

Ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến hành vi tiêu dùng của người dân ở An Giang

Cao Văn Hơ*, Phạm Xuân Quỳnh

Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

TỪ KHÓA

An Giang,
Chỉ tiêu cho tiêu dùng,
Người dân,
Thanh toán kỹ thuật số,
PSM.

TÓM TẮT

Mục tiêu của bài viết là ước lượng ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân ở tỉnh An Giang. Với phương pháp ước lượng PSM từ dữ liệu thu thập 391 người dân sinh sống ở Long Xuyên, Châu Đốc, Châu Phú và Chợ Mới cho thấy, có năm yếu tố ảnh hưởng đến thanh toán kỹ thuật số của người dân (bước 1) là tuổi, thu nhập, khoảng cách từ nhà đến trung tâm huyện/thị, học vấn và giới tính. Kết quả bước 2 của phương pháp PSM cho thấy người dân có sử dụng phương thức thanh toán kỹ thuật số chi tiêu cho tiêu dùng nhiều hơn so với người không sử dụng phương thức thanh toán số từ 7% đến 11,5%. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất khuyến nghị các cơ quan nhà nước cần có chính sách khuyến khích, tạo điều kiện để người dân sử dụng phương thức thanh toán số nhiều hơn.

1. Giới thiệu

Song song với sự bùng nổ của khoa học công nghệ, cách thức thanh toán của người tiêu dùng ngày càng trở nên phong phú. Bên cạnh việc sử dụng tiền mặt quen thuộc, các hình thức thanh toán như chuyển khoản, thanh toán bằng thẻ, mã QR (gọi là thanh toán kỹ thuật số) trở nên phổ biến. Sự ra đời của các phương thức thanh toán này không chỉ đơn thuần là một xu hướng mà còn là một cuộc cách mạng trong thói quen sử dụng phương thức thanh toán bằng tiền mặt trong tiêu dùng của người dân (Tee & Ong, 2016).

Thanh toán bằng kỹ thuật số cung cấp ngay lập tức cho người tiêu dùng một công cụ thuận lợi cho việc mua hàng hóa và dịch vụ. Điều này làm tăng tiêu dùng của người dân, dẫn đến tăng cầu và góp

phần thúc đẩy kinh tế phát triển. Ngoài ra, phương thức thanh toán kỹ thuật số còn làm giảm chi phí liên quan đến các hành động chuyển đổi, cất giữ dẫn đến chi phí hoạt động thấp hơn và đạt được hiệu quả kinh tế cho người dân. Điều này dẫn đến thuận lợi cho các đơn vị kinh doanh nên khuyến khích họ đầu tư lớn hơn vào nền kinh tế, do đó góp phần vào tăng trưởng kinh tế (Hasan & cộng sự, 2012). Ngoài ra, thanh toán theo phương thức kỹ thuật số còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu thuế của chính phủ.

Các nghiên cứu về các phương thức thanh toán khác nhau như: thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ và thẻ quà tặng cho thấy, việc sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán dẫn đến tiêu dùng nhiều hơn, vì thanh toán bằng thẻ tín dụng có thể làm giảm khó khăn về thanh khoản. Thanh toán bằng thẻ quà tặng tăng niềm vui cho người tiêu dùng nên họ có xu hướng tiêu dùng

* Tác giả liên hệ. Email: cvhon@agu.edu.vn

<https://doi.org/10.61602/jdi.2025.80.09>

Ngày nộp bài: 15/8/2024; Ngày chỉnh sửa: 16/9/2024; Ngày duyệt đăng: 24/9/2024; Ngày online: 21/01/2025

ISSN (print): 1859-428X, ISSN (online): 2815-6234

nhiều hơn. So với thanh toán bằng tiền mặt, thanh toán thông qua kỹ thuật số mờ ám hơn và xa cách hơn về mặt tâm lý (Chatterjee & Rose, 2012). Như vậy, người tiêu dùng sẽ ít chú ý đến việc thanh toán và suy nghĩ ít hơn khi sử dụng thẻ thay vì nhìn thấy số tiền mặt một cách sống động.

Mặc dù thanh toán kỹ thuật số mang lại nhiều lợi ích như đã phân tích, nhưng có rất ít nghiên cứu về vấn đề này, đặc biệt các nghiên cứu ở Việt Nam cũng như ở An Giang. Chính vì vậy, bài viết “*Ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến hành vi tiêu dùng của người dân ở An Giang*” được thực hiện nhằm xác định ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân nơi đây. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất những giải pháp để giúp việc thanh toán kỹ thuật số ngày càng phát triển và hiệu quả hơn trong việc thanh toán đối với người dân.

2. Cơ sở lý thuyết

Thanh toán kỹ thuật số là một phương thức thanh toán được thực hiện thông qua chế độ kỹ thuật số. Trong các giao dịch thanh toán, người trả tiền và người nhận, sử dụng chế độ kỹ thuật số để gửi và nhận tiền. Tất cả các giao dịch thanh toán kỹ thuật số được thực hiện trực tuyến (Paul & Friday, 2012). Định nghĩa này có thể bao gồm các khoản thanh toán được thực hiện bằng chuyển khoản ngân hàng, tiền di động, mã QR và các công cụ thanh toán như thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, ví điện tử phổ biến như MoMo, ZaloPay, ShopeePay, Viettel Pay, Moca Payment.

Người tiêu dùng cá nhân mua hàng hóa và dịch vụ để sử dụng riêng. Trong bối cảnh hàng hóa và dịch vụ được mua và sau đó được sử dụng trực tiếp bởi các cá nhân thường được gọi là “người tiêu dùng cuối”. Người tiêu dùng tổ chức là người tiêu dùng mua/sử dụng một sản phẩm (hàng hóa/dịch vụ) cho nhu cầu hoạt động của tổ chức (Tjiptono, 2014).

Mối quan hệ giữa thanh toán kỹ thuật số và hành vi tiêu dùng của khách hàng được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Trước tiên, Thaler (1985) đã đặt nền tảng cho lý thuyết kế toán tinh thần để giải thích cho hành vi tiêu dùng của khách hàng khi mua hàng hóa.

