
VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA DÂN TRÍ TÀI CHÍNH TRONG TÁC ĐỘNG CỦA ĐẶC ĐIỂM TÍNH CÁCH ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ DO CÁ NHÂN LÀM CHỦ

Nguyễn Quốc Việt Anh

Nghiên cứu sinh Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: TS4354TC@st.neu.edu.vn

Cao Thị Minh Thu

Trường Đại học Hàng Hải

Email: thuctm@vimar.edu.vn

Bùi Kiên Trung*

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: trungbk@neu.edu.vn

Mã bài: JED-2853

Ngày nhận bài: 19/01/2026

Ngày nhận bài sửa: 10/06/2026

Ngày duyệt đăng: 15/06/2026

DOI: 10.33301/JED.VI.2853

Tóm tắt

Nghiên cứu này phân tích vai trò trung gian của dân trí tài chính trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ tại Việt Nam. Mặc dù các nghiên cứu trước khẳng định đặc điểm tính cách có ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, cơ chế tác động thông qua dân trí tài chính vẫn chưa được làm rõ. Kết quả nghiên cứu cho thấy dân trí tài chính đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh. Đặc điểm tính cách tích cực như sự cởi mở để trải nghiệm và sự hướng ngoại không chỉ tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh mà còn tác động gián tiếp thông qua việc cải thiện thái độ và hành vi tài chính. Nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết bằng cách làm rõ vai trò của dân trí tài chính như một cơ chế hành vi có thể đào tạo và cải thiện, từ đó giúp giảm bớt các hạn chế do đặc điểm tính cách mang lại.

Từ khóa: Dân trí tài chính, Doanh nghiệp siêu nhỏ, Đặc điểm tính cách, Kết quả kinh doanh.

Mã JEL: D13, H31.

The Mediating Role of Financial Literacy in the Relationship Between Personality Traits and Business Performance of Individually Owned Micro-Enterprises

Abstract

This study examines the mediating role of financial literacy in the relationship between personality traits and the business performance of individually owned micro-enterprises in Vietnam. Although prior studies have established that personality traits influence business performance, the underlying mechanism through financial literacy remains insufficiently explored. The findings indicate that financial literacy serves as a partial mediator in the relationship between personality traits and business performance. Positive personality traits, such as openness to experience and extraversion, not only exert a direct influence on business performance but also affect it indirectly by enhancing the financial attitudes and behaviors of enterprise owners. This study contributes to the literature by clarifying the role of financial literacy as a trainable and improvable behavioral mechanism, which can help mitigate the limitations associated with individual personality traits.

Keywords: Enterprise performance, Financial literacy, Micro-enterprises, Personality traits.

JEL Codes: D13, H31.

1. Giới thiệu

Các doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ đóng vai trò quan trọng trong các nền kinh tế đang chuyển đổi nhờ khả năng thích nghi nhanh với biến động thị trường, linh hoạt trong chuyển hướng kinh doanh (Carlson, 2023; Osei-Assibey & cộng sự, 2012) và tạo việc làm với chi phí tương đối thấp (Dalton & cộng sự, 2020). Tuy nhiên, đây cũng là nhóm doanh nghiệp dễ bị tổn thương do hầu hết các quyết định quản lý, tài chính và kinh doanh đều phụ thuộc vào một cá nhân (Adusei & Adeleye, 2024), trong khi năng lực quản lý tài chính thường còn hạn chế thấp (Hirawati & cộng sự, 2021). Theo Isaga (2018) và Yakob & cộng sự (2021), kết quả kinh doanh là một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp siêu nhỏ. Mặc dù có thể đo lường bằng các chỉ tiêu tài chính như ROA hay ROE, việc thiếu các báo cáo tài chính chuẩn hóa khiến các nghiên cứu về doanh nghiệp siêu nhỏ thường đánh giá kết quả kinh doanh thông qua khảo sát (Duong & Izumida, 2002).

Nhiều nghiên cứu cho rằng đặc điểm tính cách của chủ doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh do sự khác biệt trong cách thức quản lý và ra quyết định (Antoncic & cộng sự, 2018; Hogan, 2004). Tuy nhiên, Dahmen & Rodríguez (2014), Tuffour & cộng sự (2022) đặt vấn đề liệu tác động này có diễn ra trực tiếp hay thông qua các yếu tố trung gian như dân trí tài chính (financial literacy). Các nghiên cứu trước cho thấy dân trí tài chính không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh mà còn có thể đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh (Mayfield & cộng sự, 2008). Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm về cơ chế này vẫn còn hạn chế, đặc biệt đối với các doanh nghiệp siêu nhỏ trong bối cảnh các nền kinh tế đang chuyển đổi. Trong khi đặc điểm tính cách tương đối ổn định và khó thay đổi, dân trí tài chính lại có thể được cải thiện thông qua đào tạo và kinh nghiệm thực tiễn. Vì vậy, việc làm rõ vai trò trung gian của dân trí tài chính không chỉ giúp giải thích cơ chế tác động của đặc điểm tính cách đến kết quả kinh doanh mà còn cung cấp cơ sở thực tiễn để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp siêu nhỏ.

Nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết hành vi tài chính và quản trị doanh nghiệp siêu nhỏ bằng cách làm rõ vai trò của dân trí tài chính như một cơ chế trung gian liên kết đặc điểm tính cách với kết quả kinh doanh trong bối cảnh các nền kinh tế đang chuyển đổi.

