

Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tài chính của thế hệ Z tại Hà Nội

Nguyễn Thị Ngọc Diệp¹, Dương Văn Anh², Trần Phương Linh³
Trương Anh Thư⁴, Khúc Mai Phương⁵ và Trần Khánh Hưng⁶

Ngày nhận bài: 20/02/2026 | Ngày gửi phản biện: 24/02/2026 | Ngày duyệt đăng: 12/3/2026

Tóm tắt: Nghiên cứu phân tích xu hướng quản lý tài chính cá nhân của thế hệ Z (18-25 tuổi) tại Hà Nội trong bối cảnh chuyển đổi số, tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi chi tiêu ngắn hạn và tiết kiệm. Lấy lý thuyết hành vi tài chính làm trọng tâm, mô hình xem xét tác động của gia đình, giáo dục, công nghệ, truyền thông, thu nhập, yếu tố xã hội, tâm lý, năng lực tài chính và giới tính. Dữ liệu được thu thập bằng khảo sát thang đo Likert 5 điểm và phân tích bằng phương pháp định lượng kết hợp định tính. Kết quả cho thấy nhận thức tài chính giữ vai trò trung tâm trong việc hình thành hành vi tài chính, đồng thời đưa ra hàm ý cho giáo dục tài chính và hoạch định chính sách đối với giới trẻ.

Từ khóa: Chi tiêu ngắn hạn, hành vi tài chính, thế hệ Z, tiết kiệm, Hà Nội.

Factors Influencing the Financial Behavior of Gen Z in Hanoi

Abstract: This study analyzes the personal financial management trends of Gen Z (18-25 years old) in Hanoi in the context of digital transformation, focusing on factors influencing short-term spending and saving behavior. Using financial behavior theory as a central focus, the model examines the impact of family, education, technology, media, income, social factors, psychology, financial capacity, and gender. Data was collected using a 5-point Likert scale survey and analyzed using a combination of quantitative and qualitative methods. The results show that financial awareness plays a central role in shaping financial behavior, and offer implications for financial education and policy planning for young people.

Keywords: Short-term spending, financial behavior, saving, Hanoi.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển của thương mại điện tử, hành vi quản lý tài chính của thế hệ Z (18-25 tuổi) ngày càng được quan tâm trong nghiên cứu kinh tế và tài chính hành vi. Là lực lượng tiêu dùng đang chuyển từ phụ thuộc sang tự chủ tài chính, thế hệ Z phải cân bằng giữa chi tiêu hiện tại và tích lũy cho tương lai. Các nghiên cứu cho thấy hành vi tài chính của người trẻ chịu ảnh hưởng bởi nhận thức tài chính, xã hội hóa tài chính, công nghệ và yếu tố tâm lý, tuy nhiên các nghiên cứu chuyên sâu về thế hệ Z vẫn còn hạn chế. Tại Việt Nam, phần lớn nghiên cứu còn mang tính mô tả và chưa kiểm định trong mô hình toàn diện. Trong bối cảnh Hà Nội với sự phát triển mạnh của ví điện tử, mua sắm trực tuyến và tín dụng tiêu dùng, nghiên cứu này phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành

¹ Đại học Kinh tế Quốc dân; Email: diepnn@neu.edu.vn

² Đại học Kinh tế Quốc dân; Email: 11246809@st.neu.edu.vn

³ Đại học Kinh tế Quốc dân; Email: 11246907@st.neu.edu.vn

⁴ Đại học Kinh tế Quốc dân; Email: 11240332@st.neu.edu.vn

⁵ Đại học Kinh tế Quốc dân; Email: 11246635@st.neu.edu.vn

⁶ Đại học Kinh tế Quốc dân; Email: 11246879@st.neu.edu.vn

vi tài chính của thế hệ Z, đồng thời làm rõ vai trò trung gian của nhận thức tài chính và vai trò điều tiết của mức độ tự chủ tài chính.

2. Cơ sở lý thuyết

Hành vi tài chính

Hành vi tài chính được hiểu là cách thức cá nhân đưa ra và thực hiện các quyết định liên quan đến tiền bạc, bao gồm chi tiêu, tiết kiệm, vay mượn và đầu tư (Xiao, 2008). Dưới góc độ tài chính hành vi, các quyết định tài chính không hoàn toàn mang tính lý trí mà chịu ảnh hưởng bởi yếu tố tâm lý, xã hội và môi trường kinh tế.

