

دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية (دراسة تحليلية في مصرف الائتمان العراقي ومصرف بغداد)

أ.م.د. رحيم شراد عامر الطائي

الجامعة المستنصرية/كلية الادارة والاقتصاد

dr_raheem_sh@uomustansiriyah.edu.iq

الباحث: ابراهيم قيس ابراهيم القيسي

الجامعة المستنصرية/كلية الادارة والاقتصاد

Ibrahim Qais Ibrahim Al-Qaisi

Al-Mustansiriya University / College of Administration and Economics

ibrahemkaesk@uomustansiriyah.edu.iq

الملخص:

أعدت هذه الدراسة لبيان دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة، فتتبع البحث دور العلاقة بين محور تنوع الخدمات المصرفية كمتغير مستقل، ومحور ربحية المصارف التجارية كمتغير تابع، وفي سبيل ذلك تم اختيار عينة مكونة من مصرفين تتمثل في (مصرف الائتمان العراقي ومصرف بغداد)، واتجه البحث الى اتباع المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي والمنهج التحليلي عن طريق دراسة الاطار النظري لتنوع الخدمات المصرفية، ومؤشرات الربحية في المصارف التجارية، وأهم نسب قياسها، وتحليل الاثار التي تركتها تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة البحث، بغية السعي الى تحقيق الأهداف التي وضعها ويحاول الوصول اليها من خلال اجراء هذا النوع من البحوث.

ولقد تجسدت مشكلة الدراسة بدور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة. كما توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات، ومن أهمها: ان كلما ارتفع مستوى تنوع المصارف في الخدمات التي تقدمها لربائنها ارتفع معه صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية، وكان ذلك واضحاً في المصارف عينة الدراسة. وكذلك ان مستويات التنوع المرتفعة في الخدمات المصرفية تتطلب قدرة مالية كبيرة، وذلك بسبب ارتفاع تكلفة انتاج الخدمات الجديدة بالإضافة لقدرتها بالحفاظ على اعمالها الحالية. وكذلك قدم البحث مجموعة من التوصيات، ومن أهمها: ضرورة قيام المصارف برفع مستوى تنوعها في الخدمات المصرفية، لما لذلك من دور مهم في ربحية المصارف التجارية، حيث ساهم التنوع بدخول المصارف في بعض مجالات الأعمال الجديدة وبالتالي زيادة قدرتها على المنافسة وتحسين الربحية.

الكلمات المفتاحية: (تنوع الخدمات المصرفية ، ربحية المصارف التجارية).

The role of diversification of banking services in the profitability of commercial banks

(An analytical study in the Iraqi Credit Bank and the Bank of Baghdad)

Rahim Shrad Amer Al-Taie

Al-Mustansiriya University / College of Administration and Economics

Ibrahim Qais Ibrahim Al-Qaisi

Al-Mustansiriya University / College of Administration and Economics

Abstract:

This study was prepared to demonstrate the role of diversification of banking services in the profitability of private Iraqi commercial banks (the Iraqi Credit Bank and the Bank of Baghdad), The research tended to follow the inductive approach, the descriptive approach, and the analytical approach by studying the theoretical framework for diversifying banking services, indicators of profitability in commercial banks, the most important ratios measured, and analyzing the effects left by the diversification of banking services on the profitability of Iraqi private commercial banks, the research sample, in order to seek to achieve the objectives which he developed and is trying to reach by conducting this type of research, and highlighting the importance of developing banking services in Iraqi private commercial banks. The problem of the study was embodied in the role of diversifying banking services in the profitability of Iraqi private commercial banks.

The research also reached a set of conclusions, the most important of which are: The higher the level of diversification of banks in the services they provide to their customers, the higher the net profit and the rest of the profitability indicators, and this was evident in the study sample banks. Also, the high levels of diversification in banking services require a large financial capacity, due to the high cost of producing new services, in addition to its ability to maintain its current business.

The research also presented a set of recommendations, the most important of which are: the need for banks to raise the level of their diversification in banking services, because of this important role in the profitability of commercial banks, as diversification contributed to the entry of banks into some areas of new business and thus increase their ability to compete and improve profitability.

Keywords: diversification of banking services, the profitability of commercial banks.

