CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH VÀ HÀNH VI ĐẦU TƯ TÀI SẢN TÀI CHÍNH CỦA GEN Z

Nguyễn Quốc Việt Anh* - ThS. Nguyễn Trọng Minh Quang - TS. Bùi Kiên Trung*****

Bài nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá các yếu tố ảnh hưởng ý định và hành vi đầu tư tài chính của gen Z tại Việt Nam. Dữ liệu gồm 351 được xử lý bằng phần mềm SmartPLS 3.0. Kết quả cho thấy Nhận thức về tính hữu ích và Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động tích cực đến Ý định đầu tư tài chính. Bên cạnh đó, kết quả bài nghiên cứu cũng chỉ ra Dân trí tài chính (FL) là yếu tố điều tiết trong mối quan hệ trên, và Niềm tin về năng lực tài chính bản thân (FSE) là yếu tố trung gian trong mối quan hệ Dân trí tài chính và Hành vi đầu tư tài chính (UFB). Ngoài ra, Điều kiện thuận lợi (FC) không có tác động đến mối quan hệ giữa Ý định sử dụng (IT) và Hành vi đầu tư tài chính (UFB). Dựa vào kết quả, nghiên cứu đưa ra một số khuyến nghị cho các nhà quản lý cũng như nhà đầu tư gen Z Việt Nam.

• Từ khóa: *điều kiện thuận lợi, dân trí tài chính, niềm tin về năng lực tài chính, ý định đầu tư, quyết định đầu tư.*

This study aims to examine the factors influencing the relationship between financial investment intention and financial investment behavior among Generation Z in Vietnam. Using survey data from 351 respondents, the model is estimated with SmartPLS 3.0. The findings indicate that perceived usefulness and perceived ease of use exert positive effects on financial investment intention. In addition, the results show that financial literacy (FL) moderates the relationship between investment intention and financial investment behavior, while financial self-efficacy (FSE) mediates the relationship between financial literacy and financial investment behavior (UFB). Moreover, facilitating conditions (FC) do not have a significant impact on the relationship between intention to use (IT) and financial investment behavior (UFB). Based on these findings, the study proposes several implications for policymakers as well as for Generation Z investors in Vietnam.

• Key words: *facilitating conditions; financial literacy; financial self-efficacy; intention to invest, decision to invest.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/01/2026
Ngày duyệt đăng: 17/02/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i308.14

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh kinh tế - tài chính ngày càng phát triển và hội nhập sâu rộng, thế hệ Gen Z (sinh từ khoảng 1997 - 2012) tại Việt Nam đang trở thành một lực lượng ngày càng quan tâm đến đầu tư tài chính. Với khả năng tiếp cận thông tin nhanh và tư duy mở, Gen Z có tiềm năng định hình thị trường đầu tư trong tương lai. Tuy nhiên, ý định và hành vi đầu tư của họ chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau. Bài viết này sẽ hệ thống hóa các yếu tố chính tác động đến ý định và hành vi đầu tư tài chính của Gen Z tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Ý định và hành vi đầu tư tài chính

Trong nghiên cứu hành vi tài chính, ý định đầu tư được xem là mức độ sẵn sàng và cam kết của cá nhân trong việc thực hiện các quyết định đầu tư tài chính trong tương lai gần, trong khi hành vi đầu tư phản ánh các hành động thực tế liên quan đến việc phân bổ nguồn lực tài chính vào các tài sản đầu tư với kỳ vọng sinh lợi. Nhiều nghiên cứu khẳng định rằng ý định đầu tư là yếu tố dự báo trực tiếp và đáng tin cậy nhất của hành vi đầu tư.

2.2. Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB)

Lý thuyết Hành vi có kế hoạch cung cấp khung phân tích nền tảng để giải thích mối quan hệ giữa thái độ, chuẩn mực xã hội và hành vi cá nhân. Theo TPB, ý định đầu tư chịu ảnh hưởng của ba cấu phần chính: (i) thái độ đối với hành vi đầu tư, (ii) chuẩn mực chủ quan và (iii) nhận thức về khả năng kiểm soát hành vi.