2. Tổng quan nghiên cứu và phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.1. Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ

Nghiên cứu này sử dụng định nghĩa doanh nghiệp siêu nhỏ theo Nghị định 80/2021/NĐ-CP: nếu hoạt động trong ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản, công nghiệp và xây dựng với số lao động tham gia bảo hiểm xã hội trung bình hàng năm tối đa 10 người đồng thời có tổng doanh thu năm hoặc tổng nguồn vốn năm không vượt quá 3 tỷ Đồng; trong ngành thương mại và dịch vụ đổi thành tổng doanh thu không vượt quá 10 tỷ Đồng.

Kết quả kinh doanh thường được hiểu là việc so sánh các giá trị mà doanh nghiệp tạo ra với các giá trị mà chủ sở hữu mong muốn nhận được (Alchian & Demsetz, 1972). Nếu có đủ báo cáo tài chính, kết quả kinh doanh có thể đo lường theo nhiều cách khác nhau bao gồm các chỉ số tài chính như tỷ suất sinh lời, tăng trưởng doanh thu, tỷ lệ lợi nhuận/doanh thu... Các doanh nghiệp siêu nhỏ không thể đo lường theo hướng này bởi quy mô hoạt động quá nhỏ, không đủ nguồn lực để hình thành nên bộ phận kế toán riêng biệt (Platteau & cộng sự, 2017). Để khắc phục hạn chế này, Yakob & cộng sự (2021) đã đề xuất kết quả hoạt động thông qua quan điểm của các chủ doanh nghiệp về 9 tiêu chí phản ánh hiệu quả tài chính gồm: dòng tiền; tỷ suất lợi nhuận gộp; lợi nhuận ròng từ hoạt động kinh doanh; tăng trưởng doanh số; tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu; tỷ suất lợi nhuận trên đầu tư; tỷ suất lợi nhuận ròng; tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu; khả năng tài trợ hoạt động kinh doanh từ lợi nhuận.

2.2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

2.2.1. Đặc điểm tính cách

Costa & McCrae (2008) cho rằng đặc điểm tính cách là những thuộc tính nội tâm, ổn định và đặc trưng của một người, chi phối cách họ suy nghĩ, cảm nhận và hành động, bao gồm thái độ, hành vi, thói quen và cảm xúc. Đặc điểm tính cách gồm 5 góc độ: Sự cởi mở để trải nghiệm, Sự tận tâm, Sự hướng ngoại, Sự dễ chịu, Sự bất ổn cảm xúc (Kovaleva & cộng sự, 2013; McCrae & Costa, 1987). Schwaba & Bleidorn (2018) nhận định các yếu tố đặc điểm tính cách này chỉ thay đổi đôi chút trong suốt cuộc đời của một người từ 18

tuổi về sau, và vì thế, nó được coi là ổn định. Đặc điểm tính cách là một nhánh trong tâm lý học hành vi, dùng để giải thích tại sao từng cá nhân cụ thể lại hành động như vậy. Đối với các nghiên cứu liên ngành, đặc điểm tính cách được nghiên cứu để thể hiện hành vi của trong đầu tư. Camgoz & cộng sự (2017), Antoncic & cộng sự (2018), Ozer & Mutlu (2019) chia 3 đặc điểm tính cách, đó là Cởi mở để trải nghiệm, Hướng ngoại và Dễ chịu.

Trong các doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ, phần lớn các quyết định quản trị, tài chính và chiến lược đều phụ thuộc vào người điều hành doanh nghiệp. Do đó, đặc điểm tính cách của nhà quản lý có thể ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng nhận diện cơ hội kinh doanh, mức độ chấp nhận rủi ro và khả năng thích ứng với biến động thị trường.

Những cá nhân có tính cách cởi mở để trải nghiệm thường dễ tiếp nhận ý tưởng mới và thích nghi với thay đổi, qua đó nâng cao khả năng đổi mới và nắm bắt cơ hội kinh doanh. Người có tính hướng ngoại thường có lợi thế trong giao tiếp, xây dựng mạng lưới quan hệ và tiếp cận khách hàng, giúp mở rộng nguồn lực và thị trường. Trong khi đó, tính cách dễ chịu hỗ trợ việc duy trì các mối quan hệ tích cực với đối tác và khách hàng, góp phần cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Ba đặc điểm tính cách trên thường gắn với sự năng động, cởi mở với các hoạt động liên quan đến kinh doanh và khởi nghiệp, và có tác động đến kết quả kinh doanh (Antoncic & cộng sự, 2018; Bhargava & cộng sự, 2022). Trong nghiên cứu về các yếu tố tác động đến kết quả kinh doanh, ba thành phần tính cách là sự cởi mở để trải nghiệm, hướng ngoại và dễ chịu có mối liên hệ chặt chẽ với nhau thông qua vai trò định hướng tích cực đối với hoạt động kinh doanh. Tính cởi mở tác động đồng thời đến cả hiệu quả tài chính lẫn tăng trưởng, tính hướng ngoại có tương quan dương với hiệu suất quản lý còn tính cách dễ chịu thúc đẩy hiệu suất làm. Điểm chung của cả ba tính cách này là định hướng hành vi tích cực, từ đó tác động đến kết quả kinh doanh.