2.1. Lý thuyết kế toán tinh thần (Mental Accounting)

Kế toán là hệ thống ghi chép và tóm tắt các giao

dịch kinh doanh và tài chính trong sổ sách, đồng thời phân tích, xác minh và báo cáo kết quả. Theo đó, kế toán tinh thần là một mô tả về cách một người ghi chép, tóm tắt, phân tích và báo cáo kết quả của các giao dịch và các sự kiện tài chính trong cuộc sống. Họ làm như vậy để theo dõi tiền của họ đang đi đâu và để kiểm soát chi tiêu (Thaler, 1999).

Dựa trên lý thuyết triển vọng (Prospect Theory) của Kahneman và Tversky (1979), Thaler (1999) sử dụng hai loại hữu dụng để kết hợp tâm lý mua hàng vào hàm hữu dụng tổng là hữu dụng mua lại (acquisition utility) và hữu dụng giao dịch (transaction utility). Hữu dụng mua lại thể hiện lợi ích hoặc tổn thất kinh tế từ giao dịch và là hàm số của chênh lệch giữa giá bán và giá tham chiếu. Hữu dụng giao dịch là sự hài lòng được định lượng mà người mua nhận được từ quá trình mua hàng hóa có liên quan đến giá cả. Phương trình tổng hữu dụng của người tiêu dùng khi mua hàng hóa x được viết như sau:

$$u(x, b, b^*) = v(\bar{b}, -b) + v(-b : -b^*) \quad (1)$$

Trong đó:

$v(\bar{b}, -b)$ đo lường hữu dụng mua lại,

$\bar{b}$ là giá trị tinh thần (mental value) của sản phẩm

x , b là chi phí của sản phẩm x ; $v(-b : -b^*)$ đo lường hữu dụng giao dịch, b là giá thực tế của sản phẩm x , b^* là giá tham chiếu sản phẩm x .

Theo như phương trình (1), sử dụng thanh toán kỹ thuật số giúp giảm chi phí giao dịch, do đó làm giảm giá tham chiếu (b^*) và tăng hữu dụng giao dịch. Đồng thời, khi thanh toán kỹ thuật số, dòng tiền chi ra sẽ bớt gây cảm giác mất mát so với thanh toán tiền mặt, do đó sẽ làm giảm độ nhạy cảm của mất mát và cải thiện giá trị tinh thần ($\bar{b}$) của hàng hóa, vì vậy hữu dụng mua lại sẽ tăng lên. Tóm lại, thanh toán kỹ thuật số có thể nâng cao tổng hữu dụng giao dịch của người tiêu dùng và kích thích tiêu dùng.

2.2. Ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu tiêu dùng

Dựa trên lý thuyết kế toán tinh thần, thanh toán kỹ thuật số có tiềm năng thúc đẩy tăng trưởng chi tiêu tiêu dùng. Việc thanh toán không dùng tiền mặt làm tăng cả hữu dụng mua lại và hữu dụng giao dịch. Nghiên cứu của Raghubir và Srivastava (2008) cho

thấy việc sử dụng thẻ tín dụng đặc biệt khuyến khích tiêu dùng hơn so với các hình thức thanh toán khác như thẻ ghi nợ hay thẻ quà tặng. Lý giải cho điều này, việc thanh toán bằng thẻ tín dụng giúp giảm thiểu cảm giác mất mát khi chi tiêu, đồng thời tăng cường trải nghiệm mua sắm. Ngược lại, thanh toán bằng tiền mặt tạo ra một sự kết nối trực quan giữa việc chi tiêu và số tiền mất đi, khiến người tiêu dùng có xu hướng thận trọng hơn. Quan điểm này được củng cố bởi nghiên cứu của Trope và Liberman (2010), cho thấy việc thanh toán bằng thẻ tạo ra một khoảng cách tâm lý so với việc sử dụng tiền mặt, dẫn đến việc người tiêu dùng ít chú ý đến chi phí và dễ dàng đưa ra quyết định mua hàng hơn.

Cũng giống như thanh toán bằng thẻ, thanh toán kỹ thuật số tạo ra một khoảng cách tâm lý giữa người tiêu dùng và số tiền chi tiêu. Khi thanh toán bằng tiền mặt, người tiêu dùng trực tiếp trao đổi tiền mặt lấy hàng hóa, tạo ra một cảm giác mất mát rõ ràng. Họ dễ dàng ghi nhớ số tiền đã chi và so sánh nó với giá trị của sản phẩm. Ngược lại, khi sử dụng thanh toán kỹ thuật số, quá trình thanh toán diễn ra một cách trừu tượng hơn. Việc nhìn thấy các con số trên màn hình thay vì tiền mặt khiến người tiêu dùng ít cảm nhận được giá trị thực của số tiền đang chi. Điều này làm giảm cảm giác mất mát, thúc đẩy họ chi tiêu nhiều hơn. Bên cạnh đó, sự tiện lợi của thanh toán kỹ thuật số, bao gồm việc giảm chi phí giao dịch và tiết kiệm thời gian, cũng là yếu tố quan trọng khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hình thức thanh toán này. Việc mua sắm trở nên nhanh chóng và dễ dàng hơn, giúp người tiêu dùng có thể thực hiện nhiều giao dịch hơn (Luo, Sun & Zhou, 2022).

Lý thuyết kế toán tình thần cho rằng thanh toán kỹ thuật số có khả năng nâng cao tổng hữu dụng giao dịch, từ đó thúc đẩy hành vi tiêu dùng. Khi thanh toán không liên quan đến việc trao đổi tiền mặt, người tiêu dùng ít cảm nhận được sự mất mát tài sản, dẫn đến việc họ dễ dàng đưa ra quyết định mua hàng hơn (Thaler, 1999). Sự kết nối trực quan giữa chi phí và lợi ích của mỗi giao dịch, vốn rất rõ ràng khi thanh toán bằng tiền mặt, trở nên mờ nhạt hơn trong các giao dịch kỹ thuật số. Điều này khiến người tiêu dùng có xu hướng phân bổ ngân sách theo cảm tính hơn là dựa trên tính toán hợp lý. Nghiên cứu của Cheema và Soman (2006) cũng đã chứng minh rằng việc sử dụng thanh toán kỹ thuật số làm tăng đáng kể xu hướng chi tiêu so với việc sử dụng tiền mặt trong các tình huống mua sắm tương

tự. Ngoài ra, sự tiện lợi của thanh toán kỹ thuật số, với chi phí giao dịch thấp hơn và tốc độ thanh toán nhanh hơn, cũng góp phần làm tăng tổng hữu dụng giao dịch.