Trong bối cảnh Gen Z tại Việt Nam, TPB đặc biệt phù hợp do quyết định đầu tư của nhóm này chịu ảnh hưởng mạnh từ môi trường xã hội và mức độ tự tin vào năng lực tài chính - công nghệ của bản thân.

2.3. Lý thuyết Hành vi tài chính (Behavioral Finance)

Lý thuyết hành vi tài chính cho rằng các nhà đầu tư không luôn hành động một cách lý trí mà thường bị chi phối bởi các yếu tố tâm lý và cảm xúc. Các thiên kiến

** Agribank, chi nhánh Bắc Giang; email: quocvietanh99@gmail.com*
*** Vimedimex Việt Nam*
**** Đại học Kinh tế Quốc dân*

hành vi như tự tin thái quá, hiệu ứng bầy đàn và ác cảm thua lỗ có tác động đáng kể đến quyết định đầu tư cá nhân. Đối với Gen Z - nhóm nhà đầu tư trẻ và ít kinh nghiệm - các thiên kiến này có xu hướng ảnh hưởng mạnh mẽ hơn, đặc biệt trong điều kiện thị trường biến động và môi trường thông tin số phát triển nhanh.

2.4. Lý thuyết Kiến thức tài chính (Financial Literacy Theory)

Kiến thức tài chính được xem là nền tảng quan trọng định hình thái độ và hành vi đầu tư của cá nhân. Các nghiên cứu trước chỉ ra rằng mức độ hiểu biết tài chính cao giúp nhà đầu tư đưa ra quyết định hợp lý hơn, chấp nhận rủi ro có tính toán và hướng tới đầu tư dài hạn. Trong bối cảnh Việt Nam, nơi giáo dục tài chính chính thức còn hạn chế, sự khác biệt về kiến thức tài chính giữa các cá nhân Gen Z có thể tạo ra sự khác biệt đáng kể trong ý định và hành vi đầu tư.

2.5. Lý thuyết Chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM)

Với đặc trưng là thế hệ gắn liền với công nghệ số, hành vi đầu tư của Gen Z chịu tác động rõ nét từ mức độ chấp nhận và sử dụng các nền tảng đầu tư trực tuyến. Theo mô hình TAM, nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ ảnh hưởng trực tiếp đến ý định sử dụng và hành vi thực tế. Việc tích hợp TAM vào nghiên cứu giúp làm rõ vai trò của yếu tố công nghệ trong việc thúc đẩy ý định đầu tư tài chính của Gen Z.

2.6. Lý thuyết Vốn xã hội (Social Capital Theory)

Lý thuyết vốn xã hội nhấn mạnh vai trò của các mối quan hệ xã hội trong việc cung cấp thông tin, củng cố niềm tin và giảm thiểu bất định. Đối với Gen Z, ảnh hưởng từ gia đình, bạn bè và đặc biệt là các cộng đồng đầu tư trực tuyến có thể tác động đáng kể đến nhận thức rủi ro và ý định đầu tư tài chính.

2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.1. Ý định đầu tư và quyết định đầu tư vào tài sản tài chính

Ý định biểu thị mức độ sẵn lòng và mức độ nỗ lực mà một cá nhân dự định bỏ ra để thực hiện một hành vi cụ thể (Ajzen, 1991). Nó phản ánh động lực của một người dưới dạng kế hoạch hoặc quyết định có ý thức để thực hiện hành vi đó.

Quyết định đầu tư vào tài sản tài chính được hiểu là việc cá nhân có quyết định bỏ tiền ra để đầu tư vào các tài sản tài chính như cổ phiếu, trái phiếu và các tài sản khác hay không. Thông thường, ý định được xem là tiền đề của việc hình thành nên quyết định.