المقدمة

تعتبر العديد من المنظمات الحالية في العالم بأنها تتجه نحو توسيع وتحسين بيئة أعمالها، قد يكون أحد الأسباب هو تلبية احتياجات الزبائن المتعددة، لما لذلك دور في ربحيتها. لذلك يعتبر عالم الاعمال المصرفية قد عرف تحولاً علمياً من ابعاد واهداف استراتيجيات المصارف في العقود القليلة الاخيرة وكان ذلك كنتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الجديدة في المعلومات والاتصالات وعولمة الاسواق المالية والمصرفية وظهور أنواع جديدة من الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية ، ولعل هذا ما ادى بالمؤسسات المصرفية خاصة والمالية عامة بالاتجاه نحو تنويع الخدمات المصرفية التي تقدمها لزبائنهم. لهذا السبب قررت العديد

من المنظمات اتباع استراتيجية التنوع. ولطالما كانت زيادة الإنتاجية واستخدام عوامل الإنتاج بشكل فعال موضوعات مناقشة حاسمة وهامة للاقتصاديين، لذلك ينقسم الاقتصاديون بشكل عام إلى مجموعتين: واحدة تقترح التخصص، والأخرى تقترح التنوع. لذلك عملت المصارف في اطار سياسة تقريب الخدمة من الزبون الى تنوع الخدمات المصرفية المختلفة التي تقدم لزيائنها مثل التقنيات الالكترونية والتأقلم مع الاقتصاد الرقمي الذي يعمل في بيئة الالكترونية لذا اصبح من الواجب على هذه المصارف ان تسير جنباً الى جنب مع التقدم والتسارع التكنولوجي من اجل تطور ادائها واعمالها والمحافظة على قدرتها في الاسواق العالمية فيمكن للفرد القيام بالعديد من العمليات المصرفية وادارة حسابه بكل سهولة بفضل تطور وتنوع الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لزيائنها.

المبحث الأول: منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث

نظراً للبيئة التنافسية التي تعيشها المصارف في العراق وسعيها المستمر نحو تحسين الربحية المصرفية ومواكبة التطورات العالمية في هذا المجال، فأن ذلك يستدعي البحث والدراسة في واقع مواكبة المصارف التجارية الخاصة في العراق للتطورات المصرفية العالمية التي تترك أثراً ايجابية على الربحية المصرفية، ومن هذه التطورات تنوع الخدمات المصرفية. ومن خلال ما سبق فان الاشكالية التي يمكن من خلال الدراسة الاجابة عليها يمكن صياغتها في السؤال التالي: ما دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة ؟

ثانياً: أهمية البحث

يعتبر القطاع المصرفي شريان الحياة لاقتصاد اي دولة، لذلك تكمن أهمية هذا الموضوع في فهم دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة من الدراسات التي لها مدلول في الاقتصاد العراقي، وان التنوع في الخدمات المصرفية واستعراض انشطتها وفعاليتها المصرفية والمالية يساهم في اثناء المكتبة البحثية بالإضافة الى المساهمة في توفير البيانات والمعلومات التي تساعد المؤسسات المصرفية العراقية في تحقيق

مزايا تنافسية ومعدلات اداء مرضية في المحيط البيئي لهذه المصارف. كما وتبرز أهمية هذا البحث من خلال النقاط الآتية:

- ١- اعتبارها محاولة اكااديمية للتأطير الفكري والمفاهيمي نحو الجوانب المعرفية المتعلقة بدور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة.
- ٢- أنه يركز على أحد المواضيع المصرفية الحديثة وهو مفهوم (تنوع الخدمات المصرفية)، ودور هذا المفهوم في تعزيز الربحية.
- ٣- إمكانية الاستفادة من هذه الدراسة كدليل معرفي وتطبيقي سواء من خلال الاستعراض المفاهيمي وكذلك لما خرجت به من مقترحات وتوصيات لمدراء المصارف التجارية العراقية ولجميع الجهات المختصة في الرقابة على القطاع المصرفي وللمستثمرين في اسهم تلك المصارف.

ثالثاً: فرضية البحث

ينطلق البحث في سبيل تحقيق اهدافه من فرضية اساسية مفادها "لتنوع الخدمات المصرفية دور ايجابي في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة".

رابعاً: أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في الكشف عن دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة.