Thành phần thứ hai của lý thuyết kế toán tình thần liên quan đến việc phân chia chi tiêu vào các tài khoản tâm lý khác nhau. Mỗi tài khoản này thường được liên kết với một loại chi tiêu cụ thể (nhà ở, thực phẩm, giải trí...) và có ngưỡng giới hạn chi tiêu riêng. Sự linh hoạt trong việc phân loại hàng hóa vào các tài khoản này cho phép người tiêu dùng điều chỉnh hành vi chi tiêu của mình một cách chủ động (Cheema & Soman, 2006). Thanh toán kỹ thuật số, với khả năng tập trung tất cả tài sản lưu động vào một tài khoản duy nhất, càng làm tăng tính linh hoạt này. Người tiêu dùng dễ dàng điều chỉnh việc phân bổ chi tiêu giữa các mục tiêu tài chính khác nhau, đặc biệt là đối với các khoản chi tiêu dài hạn và chi tiêu cho các hoạt động giải trí. Tuy nhiên, Luo và cộng sự (2022) cũng chỉ ra rằng thanh toán kỹ thuật số có thể thúc đẩy hành vi tiêu dùng ngoài kế hoạch. Việc dễ dàng truy cập vào nguồn vốn từ tài khoản kỹ thuật số có thể khiến người tiêu dùng chi tiêu vượt quá ngân sách đã định, đặc biệt là đối với những khoản chi tiêu nhỏ, ngẫu hứng.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Đối với dữ liệu thứ cấp: nghiên cứu thu thập các thông tin có liên quan đến thanh toán kỹ thuật số, chi tiêu cho tiêu dùng, từ các nghiên cứu trước có liên quan, thống kê của các cơ quan ban ngành Tỉnh, các trang báo mạng.

Đối với dữ liệu sơ cấp: Dữ liệu chính của nghiên cứu này được thu thập thông qua khảo sát trực tiếp bằng bảng câu hỏi đối với người dân có hoặc chưa sử dụng thanh toán kỹ thuật số trên địa bàn tỉnh. Theo Nguyễn Đình Thọ (2011), phương pháp xác định cỡ mẫu khi không biết quy mô tổng thể như sau:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

Trong đó, n là số lượng mẫu cần khảo sát, Z là giá trị bảng phân phối Z dựa vào độ tin cậy lựa chọn. Thông thường, chọn độ tin cậy là 95%, giá trị $Z = 1,96$. Để đảm bảo n ước lượng có độ lớn an toàn nhất, chọn $p = 0,5$, e là sai số cho phép, có thể lựa chọn $e = \pm 0,01$ (1%), $\pm 0,05$ (5%), $\pm 0,1$ (10%).

Với độ tin cậy là 95% tương ứng với mức sai số cho phép là 5% thì cỡ mẫu phù hợp với nghiên cứu này là 384. Vì vậy, nhóm tác giả phỏng vấn 400 người dân trên địa bàn tỉnh An Giang theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất – phương pháp thuận tiện (nhà nghiên cứu có thể chọn những phần tử nào mà họ có thể tiếp cận được, lấy đủ số quan sát theo kích thước mẫu mà nghiên cứu cần (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Tỉnh An Giang được chia thành 11 đơn vị hành chính cấp quận, huyện; bao gồm 2 thành phố, 2 thị xã và 7 huyện. Trong đó, Thành phố Long Xuyên, Thành phố Châu Đốc, huyện Châu Phú và huyện Chợ Mới được đánh giá là có sự phát triển mạnh mẽ hơn về kinh tế cũng như các dịch vụ tài chính so với các huyện thị còn lại. Nếu so theo số lượng dân cư thì Chợ Mới > Long Xuyên > Châu Phú > Châu Đốc. Do đó, nhóm tác giả dự kiến tỷ lệ phân bố mẫu như sau: Thành phố Long Xuyên 40%, Thành phố Châu Đốc 25%, huyện Chợ Mới 17,5% và huyện Châu Phú 17,5%. Để đảm bảo sự đa dạng và đại diện cho tổng thể, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện để tiếp cận đối tượng khảo sát. Thời gian khảo sát từ tháng 1-3/2024. Tuy nhiên, do điều kiện không thuận lợi, người trả lời không quan tâm, trả lời thiếu hoặc không muốn trả lời nên nghiên cứu chỉ sử dụng được 391 phiếu trả lời của người dân (cụ thể ở Thành phố Long Xuyên với 120 người trả lời, chiếm 31,83%, Thành phố Châu Đốc có được 85 người trả lời, chiếm 21,22%, Huyện Chợ Mới có 95 người trả lời, chiếm 23,87% và Huyện Châu Phú có 91 người trả lời, chiếm 23,08%).