2.2. Phát triển giả thiết nghiên cứu

2.2.1. Nhận thức về tính hữu ích (PU) và Ý định đầu tư tài chính (IT)

Nhận thức về sự hữu ích có thể được giải thích là mức độ mà người dùng cho rằng một hệ thống cụ thể nào đó sẽ tác động trực tiếp đến hiệu suất làm việc của họ. Nhận thức về tính hữu ích được coi là một trong những yếu tố quan trọng trong Mô hình Chấp nhận Công nghệ - TAM (Davis, 1989). Theo nghiên của của Armanditya & Rahmiati (2021) đã áp dụng mô hình TAM và chỉ ra rằng, nhận thức về tính hữu ích có ảnh hưởng tích cực tới ý định đầu tư tài chính thông qua công nghệ. Do đó:

H1: Nhận thức về tính hữu ích có tác động tích cực tới Ý định đầu tư tài chính

2.2.2. Nhận thức rủi ro và Ý định đầu tư tài chính

Nhận thức rủi ro liên quan đến nhận thức và niềm tin của người dùng về khả năng xảy ra kết quả không mong muốn trong quá trình giao dịch trực tuyến. Nghiên cứu của Hu & cộng sự, 2019 tập trung vào hai yếu tố bao gồm: rủi ro tài chính và rủi ro quyền riêng tư là những rủi ro phổ biến mà người dùng thường gặp phải khi đầu tư.Vì thế:

H2: Nhận thức về rủi ro có tác động tiêu cực đến Ý định đầu tư tài chính

2.2.3. Nhận thức về tính dễ sử dụng (PEU) và Ý định đầu tư tài chính *(IT)*

Nhận thức về tính dễ sử dụng là một trong những nhân tố quan trọng trong mô hình TAM, được đặc trưng bởi mức độ mà một người tin rằng sử dụng một hệ thống cụ thể mà không cần dành ra nhiều nỗ lực (Davis, 1989). Akturan & Tezcan (2012) khẳng định mối quan hệ giữa nhận thức về tính dễ sử dụng và ý định đầu tư tài chính. Giả thuyết được đưa ra là:

H3: Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động tiêu cực đến Ý định đầu tư tài chính

2.2.4. Ý định sử dụng (IT) và Hành vi đầu tư tài chính (UFB)

Ý định đầu tư tài chính là trong những chủ đề thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu cùng với nhiều mô hình và lý thuyết được được khám phá và sử dụng (Slade & cộng sự, 2015). Bên cạnh đó, yếu tố này cũng đã được chứng minh là có ảnh hưởng đến sự tham gia của một người nào đó với hành vi cụ thể (Ndassi Teutio & cộng sự, 2023). Hành vi sử dụng cũng được coi là kết quả trực tiếp của ý định hành vi (Sharma & Pandey, 2020). Vì vậy:

H4: Ý định đầu tư tài chính có tác động tích cực đến *Hành vi đầu tư tài chính*

2.2.5. Vai trò điều tiết của Điều kiện thuận lợi (FC)

Điều kiện thuận lợi được định nghĩa là mức độ mà một cá nhân tin rằng cơ sở hạ tầng kỹ thuật và được tổ chức tồn tại để hỗ trợ sử dụng hệ thống. Theo Kang & cộng sự (2015), điều kiện thuận lợi có ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc áp dụng và sử dụng các dịch vụ đầu tư tài chính; bên cạnh đó, yếu tố này cũng cạnh tranh với các yếu tố khác trong mối quan hệ với Hành vi đầu tư. Ngoài ra, điều kiện thuận lợi cũng đóng vai trò điều tiết

mối quan hệ giữa Ý định và Hành vi. Giả thuyết được đưa ra:

H5: Điều kiện thuận lợi điều tiết mối quan hệ giữa ý định và Hành vi đầu tư

2.2.6. Vai trò điều tiết của Dân trí tài chính (FL)

Dân trí tài chính liên quan đến việc hiểu được các thuật ngữ tài chính cũng như khả năng tự tin vào việc đưa ra các quyết định tài chính hiệu quả' Vai trò của dân trí tài chính có tác động quan trọng tới khả năng nâng cao các kỹ năng và tiếp cận các sản phẩm tài chính, điều này đã được chứng minh thông qua việc chấp nhận và sử dụng các sản phẩm cần thiết (Deka, 2015). Việc đầut tư mà thiếu đi những hiểu biết cụ thể về dân trí tài chính cũng gây ra một số rủi ro như lừa đảo hay có tâm lý bầy đàn. Do đó:

H6: Dân trí tài chính điều tiết mối quan hệ giữa Ý định và Hành vi đầu tư tài chính

2.2.7. Vai trò trung gian của Niềm tin năng lực tài chính bản thân (FSE)

Niềm tin năng lực tài chính bản thân trong nghiên cứu này được định nghĩa là niềm tin của một cá nhân vào khả năng thu thập thông tin sau đó đưa ra quyết định tài chính hiệu quả. Niềm tin năng lực tài chính bản thân đã được chứng minh là có tác động đáng kể đến hành vi tài chính cá nhân của một người và thậm chí có thể dự đoán dân trí tài chính mà một người đạt được (Ghasarma & cộng sự, 2017). Tuy nhiên, hành vi tài chính vẫn còn hạn chế và chưa được khai thác nhiều, đặc biệt trong bối cảnh tài chính phát triển toàn diện ở các nước đang phát triển. Đặc biệt, niềm tin về khả năng tài chính của bản thân là biến trung gian trong dự đoán hành vi và nghiên cứu thay đổi hành vi. Vì vậy:

H7: Niềm tin vào năng lực tài chính làm trung gian cho mối quan hệ giữa dân trí tài chính và hành vi đầu tư tài chính

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu đã phỏng vấn 12 chuyên gia trong lĩnh vực về dân trí tài chính đang công tác ở các trường đại học, các việc nghiên cứu và các ngân hàng thương mại; 23 nhà đầu tư. Mục đích của nghiên cứu định tính là kiểm tra và đánh giá tác động của dân chí tài chính, điều kiện thuận lợi và tác động trung gian của năng lực tài chính đối với các quyết định đầu tư của gen Z tại Việt Nam.

Để đảm bảo buổi chia sẻ thoải mái, chúng tôi thực hiện phỏng vấn tại nhà riêng, quán café, giảng đường và văn phòng. Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài từ 40 - 60 phút. Những cuộc họp này được ghi lại để các tác giả khác trong nghiên cứu của chúng tôi có thể theo dõi. Kết quả cho thấy, dân trí tài chính còn ảnh hưởng tới niềm tin vào năng lực tài chính cá nhân, từ đó ảnh hưởng tới quyết định sử dụng dịch vụ.

Bảng hỏi được thiết kế trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, nghiên cứu này sử dụng thang đo Likert 5 điểm đo lường tất cả các biến.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thu thập dữ liệu

Tổng cộng có 572 phiếu kết quả đã được thu thập trong nghiên cứu này. Sau khi sàng lọc sơ bộ để loại bỏ các phản hồi không hợp lệ, thiếu thống nhất, spam và việc điền ngẫu nhiên, chúng tôi đã thu về 351 phản hồi hợp lệ đã được sử dụng và trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1. Đặc điểm nhân khẩu học của mẫu