خامساً: منهج البحث

إن منهج البحث ينبني على الاشكالية المطروحة ومن أجل اختبار فرضية البحث من جوانبها المختلفة والحصول على النتائج وإعطاء التفسيرات لها، اتجه الباحث الى اتباع المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي والمنهج التحليلي عن طريق دراسة المتغير المستقل (تنوع الخدمات المصرفية) ودوره في المتغير التابع (ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة)، وتحليل الاثار التي تركتها تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة البحث.

سادساً: حدود البحث

١- **الحدود الزمانية:** حُددت المدة الزمنية للبحث بالمدة (٢٠١٦-٢٠٢١) من خلال تحليل البيانات المالية وذلك بالاعتماد على التقارير المالية السنوية للمصارف التجارية العراقية الخاصة.

٢- **الحدود المكانية:** اقتصر البحث على مصرفين هما (مصرف الائتمان العراقي ومصرف بغداد)، لإجراء دراسة الجانب الميداني للبحث، وذلك لتوافر البيانات المالية والتقارير المالية السنوية للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١) المنشورة من قبل المصارف عينة البحث.

سابعاً: الاساليب والمقاييس المالية

ركز البحث على استعمال مجموعة من المؤشرات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وتم التطرق إليها في الإطار النظري من اجل التوصل الى نتائجها في الإطار العملي لغرض بيان دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية، وأن مؤشرات التحليل المعتمدة لأغراض التطبيق سيتم عرضها بشكل موجز وكما يوضحها الجدول الآتي:

جدول (١) يوضح مؤشرات ونسب الربحية في المصارف التجارية

النسب	المؤشرات
(صافي الربح ÷ حقوق الملكية) × ١٠٠	العائد على حقوق الملكية ROE
(صافي الربح ÷ مجموع الودائع) × ١٠٠	العائد على الودائع ROD
(صافي الربح ÷ مجموع الموجودات) × ١٠٠	العائد على الموجودات ROA
{صافي الربح ÷ (حقوق الملكية + مجموع الودائع)} × ١٠٠	العائد على الأموال المتاحة للتوظيف ROF
{(النسبة التالية - النسبة الأساس) ÷ النسبة الأساس} × ١٠٠	معدل التغير في أي من المؤشرات اعلاه

المصدر: من إعداد الباحثان.

المبحث الثاني: الإطار النظري

المطلب الأول: تنوع الخدمات المصرفية

أولاً: تعريف الخدمات المصرفية

مجموعة مهارات شخصية ومستلزمات مادية وأعراف وقواعد قانونية يتم عرضها ونتاجها بشكل يتوافق مع توجهات الزبون لاتخاذ قرارات مصرفية رشيدة (البكري، ٨٢، ٢٠٢١). او هي تقديم العمليات المصرفية (كالقروض أو المدفوعات أو حسابات الودائع) كخدمة تستخدم البنية التحتية الآمنة والمنظمة لمصرف مرخص حالي مع منصات حديثة تعتمد على واجهة برمجة التطبيقات (١٢١: ٢٠٢٢، Ris).

ومن التعريفات السابقة يتبين للبحث أن الخدمات المصرفية هي مجموعة عمليات ومنافع وانشطة، والتي لا يمكن حصرها أو تحديدها، تتغير من مكان إلى آخر وكذلك من نشاط إلى آخر ولا يمكن الاحتفاظ بها، يقدمها المصرف للزبون سوء كانت بمرود مادي أو من دون مقابل أحياناً ، وتكون ذات علاقة تبادلية (تقدم منفعة للطرفين) بمرود مادي للمصرف وتحقيق أهدافه المستقبلية اما بالنسبة للزبون إشباع رغباته وحاجاته المالية.

ثانياً: أهمية الخدمات المصرفية

ازدادت أهمية الخدمات المصرفية في الآونة الأخيرة أكثر مما كانت عليه في السابق، وذلك لأسباب عديدة أهمها : (الزامل وآخرون، ٢٠١٢، ٦٣)

١- التطورات التكنولوجية التي حدثت بمنظمات الأعمال كالتسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية وزيادة استعمال التكنولوجيا، مما أدى لزيادة الحاجة الى الخدمات المصرفية الداعمة لهذه الأنشطة.

٢- تنامي حالة التنوع وتعقد احتياجات ودوافع وميول واتجاهات زبائن المصرف، فالزبون اصبح أكثر نباهة وحكمة وكذلك الخدمات المصرفية التي يحتاجها لم تعد بسيطة وسهلة.

