

Các nhân tố ảnh hưởng đến tiếp cận tài chính toàn diện của khách hàng cá nhân qua dịch vụ ngân hàng trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi

Factors affecting financial inclusion to personal customers through bank services in Quang Ngai province

Nguyễn Thị Thu Trinh^{a,*}, Lê Hoàng Như Nguyễn^b
Thu Trinh Nguyen, Nhu Nguyen Le Hoang

^aKhoa Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Tài chính - Kế toán, Quảng Ngãi, Việt Nam
Finance and Banking Department, University of Finance and Accountancy, Quang ngai, Vietnam

^bKhoa Luật Kinh tế, Trường Đại học Tài chính - Kế toán, Quảng Ngãi, Việt Nam
Economic Law Department, University of Finance and Accountancy, Quang Ngai, Vietnam

(Ngày nhận bài: 16/01/2019, ngày phân biện xong: 16/02/2019, ngày chấp nhận đăng: 18/02/2019)

Tóm tắt

Nghiên cứu này được thực hiện để xem xét những yếu tố nào ảnh hưởng đến việc tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện qua dịch vụ ngân hàng của khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi. Kết quả phân tích dữ liệu từ khảo sát 325 khách hàng cho thấy các yếu tố: Mục đích mở tài khoản ngân hàng và Dễ sử dụng sản phẩm ngân hàng có ảnh hưởng đáng kể đến Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng (hay tiếp cận dịch vụ tài chính); trong khi đó, Thuận tiện và Khả năng tiếp cận chi nhánh ngân hàng không có ảnh hưởng.

Từ khóa: Tiếp cận tài chính toàn diện, tài khoản ngân hàng, dịch vụ ngân hàng.

Abstract

This article aims to investigate the factors that affect the usage of bank services in increasing financial inclusion in Quang Ngai province. Data analysis from a survey of 325 consumers shows that factors such as Purpose of opening a bank account, easiness in accessing a bank's products have a significant effect on usage of bank services; at the same time, convenience and physical distance of bank branches have no effect.

Keywords: Financial inclusion, bank account, bank services.

1. Đặt vấn đề

Thúc đẩy “tài chính toàn diện” đang là xu hướng mới của các nước trên thế giới, nhằm nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng cho người dân và doanh nghiệp thuận tiện với chi phí hợp lý nhất. Đối với các ngân hàng thương mại, phát triển tài chính toàn diện đồng nghĩa với cơ hội đa dạng sản phẩm dịch vụ và mở rộng cơ sở khách hàng một cách bền vững.

Do đó, để thúc đẩy tài chính toàn diện, bên cạnh việc nâng cao sự hiểu biết của người dân về lĩnh vực tài chính và các dịch vụ tài chính ngân hàng, thì phát triển các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính và những loại hình dịch vụ ngân hàng phù hợp là vô cùng quan trọng. Dưới góc độ tài chính cá nhân, việc xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến đáp ứng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện thông qua các hoạt động cung cấp dịch vụ

tài chính của ngân hàng thương mại là hết sức cần thiết. Tỉnh Quảng Ngãi hiện có gần 1,3 triệu dân, đa số trong độ tuổi lao động nhưng phân bố không đồng đều giữa các vùng; phần lớn tập trung ở nông thôn, trình độ dân trí được nâng cao trong những năm gần đây nhưng vẫn ở mức thấp đặc biệt là vùng sâu, vùng xa vì vậy khả năng tiếp cận với các dịch vụ tài chính ngân hàng còn nhiều hạn chế; trong khi đó, hiện có đến 15 ngân hàng thương mại hoạt động cung cấp những sản phẩm dịch vụ tiền tệ tương đồng nhau nên các ngân hàng phải cạnh tranh khốc liệt để có thể tồn tại phát triển và hoạt động có lãi. Vì vậy, trong phạm vi của nghiên cứu này, nhóm tác giả tập trung nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến tiếp cận tài chính toàn diện thông qua các dịch vụ tài chính ngân hàng tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi, trên cơ sở đó đưa ra những gợi ý nhằm giúp các ngân hàng thương mại này có định hướng, kế hoạch hợp lý để nâng cao khả năng tiếp cận tài chính cá nhân một cách toàn diện.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