3.2. Phương pháp phân tích

Bài viết sử dụng phương pháp ước lượng điểm xu hướng (*Propensity score matching* - PSM) để thực hiện nhằm xem xét ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân nơi đây. Phương pháp PSM được sử dụng rất phổ biến trong các nghiên cứu thực nghiệm, chẳng hạn như Ciaian và cộng sự (2012). Ưu điểm của phương pháp ước lượng PSM là kiểm soát được sai lệch khi chọn mẫu. Theo đó, phương pháp PSM thông qua 2 bước ước lượng. Trước tiên, phương pháp hồi quy Probit được thực hiện để ước lượng các yếu tố ảnh hưởng đến thanh toán kỹ thuật số của người dân An Giang nhằm tìm điểm xu hướng. Bước tiếp theo là dựa trên xu hướng vừa tìm được phương pháp ghép cặp được thực hiện để so sánh

chi tiêu của người dân có thanh toán kỹ thuật số và không thanh toán kỹ thuật số. Bốn phương pháp ghép cặp so sánh được thực hiện đó là:

- *Phương pháp cận gần nhất* (nearest neighbor matching - NNM)
- *Phương pháp so sánh bán kính* (stratification matching - SM)
- *Phương pháp so sánh phân tầng* (radius matching - RM)
- *Phương pháp hạt nhân* (kernel matching - KM)

3.3. Mô hình nghiên cứu thực nghiệm

3.3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến thanh toán kỹ thuật số

Để xác định điểm xu hướng nhằm ước lượng ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu, bài viết sử dụng phương pháp hồi quy Probit để xây dựng mô hình thực nghiệm. Mô hình này giúp xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phương thức thanh toán của người dân. Các nghiên cứu trước đây, điển hình như nghiên cứu của Sahabat và cộng sự (2017), đã chỉ ra rằng **nguồn thu nhập** (*nguồnthunhap_i*) là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định này. Cụ thể, người dân có nguồn thu nhập chính thông qua tài khoản ngân hàng thường có xu hướng lựa chọn thanh toán kỹ thuật số nhiều hơn so với những người có nguồn thu nhập chủ yếu bằng tiền mặt. Điều này có thể giải thích bởi việc sở hữu tài khoản ngân hàng tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch trực tuyến, giúp người dân tiết kiệm thời gian và công sức so với việc sử dụng tiền mặt.

Bên cạnh đó, **mức thu nhập** (*thunhap_i*) đóng vai trò quan trọng trong quyết định lựa chọn phương thức thanh toán của người tiêu dùng. **Người có thu nhập cao** thường có xu hướng sử dụng các dịch vụ ngân hàng, bao gồm việc mở tài khoản tiết kiệm và đầu tư. Điều này đồng nghĩa với việc họ có nhiều khả năng sử dụng các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt như chuyển khoản hoặc thanh toán qua ví điện tử. Sự tiện lợi, an toàn và tính hiện đại của các hình thức thanh toán này phù hợp với lối sống và nhu cầu của nhóm đối tượng này (Stavins, 2016). Ngược lại, **người có thu nhập thấp** thường không có tài khoản ngân hàng hoặc số dư tài khoản hạn chế. Vì vậy, họ thường lựa chọn thanh toán bằng tiền mặt để kiểm soát chi tiêu và

tránh các rủi ro liên quan đến giao dịch điện tử.

Nơi cư trú của khách hàng ($noicutru_i$), đặc biệt là **vị trí địa lý**, ảnh hưởng đáng kể đến quyết định lựa chọn phương thức thanh toán. Nghiên cứu của Świecka và cộng sự (2021) cho thấy người dân sống ở **đô thị** và **thành phố lớn** thường có xu hướng sử dụng thanh toán kỹ thuật số nhiều hơn. Điều này có thể giải thích bởi việc tiếp xúc thường xuyên với môi trường đô thị hiện đại giúp người dân làm quen nhanh chóng với các công nghệ thanh toán mới.

Bên cạnh đó, **khoảng cách** ($khoangcach_i$) giữa nơi ở và các trung tâm mua sắm cũng là một yếu tố đáng cân nhắc. Người dân sống gần các trung tâm thương mại, siêu thị thường có cơ hội tiếp xúc với các điểm thanh toán kỹ thuật số nhiều hơn, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng hình thức thanh toán này. Do đó, có thể kỳ vọng rằng biến số ($khoangcach_i$) sẽ có hệ số dương trong mô hình hồi quy, nghĩa là càng gần trung tâm mua sắm, khả năng sử dụng thanh toán kỹ thuật số càng cao.

Giới tính và độ tuổi là hai yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phương thức thanh toán của người tiêu dùng. **Về giới tính (i)** ($gioitinh_i$), nghiên cứu của Świecka và cộng sự (2021) cho thấy nam giới có xu hướng sử dụng thanh toán kỹ thuật số nhiều hơn nữ giới. Điều này có thể giải thích bởi nam giới thường có xu hướng thể hiện bản thân, thích khám phá công nghệ mới và coi việc sử dụng các phương thức thanh toán hiện đại là một biểu hiện của sự năng động và thời thượng. **Về độ tuổi** ($tuoi_i$), người trẻ tuổi, thường lớn lên trong môi trường số và rất quen thuộc với các công nghệ mới. Do đó, họ dễ dàng thích nghi với các hình thức thanh toán kỹ thuật số và coi đó là một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày. Ngược lại, người lớn tuổi, thường có xu hướng bảo thủ và ít tiếp xúc với công nghệ. Vì vậy, họ thường lựa chọn các phương thức thanh toán truyền thống như tiền mặt. Do đó, biến số “tuổi” có thể được kỳ vọng mang dấu âm trong mô hình hồi quy, nghĩa là càng lớn tuổi, khả năng sử dụng thanh toán kỹ thuật số càng thấp.

Ngoài ra, yếu tố học vấn ($hocvan_i$) của người mua cũng quan trọng trong việc chọn phương pháp thanh toán. Khi có học vấn cao, người mua có nhiều kiến thức để vận dụng sao cho có lợi trong việc thanh toán (Świecka & cộng sự, 2021). Do đó người có học vấn cao sẽ dễ chấp nhận thanh toán kỹ thuật số hơn người có học vấn thấp. Ngoài ra, khách hàng đã lập gia đình hay còn độc thân cũng là vấn đề quan trọng

($honnhan_i$), vì còn độc thân thì khách hàng thường muốn khám phá nên dễ chấp nhận thanh toán kỹ thuật số. Ngược lại, khi đã lập gia đình khách hàng thường sợ rủi ro nên chọn phương pháp đã từng thực hiện cho chắc (Sahabat & cộng sự, 2017).