Thông tin nhân khẩu học	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Tuổi		
18-20	156	44,4
21-26	103	29,4
27+	92	26,2
Giới tính		
Nam giới	183	47,9
Nữ giới	168	52,1
Thu nhập bình quân tháng		
<10.000.000 VNĐ	82	23,3
10.000.000 - 20.000.000 VNĐ	23	6,6
21.000.000 - 31.000.000 VNĐ	65	18,5
>31.000.000 VNĐ	181	51,6
Thời gian đầu tư		
> 1 năm	72	20,5
2 năm	74	21.1
3 năm	73	20.8
4 năm	72	20,5
< 5 năm	60	17.1

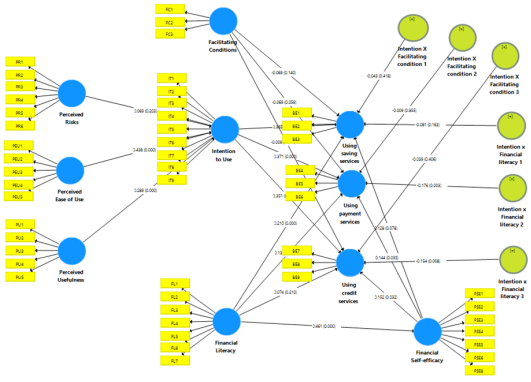
Nguồn: Phát triển bởi nhóm nghiên cứu

Đa số người tham gia cuộc phỏng vấn của chúng tôi nằm trong độ tuổi từ 18 đến 26 với tổng cộng 259 người, chiếm tỷ lệ 73,8% trong số người tham gia khảo sát. Cả hai giới tính tham gia khảo sát khá cân bằng, với 183 nam và 168 nữ trả lời khảo sát. Thu nhập của những người tham gia khảo sát hầu hết tập trung vào khoảng từ hai mươi triệu trở lên, có tới 70,1% số người trả lời thuộc nhóm này.

Dữ liệu trong bài được xử lý bằng SMARTPLS 3.0.

4.2. Kết quả và thảo luận kết quả nghiên cứu

Hình 1. Kết quả nghiên cứu



Nguồn: Phát triển bởi từ SMARTPLS 3.0

Hình 1 cho thấy kết quả nghiên cứu:

Nhận thức về tính hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến Ý định đầu tư tài chính của gen Z. Tại Việt Nam, để gen Z đầu tư

tài chính, nhận thức của người dùng về tính hữu ích và dễ sử dụng là một phần quan trọng, vì dễ sử dụng mới gợi lên ý định đầu tư.

Phát hiện của nghiên cứu này cho thấy ý định đầu tư tài chính ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến Hành vi đầu tư tài chính. Dựa trên những kết quả này phản ánh ở Việt Nam, cùng với sự phát triển của công nghệ 5.0, việc mở rộng đầu tư tài chính đã lan tỏa trong cộng đồng, thể hiện sự nhận thức và khả năng tiếp cận của người dân đối với việc thích ứng với các dịch vụ tài chính đổi mới. Do đó, các tổ chức tài chính nên tập trung vào việc nâng cao nhận thức của người dùng về lợi ích và giảm thiểu rủi ro liên quan đến việc sử dụng đầu tư tài chính. Điều này có thể được thực hiện thông qua các chiến dịch giáo dục và nâng cao nhận thức cũng như bằng cách thực hiện các biện pháp giảm thiểu rủi ro.

Dân trí tài chính đóng vai trò là một biến điều tiết trong mối quan hệ giữa Ý định và Hành vi đầu tư tài chính. Tuy nhiên, kết quả này lại mâu thuẫn các nghiên cứu trước đó như Morgan & Trinh (2019) đã chỉ ra khi người sử dụng có kiến thức về tài chính, họ thường xuất hiện xu hướng thích sử dụng các dịch vụ tiết kiệm hơn là bỏ tiền đi đầu tư. Điều này được giải thích bởi sự khác biệt bởi nghiên cứu này được thực hiện trong bối cảnh đầu tư của người trẻ đang phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam và đã trở thành xu hướng phổ biến trong giới trẻ khởi nghiệp. Theo đó, có thể kết luận rằng những người có hiểu biết về tài chính sẽ ít đầu tư tài chính hơn do có sự tham gia của nhiều startup trẻ, thiếu kinh nghiệm cùng với đó là thiếu nguồn nhân lực có chuyên môn cao dẫn đến một số phần mềm dịch vụ đầu tư online chưa mang lại hiệu quả cho người dùng. Như vậy, việc nâng cao tính hữu ích của dịch vụ đầu tư tài chính là thực sự cần thiết ở thị trường Việt Nam để người dùng có thể tin tưởng và bỏ vốn.

Nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng Niềm tin vào năng lực tài chính bản thân là yếu tố trung gian trọng mối quan hệ giữa Dân trí tài chính và Hành vi đầu tư tài chính. Vì vậy, căn cứ vào nhu cầu của khách hàng có hiểu biết về tài chính và niềm tin vào tiềm lực tài chính cá nhân, các nhà phát triển nên tăng các ưu đãi để kích thích các hoạt động đầu tư. Tuy nhiên nghiên cứu này chưa chứng minh được mối quan hệ giữa Nhận thức rủi ro và Ý định đầu tư tài chính.

Điều kiện thuận lợi không ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa Ý định và việc sử dụng Đầu tư tài chính. Kết quả này đối lập hoàn toàn với những đề xuất về mối quan hệ này của Limayem & Hirt (2003). Để giải thích vấn đề này, một số yếu tố tâm lý có thể đã cản trở sự ảnh hưởng của điều kiện thuận lợi đến mối quan hệ giữa ý định và hành vi đầu tư tài chính. Tuy người dùng ở mọi lứa tuổi hiện nay đều có thiết bị di động hoặc máy tính và có phương tiện để truy cập các ứng dụng đầu tư tài chính, nên có thể các yếu tố như tuổi tác tăng đã thúc đẩy thái độ không muốn thay đổi và trung thành với việc sử dụng tiền giấy hoặc các dịch vụ đã biết.

Hàm ý chính sách

Nhà nước và các cơ quan quản lý có liên quan cần xây dựng và triển khai các chương trình giáo dục tài chính ở tầm quốc gia, trong đó ưu tiên đối tượng là thế hệ Z. Các chương trình này nên tập trung vào việc cải thiện nhận thức, thái độ và hành vi tài chính, đồng thời khuyến khích thế hệ Z chủ động trải nghiệm các hoạt động đầu tư. Bên cạnh đó, cần hoàn thiện môi trường pháp lý và kinh tế theo hướng minh bạch, thuận lợi, qua đó thúc đẩy các kênh đầu tư phù hợp, dễ tiếp cận, tạo điều kiện để thế hệ Z rèn luyện kỹ năng đầu tư trong một bối cảnh an toàn và được giám sát.

Việc lồng ghép nội dung giáo dục tài chính vào chương trình đào tạo chính khóa là cần thiết nhằm giúp sinh viên hình thành hệ thống kiến thức và kỹ năng cần thiết để quản lý tài chính cá nhân hiệu quả. Đồng thời, các cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng nên khuyến khích sinh viên tham gia các đề tài nghiên cứu, dự án thực hành liên quan đến đầu tư và tài chính. Thông qua những hoạt động này, sinh viên có cơ hội mở rộng hiểu biết về lĩnh vực tài chính - đầu tư, nâng cao khả năng vận dụng lý thuyết vào thực tiễn.