2.1. Cơ sở lý thuyết

Tiếp cận tài chính hay tài chính toàn diện (Financial Inclusion - FI) là việc cung cấp dịch vụ tài chính phù hợp, thuận tiện cho cá nhân (hộ gia đình) và doanh nghiệp. Nói cách khác, tài chính toàn diện là tạo điều kiện cho các doanh nghiệp và cá nhân có thể tiếp cận được thị trường tài chính chính thức từ đó sẽ góp phần thúc đẩy việc phân bổ và sử dụng nguồn lực có hiệu quả, nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, giảm nghèo. Tài chính toàn diện tạo điều kiện cho các cá nhân tích lũy cho tương lai và có thể tạo ổn định tài chính cho quốc gia, do tỷ lệ tiền gửi ngân hàng cao sẽ giúp cho hệ thống ngân hàng ổn định trong thời kỳ khó khăn (Han và Melecky, 2013). Ngân hàng Thế giới (2017) đưa ra khái niệm *tài chính toàn diện* phát sinh từ góc độ người dân và doanh nghiệp: Đó là quá trình cung cấp có trách nhiệm

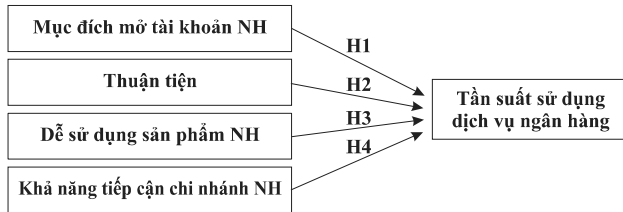
và bền vững các sản phẩm hay dịch vụ tài chính hữu ích, phù hợp khả năng cho mọi cá nhân và doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu của họ về giao dịch, thanh toán, tiết kiệm, tín dụng và bảo hiểm. Như vậy, có thể nói *Tài chính toàn diện* là xu thế đưa các dịch vụ tài chính chính thức (tài khoản ngân hàng, tiết kiệm và tín dụng) đến cho mọi đối tượng, đặc biệt là các đối tượng khó khăn nhất do gặp phải các rào cản như thu nhập với chi phí hợp lý cho cả người dùng và đơn vị cung cấp dịch vụ (Hannig và Jansen 2010; Khan, 2011 và Sarma, 2015).

2.2. Một số nghiên cứu trước đây

Nghiên cứu của Prabhakar Nandru và cộng sự (2015) đã chỉ ra các yếu tố: Mục đích mở tài khoản ngân hàng và dễ sử dụng sản phẩm ngân hàng đều có ảnh hưởng đến tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng cá nhân. Nghiên cứu của Allen và cộng sự (2012) cho thấy Quyền sở hữu tài khoản, Sử dụng tài khoản để tiết kiệm, Thường xuyên sử dụng tài khoản (được định nghĩa là ba lần rút tiền mỗi tháng) là yếu tố có ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng. Nhóm tác giả Efobi (2014) đã thực hiện một nghiên cứu và chỉ ra các yếu tố Sử dụng dịch vụ ngân hàng, Sử dụng tài khoản để tiết kiệm và Tần suất rút tiền ngân hàng có ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng. Theo Arora (2012), trong một nghiên cứu về “đo lường truy cập tài chính”, đã xem xét ba biến: Truy cập vật lý hoặc kích thước tiếp cận (đo lường bằng cách thâm nhập chi nhánh và xâm nhập ATM), kích thước giao dịch (được đo theo địa điểm để mở tài khoản ngân hàng, số lượng tài liệu cần thiết để mở tài khoản ngân hàng) và chi phí giao dịch (được tính bằng chi phí ngân hàng cho khách hàng truy cập dịch vụ ngân hàng) được đưa vào như là thước đo tiếp cận tài chính toàn diện. Trong nghiên cứu của Dr. Vidya Suresh & Dr. Lakshmi Kalyanaraman (2018) cũng đã chỉ ra các yếu tố: Mục đích mở tài khoản ngân hàng, Thuận tiện, Dễ sử dụng sản

phẩm ngân hàng và Khoảng cách đến chi nhánh đều có ảnh hưởng đến tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng cá nhân.