Trên cơ sở vừa phân tích tác giả đề xuất mô hình thực nghiệm ước lượng ảnh hưởng của các yếu tố đến phương thức thanh toán kỹ thuật số của người dân ở An Giang như sau:

$$TTKTS_i = \beta_0 + \beta_1 \text{nguồnthunhap}_i + \beta_2 \text{thunhap}_i + \beta_3 \text{noicutru}_i + \beta_4 \text{khoangcach}_i + \beta_5 \text{gioitinh}_i + \beta_6 \text{tuoi}_i + \beta_7 \text{hocvan}_i + \beta_8 \text{honnhan}_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

Trong đó: $TTKTS_i$ là biến phụ thuộc đo lường khả năng thanh kỹ thuật số của người dân ở An Giang. Biến $TTKTS_i$ nhận giá trị 1 nếu khách hàng có sử dụng phương thức thanh toán bằng (bằng thẻ, chuyển khoản, ví điện tử và mã QR, app ngân hàng) khi mua hàng hóa, ngược lại, biến $TTKTS_i$ nhận giá trị 0. Các biến độc lập bao gồm: nguồnthunhap_i , thunhap_i , noicutru_i , khoangcach_i , gioitinh_i , tuoi_i , hocvan_i , honnhan_i .

3.3.2. Ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân ở An Giang

Trên cơ sở điểm xu hướng vừa tìm được, phần này cụ thể hóa phương pháp so sánh mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân có thanh toán kỹ thuật số và không thanh toán kỹ thuật số được khảo sát. Cụ thể, đối với một người có thanh toán kỹ thuật số (nhóm kiểm soát), mức chi tiêu của họ là $E((C_1|D = 1))$ và mức chi tiêu giả định (không quan sát được) là $E((C_0|D = 1))$. Tương tự, đối với một người dân không sử dụng thanh toán kỹ thuật số (nhóm đối chứng), mức chi tiêu cho tiêu dùng của họ quan sát được là $E((C_0|D = 0))$ và mức chi tiêu cho tiêu dùng giả định (không quan sát được) là $E((C_1|D = 0))$, với $E(.)$ là kỳ vọng. Cũng theo Rosenbaum và Rubin (1983), (ATT - the average treatment effect on the treated) chênh lệch trung bình được tính như sau:

$$\begin{aligned} ATT &= E(C_1 - C_0|D = 1) = \\ &= E((C_1|D = 1) - E((C_0|D = 1))) \end{aligned}$$

Đại lượng cần ước lượng của nghiên cứu không phải $E((C_0|D = 0))$ (bởi đại lượng này có thể quan sát được) mà là $E((C_0|D = 1))$. Để làm điều đó, phương pháp PSM sử dụng điểm cân bằng để tính toán mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân không sử dụng thanh toán kỹ thuật số (nhóm đối

Bảng 1. Đặc điểm của người dân

Đặc điểm	Tiêu chí	Tần số	Tỷ trọng (%)
Phương thức thanh toán	Tiền mặt	230	59,68
	Thanh toán số	161	40,32
	- Sử dụng QR	39	30,71
	- Chuyển khoản	31	24,41
	- Thẻ tín dụng	15	11,02
	- Thẻ ghi nợ	46	33,86
	- Ví điện tử	30	16,44
Giới tính	Nữ (người)	217	56,23
	Nam (người)	174	43,77
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	137	36,34
	Lập gia đình	254	63,66
Nguồn thu nhập	Thu nhập nhận qua tài khoản	161	41,11
	Thu nhập không nhận qua tài khoản	230	58,89
Nơi cư trú	Trung tâm huyện, thị, thành	274	76,62
	Ngoại ô trung tâm	117	28,38

Bảng 2. Đặc điểm của người dân

Biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Tuổi (năm)	29,04	8,47	16,0	55,00
Học vấn (Lớp)	12,06	2,13	1,0	14,00
Thu nhập (triệu đồng/tháng)	7,80	4,42	2,5	30,00
Tiền chi tiêu mua hàng hoá (triệu đồng/tháng)	4,81	1,10	1,3	10,00

chúng) và tương đồng nhất với đặc điểm của người dân có sử dụng thanh toán kỹ thuật số trong chi tiêu cho tiêu dùng (nhóm kiểm soát). Cụ thể, PSM sử dụng $E((C_0|D = 0))$ để ước lượng đại lượng đối thực $E((C_0|D = 1))$. Để ước lượng được đại lượng này, ta cần có: $E((C_0|D = 1)) - E(C_0|D = 0) = 0$ để đảm bảo là ATT không chịu ảnh hưởng của sai lệch trong chọn mẫu.

Trên cơ sở lý thuyết đã trình bày, biến thanh toán kỹ thuật số và mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân được kỳ vọng có quan hệ cùng chiều, nghĩa là người dân có thanh toán kỹ thuật số sẽ có mức chi tiêu chi tiêu dùng cao hơn so với người không sử dụng phương thức thanh toán lý thuật số (Luo & cộng sự, 2022).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Đặc điểm mẫu khảo sát

Kết quả tính toán từ 391 người dân sinh sống ở bốn huyện, thị, thành ở An Giang cho thấy, có 230

người sử dụng phương pháp thanh toán bằng tiền mặt (chiếm 59,68%), 161 người sử dụng phương thức kỹ thuật số (chiếm 40,32%). Trong đó, có 39 khách hàng sử dụng mã QR, 31 khách hàng sử dụng phương thức chuyển khoản qua Internet, 46 người sử dụng thẻ ghi nợ và 15 người sử dụng phương thức thanh toán qua thẻ tín dụng và 30 người sử dụng thanh toán qua ví điện tử (Zalopay, Viettelpay, Momo,...). Như vậy, số người sử dụng thẻ ghi nợ cao nhất (46 người), cho thấy phương tiện này tiện lợi và có ích đối với người dân khi thanh toán hóa đơn mua hàng. Ngược lại số người sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán ít nhất (với 15 người). Đặc biệt khách hàng sử dụng phương thức thanh toán qua mã QR cũng tương đối cao 30,71%, chứng tỏ phương pháp này cũng được nhiều người quan tâm. Với 230 người dân sử dụng phương thức thanh toán bằng tiền mặt, cho thấy tiền mặt vẫn là lựa chọn phổ biến trong trong dân, mặc dù phương thức thanh toán khác có thuận lợi hơn.