Đối với thế hệ Z (1997–2012), hành vi tài chính mang những đặc điểm riêng do tác động của môi trường số hóa, văn hóa tiêu dùng hiện đại và giai đoạn chuyển tiếp từ phụ thuộc sang độc lập tài chính (Shim et al., 2010). Theo Arnett (2000), nhóm tuổi 18-25 thuộc giai đoạn “trưởng thành mới nổi”, khi các thói quen và khuynh hướng tài chính bắt đầu hình thành và có ảnh hưởng lâu dài đến đời sống kinh tế cá nhân.

Trong nghiên cứu này, hành vi tài chính được tiếp cận thông qua hai khía cạnh chính là chi tiêu ngắn hạn và tiết kiệm, đồng thời được xem là kết quả của quá trình chuyển hóa nhận thức tài chính thành hành động cụ thể.

Chi tiêu ngắn hạn

Chi tiêu ngắn hạn là các khoản chi nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện tại mà không hướng đến tích lũy tài sản lâu dài. Theo Keynes (1936), mức tiêu dùng phụ thuộc chủ yếu vào thu nhập hiện tại, với xu hướng tiêu dùng cận biên giảm dần khi thu nhập tăng. Lý thuyết vòng đời của Modigliani và Brumberg (1954) cho rằng cá nhân có xu hướng điều hòa tiêu dùng trong suốt cuộc đời, dẫn đến khả năng chi tiêu vượt thu nhập ở giai đoạn tuổi trẻ và tích lũy ở giai đoạn trung niên.

Trong bối cảnh Việt Nam, thế hệ Z có xu hướng ưu tiên tiêu dùng hiện tại, chịu ảnh hưởng mạnh từ mua sắm trực tuyến, mạng xã hội và lối sống "YOLO" (Bạn chỉ sống một lần trong đời - You only live once). Do đó, chi tiêu ngắn hạn trong nghiên cứu này được hiểu là việc sử dụng thu nhập cho các nhu cầu hiện tại như mua sắm, giải trí và trải nghiệm cá nhân, không nhằm tạo ra giá trị tài sản dài hạn.

Tiết kiệm

Tiết kiệm được hiểu là phần thu nhập không tiêu dùng trong hiện tại mà được dành cho tiêu dùng hoặc đầu tư trong tương lai (Browning & Lusardi, 1996). Katona (1975) cho rằng, tiết kiệm không chỉ là hành vi kinh tế mà còn chịu ảnh hưởng của động cơ, thái độ và kỳ vọng tương lai.

Theo lý thuyết thu nhập thường xuyên của Friedman (1957), quyết định tiết kiệm được đưa ra dựa trên thu nhập dài hạn kỳ vọng thay vì thu nhập tạm thời. Điều này đặc biệt quan trọng đối với người trẻ khi thu nhập chưa ổn định. Deaton (1991) nhấn mạnh vai trò của tiết kiệm phòng ngừa trong bối cảnh bất định thu nhập, trong khi Lusardi và cộng sự (2011) cho rằng, hạn chế về kiến thức tài chính khiến người trẻ gặp khó khăn trong việc hình thành thói quen tiết kiệm hiệu quả.

Trong nghiên cứu này, tiết kiệm được xem là hành vi trì hoãn tiêu dùng hiện tại nhằm đạt được các mục tiêu tài chính dài hạn và phản ánh khả năng quản lý tài chính cá nhân.

Lý thuyết nền tảng

Nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở tích hợp nhiều lý thuyết hành vi quan trọng. Lý thuyết Hành vi Hoạch định (TPB) giải thích quá trình hình thành hành vi thông qua nhận thức, thái độ và ý định hành