Trên cơ sở tổng kết các nghiên cứu trước đây tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu theo các giả thiết

[H1] *Mục đích mở tài khoản ngân hàng*: một tài khoản ngân hàng đóng vai trò quan trọng, giúp dễ dàng chuyển tiền, kiều hối và thanh toán... Nó cũng khuyến khích khái niệm tiết kiệm tiền và tiếp cận tín dụng ngân hàng (Demircuc-Kunt & Klapper, 2012) *có ảnh hưởng tích cực tới Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng*.

[H2] *Thuận tiện*: Tính thuận tiện của các dịch vụ ngân hàng là điều cần thiết cho khách hàng tiềm năng, đó là thước đo bằng số lượng điểm truy cập, chẳng hạn như chi nhánh ngân hàng và thuận tiện để sử dụng máy ATM trong một khu vực (Rahman, 2013). *Thuận tiện có ảnh hưởng tích cực tới Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng*.

[H3] *Dễ sử dụng sản phẩm ngân hàng*: Là mức độ mà một cá nhân tin rằng việc sử dụng dịch vụ ngân hàng là không cần phải nỗ lực thể chất và tinh thần (Davis, 1989). Nghĩa là mức độ khách hàng cảm thấy các dịch vụ tài chính ngân hàng dễ dàng tiếp cận, được hướng dẫn dễ hiểu và thao tác sử dụng đơn giản *có ảnh hưởng tích cực tới Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng*.

[H4] *Khả năng tiếp cận chi nhánh ngân hàng*: Khoảng cách đến ngân hàng là yếu tố quyết định quan trọng trong việc tiếp cận tài chính dịch vụ (Topoworski, 1987) *có ảnh hưởng tích cực tới Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng*.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Nghiên cứu sử dụng kết quả của một số nghiên cứu nước ngoài để xây dựng thang đo và bảng

câu hỏi phù hợp với thị trường Quảng Ngãi. Dữ liệu sau khi thu thập sẽ được xử lý trên phần mềm SPSS 20.0. Các tập biến quan sát cụ thể (11 phát biểu) được đo lường trên thang đo Likert 5 điểm, thay đổi từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý).

Nghiên cứu được thực hiện nhằm mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện của khách hàng cá nhân, từ đó đề xuất một số chính sách để góp phần giúp các ngân hàng thương mại phát triển toàn diện các sản phẩm tài chính của ngân hàng và mở rộng cơ sở khách hàng.

Bảng 1. Đặc điểm đối tượng nghiên cứu

Đặc điểm	Phân loại	Tần số	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	134	41,2%
	Nữ		58,8%
Độ tuổi	Dưới 18	37	11,4%
	Từ 18 - 23 tuổi	109	33,5%
	Từ 24 - 29 tuổi	73	22,5%
	Từ 30 - 35 tuổi	57	17,5%
	Từ 36 - 40 tuổi	31	9,8%
	Trên 40 tuổi	18	5,3%
Trình độ học vấn	Phổ thông	75	23,1%
	Cao đẳng, đại học	216	66,5%
	Trên đại học	34	10,4%
Thu nhập	Dưới 5 triệu/tháng	122	37,4%
	Từ 5 - 10 triệu/tháng	147	45,3%
	Trên 10 triệu/tháng	56	17,3%
TỔNG CỘNG		325	100%

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả)

Với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, 350 bảng câu hỏi được gửi đi, từ tháng 9 đến tháng 10/2018. Kết quả thu về 325 bảng hợp lệ và được sử dụng cho phân tích, đảm bảo cỡ mẫu lớn hơn kích thước tối thiểu. Những thông tin cơ bản trên cho thấy số khách hàng tham gia khảo sát khá phù hợp và có thể đại diện cho tổng thể nghiên cứu.

Thang đo các yếu tố trong nghiên cứu được nhóm tác giả đánh giá bằng hệ số tin cậy

Cronbach's Alpha. Qua kết quả kiểm định cho thấy các thang đo đều có các hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7 (0,713 đến 0,825). Do đó các thang đo này đều đạt độ tin cậy, và được sử dụng trong bước phân tích nhân tố EFA.