Ngoài ra, 2 đặc điểm tính cách còn lại là (1) sự tận tâm: thể hiện tinh thần trách nhiệm, sự chính xác và khả năng tổ chức tốt. Những cá nhân này thường thể hiện tính tự giác cao và (2) sự bất ổn về cảm xúc: Người mang đặc điểm tính cách bất ổn trong cảm xúc thường có những yêu cầu tùy tiện, dễ nổi nóng và thường có những thay đổi bất ngờ. Hai đặc điểm còn lại vận hành theo cơ chế tâm lý khác biệt, chủ yếu phản ánh mức độ kiểm soát nội tâm và xu hướng cảm xúc tiêu cực, do đó không chia sẻ cùng ý nghĩa với ba thành phần trên. Nghiên cứu này không sử dụng 2 đặc điểm này trong bài.

Sự phát triển về các phẩm chất con người có thể góp phần giúp các doanh nghiệp siêu nhỏ đưa ra các quyết định chiến lược trong những tình huống khó khăn (Huggins & cộng sự, 2017). Đối với những doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, nhà quản lý là người chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Hogan, 2004). Các nghiên cứu trước ủng hộ quan điểm rằng: đặc điểm tính cách có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ, bởi nếu lãnh đạo là người tận tâm thường là người có xu hướng tiết kiệm, do đó, sẽ làm tăng doanh thu (Khuc & cộng sự, 2022; Lusardi & Mitchell, 2011). Người quản lý có tính cách cởi mở thường tập trung vào việc tìm kiếm các cơ hội mới cho doanh nghiệp, sự sáng tạo và đổi mới của họ cũng góp phần vào sự đổi mới của doanh nghiệp (Antoncic & cộng sự, 2018). Các bằng chứng tương tự cũng được nhìn nhận là ảnh hưởng đến mục tiêu cuối cùng của doanh nghiệp. Do vậy:

H1: Đặc điểm tính cách (gồm sự cởi mở để trải nghiệm, sự hướng ngoại và sự dễ chịu) có tác động tích cực tới Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ.

2.2.2. Dân trí tài chính

Dân trí tài chính được định nghĩa là trình độ hiểu biết cần thiết để cá nhân có thể phân tích thông tin thị trường và đưa ra các quyết định tài chính hợp lý (Lusardi, 2019; Lusardi & Messy, 2023). Nghiên cứu này chia dân trí tài chính thành 2 cấu phần là Thái độ tài chính và Hành vi tài chính – thay vì 3 cấu phần như một số nghiên cứu trước đây (Anh & Vinh, 2022; Khuc & cộng sự, 2022; Quang & Anh, 2019). Thái độ tài chính là cách một cá nhân phản ứng về mặt tâm lý đối với các vấn đề về tài chính trong khi hành vi tài chính là việc một cá nhân quản lý và sử dụng các tài sản tài chính của mình một cách hiệu quả. Dân trí tài chính là biến bậc 2, được cấu thành bởi 2 biến bậc 1 là thái độ tài chính và hành vi tài chính.

Adomako & cộng sự (2016) nhận thấy, trong các doanh nghiệp siêu nhỏ, chủ doanh nghiệp có khả năng quyết định toàn bộ, tức là dân trí tài chính của người điều hành doanh nghiệp đóng góp vào việc hoàn mục

tiêu tài chính của doanh nghiệp và đạt tới sự tăng trưởng vượt trội. Người quản lý có dân trí tài chính cao có khả năng xác định và ứng phó với các thay đổi trên thị trường, từ đó đưa ra các giải pháp hiệu quả để cải thiện hiệu suất kinh doanh (Dahmen & Rodríguez, 2014). Yakob & cộng sự (2021) nhận thấy, việc thiếu hiểu biết về tài chính thường không có tác động đáng kể ở giai đoạn đầu nhưng lại có tác động quyết định đến sự tăng trưởng và tính bền vững của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong dài hạn. Những người có thái độ tài chính và hành vi phù hợp có thể đưa ra những quyết định phù hợp hơn trong việc điều hành doanh nghiệp thông qua việc so sánh giá cả của hàng hóa (Hirawati & cộng sự, 2021). Như vậy:

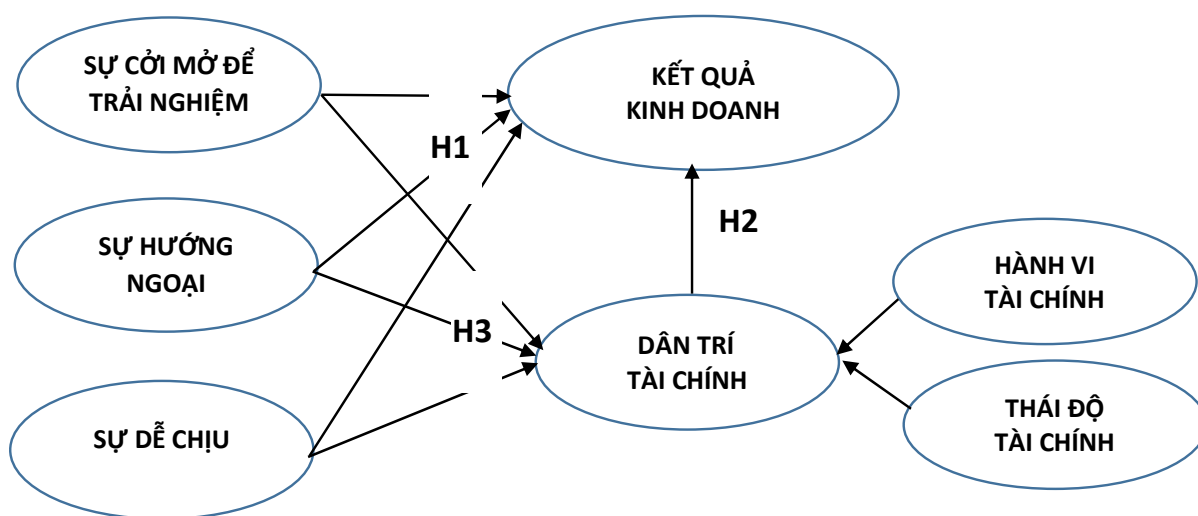
H2: Dân trí tài chính có tác động tích cực tới Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ.

Các nghiên cứu trước đây là đưa ra minh chứng rằng đặc điểm tính cách có tác động đến dân trí tài chính (Mayfield & cộng sự, 2008). Từ đây, một số nghiên cứu đặt ra nghi ngờ rằng dân trí tài chính có thể là biến trung gian trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ hay không. Nguyên nhân của việc này là: tùy từng tính cách khác nhau mà các nhà quản lý có thể có những hành vi và thái độ tài chính khác nhau, từ đó hình thành nên các quyết định khác nhau cho doanh nghiệp. Ví dụ, người hướng ngoại thường có xu hướng đầu tư ngắn hạn, trong khi người hay lo âu hoặc không thích rủi ro thường tránh loại hình đầu tư này, người không thích rủi ro cũng ít tham gia đầu tư dài hạn. Hoặc, người có tính cách dễ chịu sẽ khá “thoáng tay” trong việc đưa ra các hành vi tài chính (thường là tiêu nhiều hơn hoặc quyết định nhanh hơn), làm cho khả năng phát triển của doanh nghiệp sẽ cao hơn (Bhargava & cộng sự, 2022). Giả thuyết nghiên cứu được đưa ra là:

H3: Dân trí tài chính là biến trung gian một phần trong tác động của đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ.

Từ các giả thuyết đã nêu, mô hình nghiên cứu đề xuất như trình bày tại Hình 1.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Nghiên cứu sơ bộ và hiệu chỉnh bảng hỏi

Trước khi tiến hành khảo sát chính thức, nghiên cứu thực hiện bước nghiên cứu sơ bộ thông qua phỏng vấn chuyên gia và chủ doanh nghiệp siêu nhỏ nhằm rà soát tính phù hợp của mô hình nghiên cứu và hiệu chỉnh bảng hỏi. Đối tượng tham vấn gồm 6 nhà nghiên cứu trong lĩnh vực quản trị và tài chính doanh nghiệp cùng 7 chủ doanh nghiệp siêu nhỏ tại Việt Nam. Mỗi cuộc trao đổi kéo dài từ 60–70 phút. Các ý kiến thu thập được tập trung vào việc đánh giá tính phù hợp của các khái niệm nghiên cứu, các biến quan sát, cách diễn đạt câu hỏi và mức độ dễ hiểu của bảng hỏi trong bối cảnh doanh nghiệp siêu nhỏ tại Việt Nam. Trên cơ sở các góp ý thu được, nhóm tác giả đã điều chỉnh một số nội dung diễn đạt và hoàn thiện bảng hỏi trước khi triển khai khảo sát chính thức.

3.2. Thu thập và xử lý dữ liệu

Trong nghiên cứu này, đặc điểm tính cách được kế thừa từ Kovaleva & cộng sự (2013), dân trí tài chính được kế thừa từ OECD (2022), Lusardi & Messy (2023). Kết quả kinh doanh được xây dựng dựa trên Yakob & cộng sự (2021). Thang đo Likert 5 cấp độ được sử dụng với điểm 1 – “Hoàn toàn không đồng ý” đến điểm 5 – “Hoàn toàn đồng ý”.

Dân trí tài chính và đặc điểm tính cách là các biến bậc 2, được đo lường bởi các biến bậc 1 là Hành vi tài chính (FB) với 6 items, Thái độ tài chính (FAT) với 7 items, Sự hướng ngoại (EX) với 4 items, Sự cởi mở để trải nghiệm (OP) với 5 items, Sự dễ chịu (AG) với 4 items. Kết quả kinh doanh (PER) với 9 items. Phần mềm SMARTPLS4.0 được nhóm tác giả sử dụng để phân tích dữ liệu và xử lý các biến bậc 1.