Nguyên nhân tiền mặt vẫn còn sử dụng nhiều trong thanh toán là do thói quen giữ tiền mặt của người dân và vấn đề này thường được nữ giới trong

Bảng 3. Kết quả ước lượng các yếu tố ảnh hưởng thanh toán kỹ thuật số của người dân
(Biến phụ thuộc: Thanh toán kỹ thuật số có hai giá trị 0 và 1)

Biến	Diễn giải tên biến	Mô hình (1)	
		Hệ số Beta	Giá trị Z
Cons	Hằng số	0,49	0,94
nguồnthunhap _i	Nguồn thu nhập người dân thứ i	0,22	1,40
thunhap _i	Mức thu nhập của người dân thứ i	0,12***	5,95
noicutral _i	Khách hàng sống ở nội ô, huyện, thị, thành = 1; Ngoại ô = 0.	0,52***	3,54
khoangcach	Khoảng cách từ nhà đến trung tâm huyện/thị xã/thành phố (km)	-0,02*	-1,83
gioitinh _i	Giới tính của người dân thứ i	-0,02	-0,15
tuoi _i	Tuổi của người dân thứ i	-0,02**	-2,05
hocvan _i	Học vấn của người dân thứ i	0,08***	2,57
honnhan _i	= 1 nếu người dân đã lập gia đình, = 0 người dân sống độc thân	-0,11	-0,74
Tổng số quan sát		391	
Pseudo R2		0,1665	
Likelihood ratio		-225,22272	
Prob>chi2		0,000	

Ghi chú: * ** ***: tương ứng với ý nghĩa 10%, 5%, 1%.

gia đình đảm nhiệm. Nữ giới thường là người chịu trách nhiệm chính trong việc mua sắm hàng hoá và dịch vụ cho gia đình nên có đến 56,23% số người tham gia phỏng vấn là nữ giới. Đa phần với lý do mua sắm là để phục vụ nhu cầu của gia đình nên phần lớn người có thực hiện giao dịch là người đã lập gia đình (chiếm 56,78%) và số người còn sống độc thân thì ít hơn, chỉ 137 người (chiếm 41,11%). Ngoài ra, phần lớn khách hàng trong mẫu khảo sát có nguồn thu không qua tài khoản ngân hàng, chiếm 58,89%. Đây là những khách hàng không thể thanh toán hoặc rất hạn chế trong việc thanh toán kỹ thuật số khi mua hàng hoá và dịch vụ.

Với nhiều phương thức thanh toán khác nhau và đa dạng nhằm thuận tiện cho nhiều đối tượng khách hàng ở nhiều vùng khác nhau. Tuy nhiên, kết quả từ khảo sát cho thấy người tham gia trong mẫu khảo sát sinh sống ở trung tâm huyện, thị và thành phố là chủ yếu (chiếm 78,86%), và chỉ ít người dân sống ngoại ô các trung tâm huyện, thị và thành phố, (chiếm 21,14%).

Kết quả trình bày ở Bảng 2 cho thấy, người dân trong mẫu khảo sát có tuổi đời bình quân là 29. Đây là độ tuổi rất trẻ, ở độ tuổi này người ta có nhiều hiểu biết về công nghệ và sự nhanh nhạy với môi trường xã hội nên sẽ chọn phương thức thanh toán mới (thanh toán kỹ thuật số) (Swiecka & cộng sự, 2021). Thu nhập của người dân trong mẫu khảo sát bình quân 7,80 triệu đồng/tháng, nhưng số tiền mỗi

tháng mà họ chi tiêu cho hàng hóa thiết yếu tương đối cao (4,81 triệu đồng/tháng). Điều này cho thấy, hàng hoá thiết yếu là nhu cầu không thể thiếu cho mọi người dù họ có thu nhập cao hay thấp.

4.2. Kết quả ước lượng các yếu tố ảnh hưởng đến thanh toán kỹ thuật số

Kết quả trình bày trong Bảng 3 cho thấy, mô hình (1) có ý nghĩa thống kê cao. Cụ thể, yếu tố thu nhập có hệ số ảnh hưởng tích cực đến việc khách hàng thanh toán kỹ thuật số ở mức ý nghĩa 1%, nghĩa là người dân có thu nhập cao sẽ chọn thanh toán kỹ thuật số. Điều này nói lên rằng khách hàng có thu nhập cao sợ rủi ro nên họ cất tiền ở tài khoản ngân hàng, vì vậy họ dễ dàng chọn thanh toán kỹ thuật số (Sahabat & cộng sự., 2017). Mối quan hệ tích cực này cũng được phát hiện ở các nghiên cứu trước đó (Stavins, 2016).

Ngoài ra, kết quả ước lượng còn cho thấy yếu tố nơi cư trú có mối quan hệ tích cực với việc chọn thanh toán kỹ thuật số của người dân. Điều này có nghĩa là người dân sinh sống ở nội ô huyện, thị, thành sẽ chọn thanh toán kỹ thuật số nhiều hơn người sống ở ngoại ô. Như đã phân tích người dân sinh sống ở nội ô sẽ có nhiều thông tin và cơ hội để tiếp xúc với công nghệ mới nên việc thanh toán thông qua các phương thức kỹ thuật số là khá dễ. Ngược lại, sống ở ngoại ô người dân chủ yếu mua hàng hóa ở

Bảng 4. So sánh năng suất lúa của hộ tiếp cận TDTM và nông hộ không tiếp cận TDTM

Phương pháp so sánh	Nhóm đo lường	Kiểm soát	Hệ số chênh lệch	Giá trị t
NNM	208	83	0,078	2,485***
SM	208	181	0,073	3,528***
RM	46	40	0,115	2,368***
KM	208	181	0,070	2,892***

Ghi chú: **, *** lần lượt là các mức ý nghĩa 5% và 1%.