Bảng 2. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Thang đo	Số lượng biến	Cronbach's Alpha
Mục đích mở tài khoản ngân hàng (MD)	04	0,777
Thuận tiện (TT)	03	0,825
Dễ sử dụng sản phẩm ngân hàng (SD)	03	0,798
Khả năng tiếp cận chi nhánh ngân hàng (KN)	03	0,713
Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng (TS)	03	0,784

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

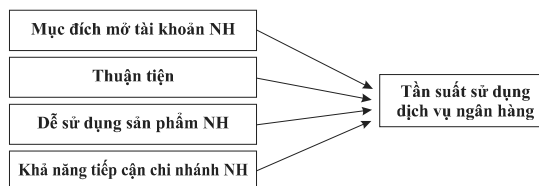
Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA của thành phần cho thấy từ 11 biến đo lường thuộc 4 nhân tố trên đã trích vào 4 nhân tố giữ nguyên gốc 4 nhân tố này trong khung nghiên cứu đề xuất tại Eigenvalue = 1,058 (>1) và phương sai trích là 67,824% (>50%), cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố và phần chênh lệch đạt yêu cầu. Bên cạnh đó, hệ số Keiser-Meyer-Olkin (KMO) là 0,782, có giá trị Sig. rất nhỏ (Sig. = 0,000) cho thấy kết quả phân tích nhân tố là đáng tin cậy.

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng

Nhân tố	KMO	Sig.	Phương sai trích	Biến quan sát	Hệ số
Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng	0,656	0,000	69,873%	TS3: Thường xuyên sử dụng tài khoản ngân hàng để thực hiện các giao dịch tài chính	0,893
				TS2: Thường xuyên đến ngân hàng để gửi tiền tiết kiệm	0,820
				TS1: Thường xuyên đến ngân hàng để rút tiền	0,792

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

Sau khi phân tích nhân tố và kiểm định các thang đo, các giả thiết mô hình nghiên cứu chính thức như sau:



Hình 2. Mô hình nghiên cứu chính thức

Bảng 3. Kết quả phân tích nhân tố

Biến quan sát		Hệ số tải nhân tố
MD4	Tài khoản ngân hàng rất hữu ích để bảo vệ tiền của khách hàng (KH)	0,793
MD3	KH có thể được vay nhanh chóng khi có tài khoản ngân hàng	0,766
MD1	Có tài khoản ngân hàng giúp khách hàng hưởng nhiều lợi ích	0,760
MD2	Giữ tài khoản ngân hàng rất hữu ích cho mục đích tiết kiệm	0,699
TT2	Giờ làm việc của ngân hàng là rất thuận tiện để giao dịch	0,884
TT1	Mở tài khoản ngân hàng rất dễ dàng	0,861
TT3	Thoải mái khi sử dụng máy ATM rút tiền mặt 24/7 ở mọi nơi	0,820
SD1	Các chương trình bảo hiểm thông qua các ngân hàng là rất dễ dàng	0,794
SD2	Vay giáo dục thông qua các ngân hàng có lãi suất thấp	0,832
SD3	Tín dụng tiêu dùng thông qua ngân hàng rất dễ dàng	0,821
KN1	Khoảng cách vật lý đến các ATM rất thoải mái	0,797
KN2	Vị trí của chi nhánh ngân hàng rất gần nơi cư trú	0,996
KN3	Mạng lưới chi nhánh ngân hàng, ATM được phân bố rộng khắp	0,766

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

Kết quả phân tích nhân tố của thang đo Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng có hệ số KMO >0,5, giá trị Sig. là rất nhỏ và phương sai trích >50% cho thấy phân tích nhân tố là đáng tin cậy.

Phân tích tác động của các biến độc lập đến Tần suất sử dụng bằng phép hồi quy bội.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

Biến B	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	T	Sig.	
	Sai số chuẩn	Beta				
1	(Hằng số)	0,592	0,141		4,183	0,000
	MD	0,109	0,024	0,150	4,585	0,000
	TT	0,041	0,029	0,043	1,419	0,157
	SD	0,703	0,032	0,772	22,051	0,000
	KN	-0,012	0,023	-0,017	-0,527	0,599
$R^2 = 0,725$; R^2 hiệu chỉnh = $0,721$; Giá trị F = $210,526$ (Sig.= $0,000$).						

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả)

Bảng 5 trình bày mô hình hồi quy đa biến đầy đủ về các yếu tố ảnh hưởng đến tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện của khách hàng cá nhân. Mô hình gồm 4 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc.