Sau khi được hiệu chỉnh bởi phỏng vấn sâu, khảo sát được thực hiện trực tiếp đến các chủ doanh nghiệp siêu nhỏ được khảo sát ngẫu nhiên, tiến hành từ tháng 9/2024 đến tháng 11/2024. Sau khảo sát, nhóm tác giả thu về 368 phiếu, sau khi loại các phiếu khảo sát không hợp lệ, có 333 phiếu được lựa chọn. Kết quả xử lý dữ liệu được thể hiện ở Phần 4.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận kết quả nghiên cứu

4.1. Mẫu nghiên cứu

Về độ tuổi, Bảng 1 cho thấy, mẫu nghiên cứu phân bố khá đồng đều giữa các nhóm tuổi, trong đó nhóm trên 50 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (16,9%), nhóm 41-45 tuổi chiếm 15,9%, các nhóm 31-35 và 36-40 tuổi đều chiếm 15%, nhóm 26-30 tuổi chiếm 13,2% và nhóm dưới 25 tuổi chiếm 12,3%. Cơ cấu giới tính trong mẫu khá cân bằng với nam giới chiếm 50,2% và nữ giới chiếm 49,8%.

Bảng 1. Kết quả thống kê mẫu nghiên cứu

Chỉ tiêu		Tần suất	Tỷ lệ (%)
Độ tuổi	Dưới 25	41	12,3
	26 - 30	44	13,2
	31 - 35	50	15
	36 - 40	50	15
	41 - 45	53	15,9
	46 - 50	39	11,7
	Trên 50	56	16,9
Giới tính	Nam	167	50,2
	Nữ	166	49,8
Lĩnh vực hoạt động	Thương mại - dịch vụ	165	50,5
	Lĩnh vực khác	168	49,5
Trình độ học vấn cao nhất	Dưới trung học phổ thông	70	21
	Trung học phổ thông	69	20,7
	Trung cấp chuyên nghiệp và dạy nghề	68	20,4
	Cao đẳng/Đại học	66	19,8
	Sau đại học	60	18,1
Thời gian hoạt động (năm)	Dưới 5	55	16,5
	5 - 10	63	18,9
	11 - 15	47	14,1
	16 - 20	64	19,2
	21 -25	54	16,2
	Trên 25	50	15,1

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả.

Xét về lĩnh vực hoạt động, 50,5% chủ doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại - dịch vụ và 49,5% hoạt động trong các lĩnh vực khác. Đây là khu vực xuất hiện nhiều nhất trong các doanh nghiệp siêu nhỏ - thường thấy tại các nước có nền kinh tế đang chuyển đổi như Việt Nam (Morgan & Trinh, 2019).

Trình độ học vấn của các chủ doanh nghiệp phân bố tương đối đều giữa các nhóm: dưới THPT (21%), THPT (20,7%), trung cấp chuyên nghiệp và dạy nghề (20,4%), cao đẳng/đại học (19,8%) và sau đại học (18,1%). Về thời gian hoạt động, các doanh nghiệp có độ tuổi khá đa dạng: 5-10 năm và 16-20 năm chiếm tỷ lệ cao nhất lần lượt là 18,9% và 19,2%. Mẫu nghiên cứu có tính đại diện cao khi phân bố tương đối đồng

đều ở các nhóm thuộc tất cả các câu trả lời, phản ánh đa dạng các đặc điểm nhân khẩu học và đặc điểm doanh nghiệp.

4.2. Kết quả mô hình

Sau lần phân tích CFA đầu tiên, các biến quan sát AG1, EX3, EX4, OP5, PER1, PER2 và PER4 có hệ số tải nhân tố thấp hơn ngưỡng khuyến nghị 0,7 nên được loại khỏi mô hình nhằm bảo đảm độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo. Kết quả này cho thấy một số biến quan sát chưa phản ánh ổn định các khái niệm nghiên cứu trong bối cảnh doanh nghiệp siêu nhỏ tại Việt Nam. Điều này có thể xuất phát từ sự khác biệt trong cách hiểu của người trả lời, đặc điểm tự đánh giá của các thang đo về tính cách hoặc khó khăn trong việc đánh giá các chỉ tiêu kết quả kinh doanh dựa trên cảm nhận chủ quan. Sau khi loại bỏ các biến quan sát không đạt yêu cầu, các thang đo còn lại đều đáp ứng các tiêu chuẩn về độ tin cậy và giá trị hội tụ theo khuyến nghị của (Sarstedt & cộng sự, 2022).

Trong bước phân tích CFA lần 2, nhân tố AG có hệ số tải của các biến quan sát đều nhỏ hơn 0,7, do vậy biến AG được loại bỏ để phân tích CFA lần 3, điều này có thể được giải thích do những người trả lời có xu hướng tự đánh giá quá cao các câu hỏi về đặc điểm tính cách “thân thiện”, “không bắt lỗi người khác” theo hướng tích cực bất kể thực tế. Đồng thời, họ cũng có xu hướng phủ nhận mạnh mẽ các đặc điểm tiêu cực như “lạnh lùng”, “thô lỗ” để tạo ấn tượng tốt trong nghiên cứu. Trong bối cảnh doanh nghiệp, những người điều hành muốn thể hiện mình có những phẩm chất cần thiết cho thành công trong kinh doanh như khả năng làm việc nhóm và quan hệ khách hàng tốt. Kết quả là hầu hết câu trả lời đều tập trung ở các mức độ cực đoan

Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo

Đo lường các chỉ báo	Hệ số tải	AVE	CR	Cronbach Alpha
Sự hướng ngoại (EX)		0,821	0,913	0,782
Tôi thoải mái và thân thiện với mọi người.	0,886			
Tôi thấy mình là người nhiệt tình.	0,927			
Sự cởi mở để trải nghiệm (OP)		0,736	0,904	0,866
Tôi thấy mình là người đề cao nghệ thuật và các trải nghiệm mang tính thẩm mỹ.	0,831			
Tôi thấy mình là người hay tò mò.	0,826			
Tôi thấy mình là người có khả năng tưởng tượng phong phú.	0,879			
Tôi thấy bản thân là một người có tính sáng tạo.	0,832			
Thái độ tài chính (FAT)		0,777	0,968	0,959
Tôi luôn cập nhật thông tin tình hình tài chính.	0,843			
Tôi có kiến thức tài chính cá nhân tốt.	0,896			
Tôi có hiểu biết tốt về các sản phẩm đầu tư tài chính khác nhau.	0,874			
Tôi luôn cập nhật thông tin về các kênh đầu tư khác nhau.	0,886			
Tôi luôn cập nhật thông tin về các hoạt động của thị trường chứng khoán.	0,889			
Tôi tự tin về việc quản lý các vấn đề liên quan đến kênh đầu tư tài chính của mình.	0,868			
Tôi hiểu rõ vai trò của các đại lý môi giới trong đầu tư.	0,884			
Hành vi tài chính (FB)		0,686	0,931	0,875
Tôi có khả năng chuẩn bị tài chính tốt cho các hoạt động đầu tư.	0,774			
Tôi thích dùng tiền để đầu tư cho dài hạn.	0,752			
Tôi tin rằng nên trả các khoản vay đúng hạn.	0,776			
Tôi không bị hạn chế về tài chính khi ra quyết định đầu tư.	0,788			
Tôi luôn kiểm soát chặt các vấn đề trong hoạt động đầu tư tài chính của mình.	0,826			
Tôi luôn ghi chép lại tất cả hoạt động đầu tư cá nhân.	0,815			
Kết quả kinh doanh (PER)		0,689	0,913	0,892
Doanh nghiệp của tôi đạt lợi nhuận ròng ở mức tốt.	0,766			
Doanh nghiệp của tôi bán hàng thu được lợi nhuận cao.	0,883			
Doanh nghiệp của tôi có lợi tức từ đầu tư tăng trưởng tốt.	0,892			
Tỷ lệ lợi nhuận trên doanh thu cao.	0,764			
Doanh nghiệp của tôi có khả năng tài trợ cho tăng trưởng kinh doanh từ lợi nhuận.	0,881			

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả.

(tức là rất đồng ý với đặc điểm tích cực và rất không đồng ý với đặc điểm tiêu cực).

Kết quả phân tích cuối cùng cho thấy các mục đều có hệ số tải lớn hơn 0,7, điều này có nghĩa là dữ liệu phù hợp với mô hình đo lường giả định. Bảng 2 cho thấy mô hình đảm bảo giá trị hội tụ (Sarstedt & cộng sự, 2022).

Sau khi mô hình đo lường đảm bảo độ tin cậy, nhóm tác giả đánh giá mô hình cấu trúc với biến bậc 2 là Dân trí tài chính (FL). Kết quả phân tích tại Bảng 3 cho thấy Đặc điểm tính cách và dân trí tài chính có ảnh hưởng tích cực tới Kết quả kinh doanh.

Bảng 3: Kết quả kiểm định giả thuyết

Mối quan hệ	Giả thuyết	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	P-value	Kết luận
Sự cởi mở để trải nghiệm → Kết quả kinh doanh	H1	0,074	0,018	Ứng hộ
Sự hướng ngoại → Kết quả kinh doanh	H2	0,042	0,000	Ứng hộ
Dân trí tài chính → Kết quả kinh doanh		0,466	0,000	Ứng hộ
Sự cởi mở để trải nghiệm → Dân trí tài chính → Kết quả kinh doanh		0,238	0,002	Ứng hộ
Sự hướng ngoại → Dân trí tài chính → Kết quả kinh doanh	H3	0,326	0,000	Ứng hộ

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả.

Hệ số tác động gián tiếp tổng hợp từ đặc điểm tính cách đến kết quả kinh doanh có P-value nhỏ hơn 0,05 cho thấy dân trí tài chính có vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy đặc điểm tính cách có ảnh hưởng tích cực đến dân trí tài chính và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ, đồng thời dân trí tài chính cũng tác động tích cực đến kết quả kinh doanh. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước của Camgoz & cộng sự (2017), Antoncic & cộng sự (2018) hay Ozer & Mutlu (2019). Trong bối cảnh Việt Nam, chủ doanh nghiệp siêu nhỏ thường trực tiếp đưa ra phần lớn các quyết định quản lý, tài chính và kinh doanh do quy mô lao động hạn chế (Rand & Tarp, 2020), vì vậy đặc điểm tính cách của người điều hành có thể ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Điểm đáng chú ý của nghiên cứu là dân trí tài chính đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh, qua đó bổ sung thêm bằng chứng thực nghiệm cho các nghiên cứu trước về vai trò của dân trí tài chính đối với hoạt động của doanh nghiệp của Bhargava & cộng sự (2022). Kết quả này cho thấy ảnh hưởng của đặc điểm tính cách đến kết quả kinh doanh không hoàn toàn mang tính cố định mà có thể được hỗ trợ thông qua việc nâng cao dân trí tài chính của chủ doanh nghiệp. Một cơ chế có thể giải thích kết quả này là những cá nhân có tính cách cởi mở để trải nghiệm và hướng ngoại thường chủ động tìm kiếm thông tin, học hỏi kinh nghiệm và mở rộng các mối quan hệ xã hội. Những đặc điểm này tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận, tiếp thu và vận dụng kiến thức tài chính trong hoạt động kinh doanh, từ đó nâng cao chất lượng các quyết định tài chính và cải thiện kết quả kinh doanh. Trong khi đặc điểm tính cách là yếu tố tương đối ổn định và khó thay đổi trong ngắn hạn, dân trí tài chính lại có thể được cải thiện thông qua đào tạo và trải nghiệm thực tiễn. Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp siêu nhỏ trong các nền kinh tế đang chuyển đổi, nơi chủ doanh nghiệp thường thiếu nguồn lực và phải tự đưa ra phần lớn các quyết định tài chính và kinh doanh.