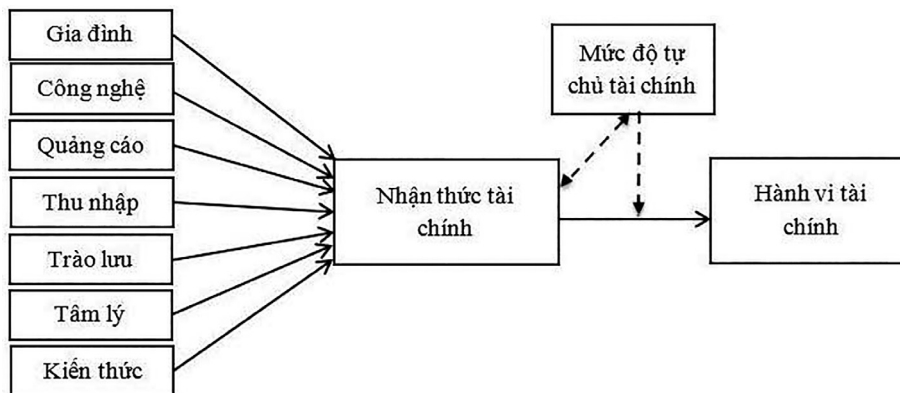
vi. Lý thuyết Hành động Hợp lý (TRA) nhấn mạnh vai trò của nhận thức cá nhân trong việc hình thành ý định hành vi.

Bên cạnh đó, Lý thuyết Trọng tâm Kiểm soát (LOC) giải thích sự khác biệt trong hành vi tài chính giữa các cá nhân dựa trên mức độ họ tin rằng mình có thể kiểm soát kết quả tài chính. Lý thuyết Tự kiểm soát (SCT) làm rõ vai trò của khả năng điều chỉnh hành vi trong việc cân bằng giữa lợi ích ngắn hạn và mục tiêu dài hạn.

Việc kết hợp các lý thuyết này giúp xây dựng một khung phân tích toàn diện nhằm giải thích cơ chế hình thành hành vi tài chính của giới trẻ trong bối cảnh kinh tế số.

3. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên Lý thuyết Hành vi Hoạch định (TPB), nghiên cứu đề xuất mô hình gồm tám biến độc lập tác động đến hành vi tài chính của nhóm 18-25 tuổi, bao gồm: gia đình, sử dụng công nghệ, truyền thông, thu nhập cá nhân, trào lưu và ảnh hưởng xã hội, tâm lý cá nhân, kiến thức tài chính và giới tính, đồng thời xem mức độ tự chủ tài chính là biến trung gian nhằm làm rõ cơ chế ảnh hưởng của các yếu tố này đến hành vi tài chính của người trẻ. Mô hình nghiên cứu được đề xuất như Hình 1.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

Các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H1a: Hoàn cảnh gia đình ảnh hưởng tích cực đến nhận thức tài chính của cá nhân.

H1b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa hoàn cảnh gia đình và hành vi tài chính.

H2a: Việc sử dụng công nghệ ảnh hưởng tích cực đến nhận thức tài chính.

H2b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa việc sử dụng công nghệ và hành vi tài chính.

H3a: Truyền thông ảnh hưởng tích cực đến nhận thức tài chính.

H3b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa truyền thông và hành vi tài chính.

H4a: Thu nhập cá nhân ảnh hưởng tích cực đến nhận thức tài chính.

H4b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa thu nhập cá nhân và hành vi tài chính.

H5a: Trào lưu và những người xung quanh ảnh hưởng tích cực đến nhận thức tài chính.

H5b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa trào lưu và hành vi tài chính.

H6a: Tâm lý cá nhân ảnh hưởng tích cực đến nhận thức tài chính.

H6b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa tâm lý cá nhân và hành vi tài chính.

H7a: Kiến thức tài chính cá nhân (quản lý tài chính cá nhân, hiểu biết về các tài chính,...) ảnh hưởng tích cực đến nhận thức về quản lý, tiết kiệm, chi tiêu tài chính.

H7b: Nhận thức tài chính đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa kiến thức tài chính và hành vi tài chính.

H8: Mức độ tự chủ tài chính điều tiết mối quan hệ giữa nhận thức tài chính và hành vi chi tiêu/tiết kiệm, theo hướng khi cá nhân có mức độ tự chủ tài chính cao, tác động của nhận thức tài chính lên hành vi tài chính sẽ mạnh hơn.