Kết quả phân tích hồi quy ở Bảng 5 cho thấy R^2 hiệu chỉnh = $0,721$. Kiểm định F cho thấy mức ý nghĩa Sig. = $0,000$. Vậy mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu thu thập được. Hệ số xác định hiệu chỉnh cho thấy độ tương thích của mô hình là $72,1\%$, hay các biến độc lập giải thích được $72,1\%$ phương sai của biến phụ thuộc. Như vậy kết quả hồi quy cho thấy Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng chịu tác động bởi 2 yếu tố đó là Mục đích mở tài khoản ngân hàng, Dễ sử dụng các sản phẩm của ngân hàng và có ý nghĩa thống kê khi đưa vào phân tích do có mức ý nghĩa Sig. < $0,05$. Còn yếu tố Thuận tiện và Khả năng tiếp cận chi nhánh ngân hàng không có ý nghĩa thống kê trong mô hình phân tích do có mức ý nghĩa Sig. = $0,157$ và Sig. = $0,599 > 0,05$. Kết quả này tương đương với nghiên cứu của Prabhakar Nandru, Byram Anand & Satyanarayana Rentala (2015), đồng thời phù hợp với nghiên cứu của Vidya Suresh & Lakshmi Kalyanaraman (2018) cho thấy sự ảnh hưởng đến tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện của khách hàng cá nhân tại tỉnh Quảng

Ngãi với một số khu vực ở Ấn Độ là như nhau.

Nghiên cứu đã đưa ra mô hình về những yếu tố ảnh hưởng đến tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện của khách hàng cá nhân dựa trên những mô hình lý thuyết có sẵn, kết quả của một số mô hình nghiên cứu trên thế giới, đồng thời dựa vào thực trạng phát triển của dịch vụ tài chính. Kết quả nghiên cứu định lượng phù hợp với nghiên cứu định tính, hệ số Beta chuẩn hoá cho biết mức độ tác động của từng biến phụ thuộc đối với biến độc lập. Trong mô hình, yếu tố Dễ sử dụng các sản phẩm của ngân hàng tác động đến Tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng cao nhất do có hệ số Beta lớn nhất (Beta = $0,772$) và cuối cùng là yếu tố Mục đích mở tài khoản ngân hàng (Beta = $0,150$).

Ngoài ra, kết quả phân tích sự khác biệt trong tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng khác nhau về đặc điểm nhân khẩu học cho thấy: Kiểm định Independent - Sample T - Test đối với biến giới tính, thống kê Levene có mức ý nghĩa là $0,520 > 0,05$ chứng tỏ không có sự khác biệt về phương sai trong tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng.

Bảng 6. Kiểm định ANOVA các biến kiểm soát

Biến kiểm soát	Thống kê Levene	Mức ý nghĩa
Độ tuổi	0,151	0,566
Nghề nghiệp	0,418	0,879
Trình độ	0,072	0,582
Thu nhập	0,006	0,561 (Welch)

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả)

Kiểm định phương sai nhóm độ tuổi, nghề nghiệp, trình độ cho thấy Sig. thống kê Levene đều > $0,05$ nên ở độ tin cậy 95% kết quả phân tích phương sai (ANOVA) có thể sử dụng. Phân tích phương sai một yếu tố đối với các biến “độ tuổi”, “nghề nghiệp” và “trình độ” đều có mức ý nghĩa > $0,05$ cho thấy không tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa thống kê đối với các nhóm khác nhau. Đối với biến Thu nhập có Sig. thống kê Levene < $0,05$ do đó không thể sử dụng bảng ANOVA mà sẽ đi vào kiểm định Welch cho trường hợp

vi phạm giả định phương sai đồng nhất. Kết quả sig kiểm định Welch > 0,05 (0,561) nên không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê đến tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng khác nhau.

Điều này cho thấy rằng giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, trình độ và thu nhập không ảnh hưởng đến tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của những khách hàng khác nhau.

