng.

Giả thuyết H3a: Tác động xã hội ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H3b: Tác động xã hội ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận dễ sử dụng.

Giả thuyết H3c: Tác động xã hội ảnh hưởng tích cực đến nhận thức về tính hữu dụng.

Giả thuyết H4a: Sự thuận tiện ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H4b: Sự thuận tiện ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận dễ sử dụng.

Giả thuyết H4c: Sự thuận tiện ảnh hưởng tích cực đến nhận thức về tính hữu dụng.

Giả thuyết H5a: Nhận thức về rủi ro ảnh hưởng

tiêu cực đến ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H5b: Nhận thức về rủi ro ảnh hưởng tiêu cực đến cảm nhận dễ sử dụng.

Giả thuyết H5b: Nhận thức về rủi ro ảnh hưởng tiêu cực đến nhận thức về tính hữu dụng.

Giả thuyết H6: Cảm nhận dễ sử dụng tác động tích cực tới ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H7: Nhận thức về tính hữu dụng tác động tích cực tới ý định sử dụng DVTCS.

Giả thuyết H8: Ý định sử dụng dịch vụ tài chính số tác động tích cực tới hành vi sử dụng DVTCS.

4. Kết luận

Nghiên cứu này góp phần nâng cao hiểu biết về hành vi sử dụng DVTCS của thế hệ Z tại Việt Nam và ảnh hưởng của DTTCS tới hành vi này. Những kết quả dự kiến được kỳ vọng sẽ cung cấp cơ sở lý thuyết và thực tiễn cho việc phát triển và ứng dụng các DVTCS một cách hiệu quả. Các nhà cung cấp DVTCS cần chú trọng vào việc thiết kế sản phẩm và dịch vụ phù hợp với nhu cầu và sở thích của thế hệ Z, đồng thời tối ưu hóa trải nghiệm người dùng thông qua các giao diện đơn giản, dễ sử dụng và các kênh tiếp cận đa dạng. Việc nâng cao DTTCS cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy việc sử dụng DVTCS rộng rãi hơn trong cộng đồng Gen Z.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Theo từ điển Merriam-Webster

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Đào, M. H., Nguyễn, T. T., Đặng, T. H., & Nguyễn, T. L. T. (2018). Các nhân tố tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ fintech trong hoạt động thanh toán của khách hàng cá nhân tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, 194, 11-19.
- Khúc, T. A., Bùi, K. T., & Nguyễn, M. P. (2022). Tác động của dân trí tài chính đến quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 306, 31-40.
- Nguyễn, T. V., & Lê, V. H. (2019). Nghiên cứu tác động của dân trí về tài chính đến hành vi tiết kiệm, cá nhân của người dân Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, 204, 10-16.
- PWC. (2021). Thế hệ Z đã sẵn sàng cho kỷ nguyên số? Truy cập tại <https://www.pwc.com/vn/vn/publications/2021/pwc-vietnam-digital-readiness-genz-vn.pdf>
- Trần, T. X. A., & Dương, N. H. (2023). Phát triển sản phẩm, dịch vụ tài chính số tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, 250, 1-11.
- Trịnh, T. P. L., & Phạm, T. H. (2023). Ảnh hưởng của nhận thức về rủi ro và lợi ích tới việc sử dụng các dịch vụ FinTech của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội. *Tạp chí Ngân hàng*, 4, 23-29.
- Abbad, M. M. M. (2021). Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries. *Education and Information Technologies*, 26(6), 7205-7224.
- Abbasi, T., & Weigand, H. (2017). The Impact of Digital Financial Services on Firm's Performance: a Literature Review. [Online] Available at <https://arxiv.org/pdf/1705.10294>