các chợ truyền thống nên ít có cơ hội tiếp xúc với phương thức thanh toán kỹ thuật số. Người dân sống ở nội ô (trung tâm) đồng nghĩa với việc họ ở gần các nơi mua sắm. Tuy nhiên, kết quả ước lượng yếu tố khoảng cách có hệ số âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 10%. Kết quả này ngược với kỳ vọng ban đầu là người dân càng sống gần trung tâm mua sắm sẽ dễ sử dụng phương thức thanh toán số để mua hàng. Nguyên nhân của tình trạng này là do thói quen giữ tiền mặt của người dân, họ muốn lúc nào cũng phải có tiền mặt mang theo người để phòng ngừa sự cố thiếu tiền. Hơn nữa, sống càng gần các trung tâm mua sắm người dân thường dễ dàng mua hàng hoá hơn những người khác. Do dễ tiếp cận mua hàng hoá nên người dân không quan tâm đến việc chuẩn bị đi mua hay chuẩn bị phương tiện thanh toán. Kết quả là càng ở gần trung tâm mua sắm, người dân ít có sự chuẩn bị phương thức thanh toán nên phần lớn họ trả tiền mặt khi mua hàng.

Người lớn tuổi ít biết về công nghệ (do công nghệ mới phát triển) nên thường ngại hoặc không sử dụng những gì có liên quan đến công nghệ đặc biệt là các vấn đề về thanh toán tiền. Điều này được kiểm chứng ở biến tuổi của khách hàng có hệ số âm ở mức nghĩa 10%, nghĩa là khách hàng lớn tuổi sẽ chọn thanh toán bằng tiền mặt khi thanh toán tiền mua hàng hoá. Kết quả này được ủng hộ bởi nghiên cứu của (Swiecka & cộng sự, 2021). Nghiên cứu này cho rằng người lớn tuổi hơn thích sử dụng tiền mặt hơn. Ngược lại với yếu tố tuổi, yếu tố học vấn của khách hàng có hệ số dương ở mức ý nghĩa 1%, cho thấy khách hàng có học vấn cao sẽ chọn thanh toán kỹ thuật số khi mua hàng hoá. Kết quả này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Schuh & Stavins (2010).

Các yếu tố khác gồm nguồn thu nhập, giới tính, tình trạng hôn nhân của người dân có hệ số không có ý nghĩa thống kê. Do đó, chưa thể kết luận các yếu tố này có ảnh hưởng hay không đến việc sử dụng

thanh toán kỹ thuật số.

4.3. Kết quả so sánh chi tiêu của người dân

Các ước tính của PSM về ảnh hưởng của thanh toán kỹ thuật số đến chi tiêu cho tiêu dùng của người dân ở An Giang được trình bày trong Bảng 4. Với bốn thuật toán so sánh (là so sánh cận gần nhất (NNM), so sánh bán kính (SM), so sánh phân tầng (RM) và so sánh hạt nhân (KM)), được áp dụng trong bài viết cho thấy, tất cả đều có hệ số dương, nghĩa là có mối quan hệ tích cực giữa thanh toán kỹ thuật số đến mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân.

Kết quả ở Bảng 4 cho thấy tất cả hệ số so sánh có giá trị dương ở ý nghĩa từ 1%. Điều này chứng tỏ, việc thanh toán kỹ thuật số làm tăng chi tiêu cho tiêu dùng của người dân ở An Giang. Mức chênh lệch tiêu dùng trong khoảng 7,0% đến 11,5% mức chi tiêu/tổng thu nhập hàng tháng. Giá trị chênh lệch này tương ứng với các phương pháp so sánh bán kính, so sánh hạt nhân, so sánh phân tầng và so sánh cận gần nhất. Kết quả này nói lên rằng, nếu có hai người có cùng mức thu nhập hàng tháng (Ví dụ: 10 triệu đồng/tháng) thì người có sử dụng phương thức thanh toán kỹ thuật số sẽ chi tiêu nhiều hơn người không sử dụng phương thức thanh toán kỹ thuật số từ 700 ngàn đồng đến 1.150 ngàn đồng. Kết quả này cho thấy mức chênh lệch trong chi tiêu của người dân thấp hơn kết quả nghiên cứu của Luo và cộng sự (2022) với mức chênh lệch chi tiêu đến 20,63% giữa người thanh toán kỹ thuật số và người không thanh toán kỹ thuật số.

Kết quả nghiên cứu thực tế phù hợp với lý thuyết đã trình bày là thanh toán kỹ thuật số ảnh hưởng tích cực đến mức chi tiêu cho tiêu dùng của người dân. Kết quả này cũng đã chứng minh được rằng kế toán tinh thần là phù hợp. Khi thực hiện một hành động mà không có sự xuất hiện của tiền, hay nói khác

hơn khi thanh toán tiền để mua hàng hoá hay dịch vụ mà không có sự xuất hiện của tiền mặt làm cho người mua cảm thấy dễ chịu hơn, từ đó họ chi tiêu nhiều hơn.

5. Kết luận và khuyến nghị

Sự phát triển của hạ tầng kỹ thuật đặc biệt là mạng lưới Internet rộng khắp làm cho thanh toán kỹ thuật số phát triển nhanh chóng. Đặc biệt, các phương thức thanh toán (bằng thẻ, ví điện tử, chuyển khoản qua APP) phát triển theo nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu trong cuộc sống người dân. Tuy nhiên, với những đặc điểm khác nhau, người thanh toán sẽ có những lựa chọn khác nhau về phương thức thanh toán. Kết quả ước lượng từ 391 quan sát được chọn người dân ở An Giang cho thấy, yếu tố thu nhập và nơi cư trú của người dân có mối quan hệ tích cực đến chọn phương thức thanh toán kỹ thuật số. Biên khoảng cách, tuổi và học vấn của người dân có mối quan hệ ngược chiều với việc thanh toán kỹ thuật số. Trong khi đó, các yếu tố như: nguồn thu nhập, giới tính và tình trạng hôn nhân của người dân chưa thể kết luận có ảnh hưởng hay không, bởi các yếu tố này có hệ số không có ý nghĩa thống kê.