Một kết quả đáng chú ý khác là nhóm biến “dễ chịu” (agreeableness) không đạt yêu cầu về độ tin cậy và bị loại khỏi mô hình nghiên cứu. Kết quả này cho thấy các biến quan sát của đặc điểm dễ chịu chưa phản ánh ổn định khái niệm nghiên cứu trong bối cảnh doanh nghiệp siêu nhỏ tại Việt Nam và cần được tiếp tục kiểm định trong các nghiên cứu tiếp theo.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Kết luận

Dân trí tài chính là biến trung gian một phần trong mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ do cá nhân làm chủ. Kết quả này bổ sung cho các nghiên cứu về tính cách con người – được đề xuất bởi Costa & McCrae (2008). Kết quả nghiên cứu cho thấy dân trí tài chính không chỉ là một năng lực hỗ trợ quản trị doanh nghiệp mà còn là cơ chế giúp chuyển hóa các đặc điểm tính cách thành kết quả kinh doanh. Phát hiện này góp phần mở rộng hiểu biết về vai trò của các yếu tố hành vi trong hoạt động của doanh nghiệp siêu nhỏ và gợi mở hướng nghiên cứu tiếp theo về các cơ chế trung gian khác giữa đặc điểm cá nhân và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp.

Những phát hiện về mặt thực tiễn tiếp tục ủng hộ các nghiên cứu đi trước cho rằng, đặc điểm tính cách có tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp siêu nhỏ, bởi người điều hành doanh nghiệp sẽ phải quyết định hầu hết các vấn đề có liên quan.

5.2. Hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu cho thấy dân trí tài chính không chỉ tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh mà còn đóng vai trò trung gian một phần giữa đặc điểm tính cách và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp siêu nhỏ. Điều này hàm ý rằng nâng cao dân trí tài chính có thể trở thành công cụ quan trọng cải thiện hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, ngay cả khi đặc điểm tính cách của chủ doanh nghiệp tương đối ổn định và khó thay đổi.

Đối với các cơ quan quản lý và tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp, cần ưu tiên xây dựng các chương trình đào tạo tài chính dành riêng cho chủ doanh nghiệp siêu nhỏ, tập trung vào lập kế hoạch tài chính, quản lý dòng tiền và nâng cao năng lực ra quyết định. Đồng thời, cần tăng cường tư vấn và hỗ trợ tài chính để giúp chủ doanh nghiệp vận dụng kiến thức vào thực tiễn điều hành.

Về phía doanh nghiệp, chủ doanh nghiệp cần chủ động nâng cao kiến thức tài chính qua đào tạo, tư vấn hoặc tự học. Việc cải thiện dân trí tài chính không chỉ nâng cao chất lượng quyết định kinh doanh mà còn giúp sử dụng hiệu quả hơn các nguồn lực hiện có, đồng thời tăng khả năng thích ứng với môi trường kinh doanh biến động.

Nghiên cứu tồn tại một số hạn chế: dữ liệu cắt ngang chưa cho phép đánh giá quan hệ nhân quả theo thời gian; dữ liệu tự đánh giá có thể phát sinh sai lệch chủ quan và phương pháp chung. Bối cảnh Việt Nam cũng đòi hỏi thận trọng khi khái quát kết quả. Các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng phạm vi và xem xét vai trò của công nghệ tài chính hoặc điều kiện vùng miền.

Tài liệu tham khảo

- Adomako, S., Danso, A., & Ofori Damoah, J. (2016). The moderating influence of financial literacy on the relationship between access to finance and firm growth in Ghana. *Venture Capital*, 18(1), 43-61. <https://doi.org/10.1080/13691066.2015.1079952>
- Adusei, M., & Adeleye, N. (2024). Start-up microenterprise financing and financial performance of microfinance institutions. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 36(2), 183-206. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1842047>
- Alchian, A. A., & Demsetz, H. (1972). Production, information costs, and economic organization. *The American Economic Review*, 62(5), 777-795. <https://www.jstor.org/stable/1815199>
- Anh, K. T., & Vinh, T. T. (2022). Impact of Financial Literacy on Vietnamese Students' Spending Management. *VNU Journal of Economics and Business*, 2(2), 95-102. <https://doi.org/10.57110/jeb.v2i4.4800>
- Antoncic, J. A., Antoncic, B., Grum, D. K., & Ruzzier, M. (2018). The big five personality of the SME manager and their company's performance. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(04), 1850021. <https://doi.org/10.1142/S1084946718500218>
- Bhargava, M., Sharma, A., Mohanty, B., & Lahiri, M. M. (2022). Moderating role of personality in relationship to financial attitude, financial behaviour, financial knowledge and financial capability. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(6), 1997-2006. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170635>