9. AFI. (2021). Digital financial literacy. [Online] Available at https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2021/05/AFI_Guideline45_Digi_Finance_Literacy_aw5.pdf
10. Chen, L., Jia, J., & Wu, C. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use contactless financial services in the banking industry: An application and extension of UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1096709.
11. Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T.-Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438.
12. Dara, N. R. (2018). The global digital financial services: A critical review to achieve for digital economy in emerging markets. *International Research Journal of Human Resources and Social Sciences*, 5(1), 141-163.
13. Erik Feyen, Jon Frost, et. al. (2021). Fintech and the digital transformation of financial services: implications for market structure and public policy. [Online] Available at <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap117.pdf>
14. GSMA. (2023). The digital financial literacy toolkit Addressing the gap in low-and middle-income countries GSMA. [Online] Available at <https://www.gsma.com/solutions-and-impact/connectivity-for-good/mobile-for-development/wp-content/uploads/2023/03/The-digital-financial-literacy-toolkit-Addressing-the-gap-in-low-and-middle-income-countries.pdf>
15. Ha, D., Şensoy, A., & Phung, A. (2023). Empowering mobile money users: The role of financial literacy and trust in Vietnam. *Borsa Istanbul Review*, 23(6), 1367-1379.
16. Jadal, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research*, 132, 354-372.
17. Jain, N., & Raman, T. V. (2023). The interplay of perceived risk, perceive benefit and generation cohort in digital finance adoption. *EuroMed Journal of Business*, 18(3), 359-379.
18. Josiah Aduda & Nancy Kingoo (2012). The Relationship between Electronic Banking and Financial Performance among Commercial Banks in Kenya. *Journal of Finance and Investment Analysis*, 1(3), 99-118.
19. Lee, Y.-K., Park, J.-H., Chung, N., & Blakeney, A. (2012). A unified perspective on the factors influencing usage intention toward mobile financial services. *Journal of Business Research*, 65(11), 1590-1599.
20. Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2021). A methodological overview to defining and measuring “digital” financial literacy. *Financial Planning Review*, 4(2), e1113.
21. Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial literacy, financial inclusion, and savings behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 68, 101197.
22. Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2020). Fintech and financial literacy in Viet Nam. [Online] Available at <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/616781/adb-wp1154.pdf>
23. Moslehpour, M., Pham, V., Wong, W.-K., & Bilgiçli, İ. (2018). e-Purchase Intention of Taiwanese Consumers: Sustainable Mediation of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *Sustainability*, 10(1), 234.
24. Mulyono. (2023). The Impact of Digital Literacy on Fintech Service Usage Through Financial Literacy. *E3S Web of Conferences*, 426, 02003.
25. Nainggolan, N. T., Halim, F., et. al. (2023). Dominant Factors Behavioral Intention Of The Generation Millennials in Using E-Wallets. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*, 7(1), 092-096.
26. Nguyen, T. A. N. (2022). Does Financial Knowledge Matter in Using Fintech Services? Evidence from an Emerging Economy. *Sustainability*, 14(9), 5083.
27. Nguyen, T. T., Tran, T. N. H., Do, et. al. (2024). Digital literacy, online security behaviors and E-payment intention. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100292.
28. OECD. (2018). G20/OECD-INFE Policy Guidance on Digital Financial Literacy. [Online] Available at <https://web.archive.org/2018-10-04/490032-G20-OECD-INFE-Policy-Guidance-Digitalisation-Financial-Literacy-2018.pdf>
29. OECD. (2021). G20/OECD-INFE Report on Supporting Financial Resilience and Transformation through Digital Financial Literacy. [Online] Available at www.oecd.org/finance/supporting-financial-resilience-and-transformation-through-digital
30. P. Bachas, P. Gertler, S. Higgins, & E. Seira* (2018). Digital Financial Services Go a Long Way: Transaction Costs and Financial Inclusion. *AEA Papers and Proceedings*, 108, 444-448.

31. Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94.
32. Ray, S., Morgan, P., & Thakur, V. (2022). Digital Financial Inclusion and Literacy from a G20 Perspective. [Online] Available at <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/843526/adbi-digital-financial-inclusion-and-literacy-g20-perspective.pdf>
33. Rouidi, M., Elouadi, A. E., et. al. (2022). TAM-UTAUT and the acceptance of remote healthcare technologies by healthcare professionals: A systematic review. *Informatics in Medicine Unlocked*, 32, 101008.
34. Seiler, V., & Fanenbruck, K. M. (2021). Acceptance of digital investment solutions: The case of robo advisory in Germany. *Research in International Business and Finance*, 58, 101490.
35. Setiawan, M., Effendi, N., et. al. (2022). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(4), 320-338.
36. Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425.
37. World Bank. (2020). Digital financial services. [Online] Available at <https://pubdocs.worldbank.org/en/230281588169110691/Digital-Financial-Services.pdf>
38. World Bank. (2021). Digital Vietnam: The path to tomorrow. [Online] Available at <https://documents1.worldbank.org/curated/en/522031629469673810/pdf/Taking-Stock-Digital-Vietnam-The-Path-to-Tomorrow.pdf>

Ngày nhận bài: 8/5/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/5/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/6/2024

Thông tin tác giả:

NGUYỄN QUỲNH ANH - NGUYỄN HUYỀN ANH

Trường Đại học Điện lực

A RESEARCH MODEL ON THE FACTORS OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY AFFECTING THE DECISION OF GEN Z CUSTOMERS TO USE DIGITAL FINANCIAL SERVICES IN VIETNAM

● NGUYEN QUYNH ANH¹

● NGUYEN HUYEN ANH¹

¹Electric Power University

ABSTRACT:

This study explored the impact of digital financial literacy on the decision of customers to use digital financial services through the use of the theoretical model of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). This study aimed to provide a comprehensive view of digital financial literacy and identify the major influential factors in customers decisions to use digital financial services. This study is expected to make an important contribution to the development of digital financial services and products to meet the needs of customers and improve the quality of digital financial services.

Keywords: digital financial literacy, digital financial services, FinTech, UTAUT.