Về phía bản thân nhà đầu tư thuộc thế hệ Z, cần chủ động trau dồi hiểu biết tài chính. Điều này có thể thực hiện thông qua tự học, tham gia các khóa đào tạo, hội thảo về quản lý tài chính cá nhân và đầu tư. Khi được trang bị nền tảng kiến thức tài chính tốt hơn, cá nhân sẽ có khả năng đưa ra các quyết định tài chính hiệu quả, tự tin hơn trong lựa chọn danh mục đầu tư, từ đó xây dựng được nền tảng vững chắc cho sự phát triển dài hạn và bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Orgnizational Behavior and Human Decision Processe, 50, 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Akturan, U., & Tezcan, N. (2012). Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions. Marketing Intelligence & Planning, 30(4), 444-459. https://doi.org/10.1108/02634501211231928

Anh, K. T., Duong, N. D., Chau, L. P., & Anh, T. D. T. (2026). Banking on sustainability: the impact of green credit on financial performance in ASEAN banks. SN Business & Economics, 6(2), 63. https://doi.org/10.1007/s43546-026-01064-1

Armanditya, N., & Rahmiati, F. (2021). Use Intention Of Fintech Services For E-Wallet Users: An Examination With An Extended Technology Acceptance Model. Proceeding of the International Conference on Family Business and Entrepreneurship,

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS quarterly, 13(3), 319-340. https://doi.org/10.2307/249008

Deka, P. P. (2015). Financial literacy and financial inclusion for women empowerment: A study. International journal of applied research, 1(9), 145-148. https://www.allresearchjournal.com/archives/2015/vol1issue9/PartC/1-9-19-105.pdf

Ghasarma, R., Putri, L., & Adam, M. (2017). Financial Literacy; Strategies and Concepts in Understanding the Financial Planning With Self-EfficacyTheory and Goal SettingTheory of Motivation Approach. International Journal of Economics and Financial Issues, 7(4), 182-188. https://dergipark.org.tr/en/pub/ijefi/issue/32006/353532?publisher=http-www-%3Chighlight%3Ecag%3C/highlight%3E-edu-tr-ilhan-ozturk;

Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. Symmetry, 11(3), 340-356. https://doi.org/10.3390/sym11030340

Kang, M., Liew, B. Y. T., Lim, H., Jang, J., & Lee, S. (2015). Investigating the determinants of mobile learning acceptance in Korea using UTAUT2. Emerging issues in smart learning, 29, 1424-1430. https://doi.org/10.1007/978-3-662-44188-6_29

Khuc, A. T., Nguyen, P. T. H., Nguyen, C. M., & Le, H. T. (2025). Perceived risks of financial misconduct and fintech in crowdfunding of Vietnamese individual investors. Emerging Markets Review, 64, 101229. https://doi.org/10.1016/j.ememar.2024.101229

Limayem, M., & Hirt, S. G. (2003). Force of habit and information systems usage: Theory and initial validation. Journal of the Association for information Systems, 4(1), 65-97. https://doi.org/10.17705/1jais.00030

Lown, J. M. (2011). Development and validation of a financial self-efficacy scale. Journal of Financial Counseling and Planning, 22(2), 54-64. https://ssrn.com/abstract=2006665

Morgan, P.J., & Trinh, L. Q. (2019). Determinants and impacts of financial literacy in Cambodia and Viet Nam. Journal of Risk and Financial Management, 12(1), 1-24. https://doi.org/10.3390/jrfm12010019

Ndassi Teutio, A. O., Kala Kamdjoug, J. R., & Gueyie, J.-P. (2023). Mobile money, bank deposit and perceived financial inclusion in Cameroon. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 35(1), 14-32. https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1953908

Nguyen Thi, C., Anh, K. T., & Tran, K. B. N. (2025). Corporate distress and financial restructuring decisions in different stages of life cycle. Journal of Economics and Development, 27(3), 264-276. https://doi.org/10.1108/JED-08-2024-0281

Sharma, D., & Pandey, S. (2020). The role payment depreciation in short temporal separations: Should online retailer make customers wait? Journal of Retailing and Consumer Services, 53, 1-19. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101965

Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling consumers' adoption intentions of remote mobile payments in the United Kingdom: extending UTAUT with innovativeness, risk, and trust. Psychology & marketing, 32(8), 860-173. https://doi.org/10.1002/mar.20823