H9: Nhận thức tài chính ảnh hưởng tích cực tới hành vi tài chính

4. Kết quả và thảo luận

Bảng 1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Giả thuyết	Beta	p-value	Kết luận
Nhóm giả thuyết tác động trực tiếp			
H1a	0,171	0,001	Chấp nhận
H2a	0,143	0,002	Chấp nhận
H3a	0,196	0	Chấp nhận
H4a	0,127	0,012	Chấp nhận
H5a	0,133	0,002	Chấp nhận
H6a	0,162	0,001	Chấp nhận
H7a	0,118	0,009	Chấp nhận
H9	0,516	0	Chấp nhận
Nhóm giả thuyết tác động gián tiếp và tác động điều tiết			
H1b	0,088	0,002	Chấp nhận
H2b	0,074	0,003	Chấp nhận
H3b	0,101	0	Chấp nhận
H4b	0,066	0,018	Chấp nhận
H5b	0,069	0,003	Chấp nhận
H6b	0,084	0,001	Chấp nhận
H7b	0,061	0,011	Chấp nhận
H8	0,131	0,003	Chấp nhận

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả của phần mềm SmartPLS

Kết quả phân tích các giả thuyết H1a - H7a và H9 cho thấy tất cả các yếu tố nghiên cứu đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến nhận thức tài chính của thế hệ Z tại Hà Nội ($p < 0,05$). Trong đó, truyền thông có ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là hoàn cảnh gia đình, tâm lý cá nhân, sử dụng công nghệ, trào lưu xã hội, thu nhập cá nhân và kiến thức tài chính.

Kết quả cũng cho thấy nhận thức tài chính có tác động tích cực và mạnh đến hành vi tài chính ($\beta = 0,516$; $p < 0,05$) ở các giả thuyết H1b - H7b và H8, khẳng định vai trò trung tâm của nhận thức tài chính trong việc thúc đẩy hành vi chi tiêu và tiết kiệm hợp lý.

Bên cạnh đó, các kiểm định trung gian cho thấy nhận thức tài chính đóng vai trò cầu nối giữa các yếu tố đầu vào và hành vi tài chính. Điều này cho thấy các yếu tố như gia đình, công nghệ hay truyền thông không tác động trực tiếp đến hành vi tài chính mà thông qua việc nâng cao nhận thức tài chính.

Ngoài ra, mức độ tự chủ tài chính được xác định là biến điều tiết quan trọng. Kết quả phân tích cho thấy khi cá nhân có mức độ tự chủ tài chính cao, tác động của nhận thức tài chính đến hành vi tài chính sẽ mạnh hơn.

5. Kết luận và Khuyến nghị

Kết luận: Nghiên cứu cho thấy các yếu tố bối cảnh (gia đình, công nghệ, truyền thông, trào lưu xã hội), kinh tế – nhân khẩu học (thu nhập, giới tính) và cá nhân (tâm lý, kiến thức tài chính) đều tác động tích cực đến nhận thức tài chính của thế hệ Z tại Hà Nội. Trong đó, truyền thông và giới tính có ảnh hưởng nổi bật. Nhận thức tài chính đóng vai trò trung tâm trong việc thúc đẩy hành vi tài chính, thể hiện qua chi tiêu có kế hoạch và tiết kiệm. Đồng thời, mức độ tự chủ tài chính làm tăng cường tác động của nhận thức tài chính đến hành vi tài chính.

Khuyến nghị: Cần tăng cường giáo dục tài chính cho người trẻ thông qua hệ thống giáo dục và hoạt động ngoại khóa. Các doanh nghiệp fintech nên phát triển công cụ số hỗ trợ thế hệ Z quản lý chi tiêu và lập kế hoạch tài chính. Bên cạnh đó, gia đình, truyền thông và nhà hoạch định chính sách cần thúc đẩy lối sống tài chính lành mạnh, đồng thời tăng cường phổ cập giáo dục tài chính và giám sát các hình thức tín dụng tiêu dùng mới nhằm nâng cao mức độ tự chủ tài chính của người trẻ.

Tài liệu tham khảo

1. Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
2. Browning, M., & Lusardi, A. (1996). Household saving: Micro theories and micro facts. *Journal of Economic Literature*, 34(4), 1797–1855. <https://doi.org/10.1257/jel.34.4.1797>
3. Deaton, A. (1991). Saving and liquidity constraints. *Econometrica*, 59(5), 1221–1248. <https://doi.org/10.2307/2938366>
4. Katona, G. (1975). *Psychological economics*. Elsevier.
5. Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. Macmillan.
6. Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross-section data. In K. K. Kurihara (Ed.), *Post-Keynesian economics* (pp. 388–436). Rutgers University Press.
7. Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(12), 1457–1470. <https://doi.org/10.1007/s10964-009-9432-x>