4. Kết luận

Nghiên cứu này tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng cá nhân ở Quảng Ngãi. Kết quả cho thấy nhân tố mục đích mở tài khoản ngân hàng và dễ dàng sử dụng các sản phẩm ngân hàng ảnh hưởng đáng kể đến tần số sử dụng dịch vụ ngân hàng. Nghiên cứu cũng phát hiện ra rằng khách hàng đến ngân hàng rất thường xuyên để gửi tiền tiết kiệm. Bên cạnh đó, hầu hết người trả lời đều quan tâm về việc sử dụng một số sản phẩm ngân hàng cụ thể là khoản vay giáo dục và các khoản vay thế chấp thông qua ngân hàng. Hơn nữa, nghiên cứu cho thấy rằng tất cả người trả lời đều sử dụng tài khoản ngân hàng của họ rất thường xuyên để tiết kiệm tiền và rút tiền. Do đó, để khách hàng cảm nhận được sự thuận tiện, dễ dàng ngân hàng cần đảm bảo thủ tục giấy tờ đơn giản, quy trình giao dịch nhanh chóng và có hướng dẫn chi tiết trong suốt quá trình thực hiện giao dịch. Đồng thời, các ngân hàng cần thực hiện tư vấn tín dụng và có các chương trình quảng bá để tạo nhận thức của khách hàng về cho vay và sử dụng dịch vụ ngân hàng một cách hiệu quả.

Những phát hiện của các nghiên cứu trong tương lai có thể làm nổi bật tầm quan trọng tương đối của các yếu tố quyết định đến việc tiếp cận tài chính qua dịch vụ ngân hàng ở khu vực khác. Các ngân hàng có thể sử dụng kết quả của các nghiên cứu như vậy để đưa ra các chiến lược để tăng tiếp cận tài chính ở các tỉnh khác nhau.

Tài liệu tham khảo

- [1] Allen. F., Demircug-Kunt, A., Klapper, L., & Peria Martinez, S.M. (2012). *The foundations of financial inclusion understanding ownership and use of formal Accounts*, Policy Research Working Paper 6290, World Bank, Washington, DC.
- [2] Arora, S., & Meenu. (2012), *The banking sector intervention in the microfinance world: a study of bankers' perception and outreach to rural microfinance in India with special reference to the state of Punjab*, Development in Practice, 22(7), 991-1005
- [3] Arora, R. (2010), *Measuring financial access*. Griffith University, discussion paper economics 7, ISSN1837-7750.
- [4] Demircug-Kunt, Asli; Klapper, Leora. (2012), *Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database*. Policy Research Working Paper; No. 6025. World Bank, Washington, DC. © World Bank.
- [5] Efobi, U., Beecroft, I., & Osabuohien, E. (2014), *Access to and use of bank services in Nigeria: Micro-econometric evidence*, Review of development finance, 4, 104-114.
- [6] Fred D. Davis (1989), *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, Management Information Systems Research Center, University of Minnesota, Vol. 13, No. 3 (Sep., 1989), pp. 319-340
- [7] Han, Rui; Melecky, Martin. (2013), *Financial inclusion for financial stability: access to bank deposits and the growth of deposits in the Global Financial Crisis (English)*, Policy Research working paper; No. WPS 6577. Washington, DC: World Bank.
- [8] Hannig, A., and S. Jansen. (2010), *Financial Inclusion and Financial Stability: Current Policy Issues*, ADBI Working Paper 259. Tokyo: Asian Development Bank Institute. Available: <http://www.adbi.org/working-paper/2010/12/21/4272.financial.inclusion.stability.policy.issues/>.
- [9] Khan HR (2011), *Financial inclusion and financial stability: Are they two sides of the same coin?*, Conference organized by the Indian Bankers Association and Indian Overseas Bank, Chennai, 4 November 2011.
- [10] Mandira Sarma (2015), *Measuring financial inclusion*, Economics Bulletin, Volume 35, Issue 1, pages 604-611.
- [11] Prabhakar Nandru, Byram Anand & Satyanarayana Rentala (2015), *Factors influencing financial inclusion through banking services*, Journal of Contemporary Research in Management, Vol. 10; No. 4.
- [12] Rahman, Z. A. (2013), *Bank Negara Malaysia's approach to developing a financial inclusion index*.

- [13] Richardson, B. (2008), *Enhancing Customer Segmentation Processes and Optimising Adoption Techniques to Support Efforts to “Bank the Unbanked.”*, Presentation given during the *Mobile Banking & Financial Services Africa* conference in Johannesburg, South Africa.
- [14] Toporowski, J. (1987), “*Beyond banking: financial institutions and the poor*”, in Golding, P. (Ed.), *Excluding the Poor*, Child Poverty Action Group, London, pp. 55-69.
- [15] Vidya Suresh & Lakshmi Kalyanaraman (2018), *Financial Inclusion and Reach Out by Public Sector Banks in the Region of South India*, Volume 118 No. 20 2018, 819-829