Kết quả so sánh mức chi tiêu của người dân tham gia thanh toán kỹ thuật số và không tham gia thanh toán kỹ thuật số qua bốn phương pháp so sánh (so sánh cận gần nhất (NNM), so sánh bán kính (SM), so sánh phân tầng (RM) và so sánh hạt nhân (KM)) cho thấy, người dân chi tiêu cho tiêu dùng nhiều hơn khi sử dụng thanh toán bằng phương thức kỹ thuật số so với phương thức thanh toán bằng tiền mặt. Mức độ chênh lệch chi tiêu cho tiêu dùng được tìm thấy trong khoảng 7,0% đến 11,5% chi tiêu trên tổng thu nhập.

Trên cơ sở kết quả vừa tìm được, bài viết đề xuất các khuyến nghị như sau:

(i) Nhà nước cần có quy định, chính sách khuyến khích để người dân hiểu những thuận lợi của việc thanh toán thông qua kỹ thuật số. Khuyến khích người dân thanh toán thông qua tài khoản ngân hàng để đảm bảo an toàn và tiện lợi.

(ii) Các cơ quan nhà nước cũng như các đơn vị cung cấp phương thức thanh toán số cần phát triển hệ thống thanh toán số ở vùng ven đô thị hay nông thôn để người dân dễ dàng tiếp cận. Khi đó, vấn đề chi tiêu của người dân cho tiêu dùng sẽ được nâng lên. Ngoài ra, đối tượng là người trẻ tuổi, người có học vấn cao cũng cần được các đơn vị cung cấp

phương thức thanh toán kỹ thuật số quan tâm để phát triển. Có sự phát triển phương thức thanh toán số rộng khắp sẽ giúp người dân dễ dàng tiếp cận và chi tiêu cho tiêu dùng của họ sẽ tăng.

(iii) Các đơn vị chấp nhận thanh toán kỹ thuật số, cũng như các ngân hàng thương mại cần có chính sách quảng cáo để người dân nói chung và người dân sinh sống ở ngoại ô thành, thị hiểu về tiện lợi của việc thanh toán kỹ thuật số, cũng như việc cất, giữ tiền trong tài khoản ngân hàng. Có hiểu biết thì người dân mới mạnh dạn sử dụng thanh toán kỹ thuật số, đặc biệt là người dân ở nông thôn rất ngại rủi ro.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) trong khuôn khổ Đề tài mã số 24.02. KT.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chatterjee, P., & Rose, R. L. (2012). Do payment mechanisms change the way consumers perceive products? *Journal of Consumer Research*, 38(6), 1129–39. DOI: <https://doi.org/10.1086/661730>.
- Cheema, A., & Soman, D. (2006). Malleable mental accounting: The effect of flexibility on the justification of attractive spending and consumption decisions. *Journal of Consumer Psychology*, 16(1), 33–44. DOI: https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1601_6.
- Ciaian, P., & Falkowski, J. (2012). Access to credit, factor allocation and farm productivity: Evidence from the CEE transition economies. *Agricultural Finance Review*, 72(1), 22–47. DOI: <https://doi.org/10.1108/00021461211222114>.
- Febriaty, H., Koto, M., & Rahayu, S. E. (2019). Effect of Education Levels on North Sumatra Economy. *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific (IJAFAP)*, 2(3), 23–31.
- Hasan, I., De, R.T. & Schmiedel, H. (2012). Retail Payments and Economic Growth. *Bank Finland Research*, 1–37. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2100651>.
- Luo, S., Sun, Y., & Zhou, R. (2022). Can fintech innovation promote household consumption? Evidence from China family panel studies. *International Review of Financial Analysis*, 82, 102137.
- Thọ, N. Đ. (2011). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. *Hà Nội: Nhà xuất bản Hà Nội*.
- Raghubir, P., & Srivastava, J. (2008). Monopoly money: The effect of payment coupling and form on spending behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 14(3), 213–25. DOI: <https://doi.org/10.1037/1076-898X.14.3.213>.
- Rosenbaum, P. R., & Rubin, D. B. (1983). The central role of the propensity score in observational studies for causal

- effects. *Biometrika*, 70(1), 41-55.
- Paul, A., & Friday, O (2012). Nigeria's Cashless Economy: *The Imperatives*, *International Journal of Managing Business Studies*, 2, 31-36.
- Sahabat, I., Dartanto, T., Passay, H. A. & Widyawati, D. (2017). Electronics Payment Decisions of the Indonesian Urban Households: A Nested Logit Analysis of the Effects of the Payment Characteristics. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(5), 498.
- Schuh, S., & Stavins, J. (2010). Why are (some) consumers (finally) writing fewer checks? The role of payment characteristics. *Journal of Banking & Finance*, 34(8), 1745-1758.
- Stavins, J. (2016). The effect of demographics on payment behavior: panel data with sample selection. Federal Reserve Bank of Boston. Available at <https://ssrn.com/abstract=2801488>.
- Swiecka, B, Terefenko, P, & Paprotny, D. (2021). Transaction factors' influence on the choice of payment by Polish consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102264. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102264>
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2014). *Pemasaran Strategik*. 2nd ed. Yogyakarta: Andi.
- Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214. DOI: <https://doi.org/10.1287/mksc.4.3.199>.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183-206. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F).
- Tee, H. H. & Ong, H.B. (2016). Cashless payment and economic growth. *Financial innovation*, 2(1), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0023-z>
- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117(2), 440-63. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0018963>.

The impact of digital payments on consumer behavior of people in An Giang

Cao Van Hon, Pham Xuan Quynh

An Giang University, Viet Nam National University Ho Chi Minh City, Vietnam

Abstract

The objective of this study is to estimate the impact of digital payments on consumer spending of residents in An Giang province. Using the PSM estimation method with data collected from 391 residents in Long Xuyen, Chau Doc, Chau Phu and Cho Moi districts, the results show that five factors influence the use of digital payments among residents (step 1): age, income, distance from home to district center, education, and gender. The results of step 2 of the PSM method indicate that individuals who use digital payment methods spend more on consumption compared to those who do not, ranging from 7% to 11.5%. Based on these findings, the paper suggests that government agencies should implement policies to encourage more residents to adopt digital payment methods.

Keywords: An Giang, Digital Payments, PSM, Residents.