-
- Camgoz, S. M., Karan, M. B., & Ergeneli, A. (2017). Relationship between the Big-Five personality and the financial performance of fund managers. In *Diversity, conflict, and leadership* (pp. 137-152). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203793084-7>
- Carlson, N. A. (2023). Differentiation in microenterprises. *Strategic Management Journal*, 44(5), 1141-1167. <https://doi.org/10.1002/smj.3463>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (2008). The revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R). In G. J. Boyle, G. Matthews, & D. H. Saklofske (Eds.), *The SAGE handbook of personality theory and assessment* (Vol. 2, pp. 179-198). SAGE.
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Financial literacy and the success of small businesses: An observation from a small business development center. *Numeracy*, 7(1), 3-15. <http://dx.doi.org/10.5038/1936-4660.7.1.3>
- Dalton, P. S., Nhung, N., & Rüschenpöhler, J. (2020). Worries of the poor: The impact of financial burden on the risk attitudes of micro-entrepreneurs. *Journal of Economic Psychology*, 79, 102198. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.102198>
- Duong, P. B., & Izumida, Y. (2002). Rural development finance in Vietnam: A microeconomic analysis of household surveys. *World Development*, 30(2), 319-335. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(01\)00112-7](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(01)00112-7)
- Hirawati, H., Sijabat, Y. P., & Giovanni, A. (2021). Financial literacy, risk tolerance, and financial management of micro-enterprise actors. *Society*, 9(1), 174-186. <https://doi.org/10.33019/society.v9i1.277>
- Hogan, R. (2004). Personality psychology for organizational researchers. In *Personality and organizations* (pp. 27-48). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781410610034>
- Huggins, R., Prokop, D., & Thompson, P. (2017). Entrepreneurship and the determinants of firm survival within regions: human capital, growth motivation and locational conditions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(3-4), 357-389. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1271830>
- Isaga, N. (2018). The relationship of personality to cognitive characteristics and SME performance in Tanzania. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(4), 667-686. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0067>
- Khuc, T. A., Do, H. L., & Pham, B. L. (2022). Factors influencing financial literacy of the poor in rural areas: Empirical research with the case of Vietnam. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(4), 638-650. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i4.735>
- Kovaleva, A., Beierlein, C., Kemper, C. J., & Rammstedt, B. (2013). Psychometric properties of the BFI-K: A cross-validation study. *The International Journal of Educational and Psychological Assessment*, 13(1), 34-50.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics Statistics*, 155(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Lusardi, A., & Messy, F.-A. (2023). The importance of financial literacy and its impact on financial wellbeing. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.8>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy and retirement planning in the United States. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 509-525. <https://doi.org/10.1017/S147474721100045X>
- Mayfield, C., Perdue, G., & Wooten, K. (2008). Investment management and personality type. *Financial Services Review*, 17(3), 219-236. <https://doi.org/10.61190/fsr.v17i3.4919>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 81-90. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>
- 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), 19. <https://doi.org/10.3390/jrfm12010019>
- OECD. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/cbc4114f-en>
- Osei-Assibey, E., Bokpin, G. A., & Twerefou, D. K. (2012). Microenterprise financing preference: Testing POH within the context of Ghana's rural financial market. *Journal of Economic Studies*, 39, 84-105. <https://doi.org/10.1108/01443581211192125>
-

-
- Ozer, G., & Mutlu, U. (2019). The effects of personality traits on financial behaviour. *Journal of Business Economics and Finance*, 8(3), 155-164. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2019.1122>
- Platteau, J.-P., De Bock, O., & Gelade, W. (2017). The demand for microinsurance: A literature review. *World Development*, 94, 139-156. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.01.010>
- Quang, P. T., & Anh, K. T. (2019). Demographic Factors affecting the level of Financial Literacy in Rural Areas: The case of Vietnam. *Polish Political Science Yearbook*, 48(3), 3-9. <https://doi.org/10.15804/ppsy2019301>
- Rand, J., & Tarp, F. (2020). Micro, small, and medium enterprises in Vietnam. *Oxford University Press*. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198851189.001.0001>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research*, 587-632. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Schwaba, T., & Bleidorn, W. (2018). Individual differences in personality change across the adult life span. *Journal of Personality*, 86(3), 450-464. <https://doi.org/10.1111/jopy.12327>
- Tuffour, J. K., Gali, A. M., & Tuffour, M. K. (2022). Managerial leadership style and employee commitment: Evidence from the financial sector. *Global Business Review*, 23(3), 543-560. <https://doi.org/10.1177/0972150919874170>
- Yakob, S., Yakob, R., BAM, H.-S., & Rusli, R. Z. A. (2021). Financial literacy and financial performance of small and medium-sized enterprises. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 72-96. <https://doi.org/10.21002/seam.v15i1.13117>

***Tác giả liên hệ: Bùi Kiên Trung - Email: trungbk@neu.edu.vn**