٣- زيادة التكلفة المترتبة لإشباع احتياجات ورغبات الزبون المصرفية، وتحقيق ربحية مناسبة من هذا النشاط.

٤- ارتفاع نسبة العاملين بقطاع الخدمات المصرفية.

ثالثاً: تعريف التنوع

هو نمو المنظمة من خلال بدء أو الحصول على أعمال خارج المنتجات والأسواق الحالية للمنظمة (٦٦٩: ٢٠٢٠، Armstrong et al). او هو عملية توزيع الأصول بين عدة أنواع من الاستثمارات لتقليل المخاطر، وفي الواقع، يمكن أن يقلل التنوع من المخاطر المرتبطة

بوضع كل البيض في سلة واحدة - وهو خطأ شائع يرتكبه المستثمرون، ولتجنب هذا الخطأ، يقترح العديد من المخططين الماليين أن التفكير في البرنامج الاستثماري على أنه هرم يتكون من أربعة مستويات، يمكن أن يوفر هذا النهج في الاستثمار النمو المالي والحماية، بغض النظر عن عمر المستثمر أو حالته الاجتماعية أو دخله أو مستوى تطوره المالي (Kapoor et al, ٢٠١٨: ٣٤٤). او هو الدخول الى أسواق جديدة أو الاستحواذ على منظمات أخرى، ويعتبر التنوع استراتيجية خطيرة، في حالة لم تكن هذه المساعي الجديدة متوافقة مع مهمة المنظمة، وتاريخ الأعمال مليء بقصص المنظمات التي استكشفت فرصًا جديدة كانت خارج مهمتها وقيمها الأساسية. وقد تتبع المنظمة استراتيجية التنوع عندما تمتلك العديد من نقاط القوة الداخلية وتتعرض للعديد من التهديدات الخارجية (Ferrell et al, ٢٠٢٢: ١٠٣).

ومن خلال التعريفات السابقة يتبين للبحث ان التنوع: هو عملية توسعية في مستويات مختلفة لتحقيق غايات النمو، والتي تصب في آخر المطاف بتحسين الموقع التنافسي للمصارف من خلال زيادة وتعظيم حجم ونتائج اعمالها، من خلال اعتمادها على القدرات والإمكانات المتميزة التي تمكنها من انتهاز هذا التنوع، اضافة الى ذلك ان التنوع يساهم بتخفيض المخاطر وتوزيعها عبر عدد من فئات الأصول.

ومن الملاحظ بأن جميع التعاريف السابقة للتنوع تشترك بفكرة التوسع في نشاط المصارف وذلك من خلال:

١- كسب حصص سوقية جديدة.

٢- تقديم الخدمات أو المنتجات الجديدة إضافة الى ما هو قائم حالياً.

وبذلك يعتبر اعتماد التنوع بشكل أساسي في حالة العمل بالسوق غير المرن، بمعنى في تلك الظروف التي لا تتيح للمنظمة فرص جيدة لتنمية وتطوير الأرباح ضمن ظروف المنظمة الحالية، وذلك إما بسبب المنافسة والتي تشغل حصة قوية أو لأن هذه السوق بانخفاض وتراجع مستمر، لذلك يأتي التنوع كحل مناسب للدخول بمجالات وأنشطة جديدة.

المطلب الثاني: ربحية المصارف التجارية

أولاً: تعريف الربحية

يحتل مفهوم الربحية مكانة مهمة في مختلف الأعمال التجارية، فهي الهدف الأساسي التي تسعى اليه الشركات المالية، حيث ان من خلالها يتم قياس كفاءة العمل، وتعتبر الربحية سبب وجود المنظمات التي تعمل لأجل الربح، وبرز هذه المنظمات المصارف (Caliskan & ١٦٢ : ٢٠٢٠، Lecuna). لذلك تعرف بأنها المقياس الاساسي الذي يعكس النجاح الشامل للمصرف ، والتي تتكون من مجموعة من النسب المختلفة والتي تعبر عن قدرة المصرف على تحقيق الارباح، والتي يهتم فيها المساهمون والإدارة والمودعون والمستثمرون. (خلف، ٢٠٢١: ٥٦). او هي المؤشر لقياس مدى قدرة المصرف على تحقيق العائد المناسب على الاموال المستثمرة في انشطته، وهذا المؤشر يظهر النتائج الفعلية للمركز التنافسي للمساهمين والزبائن (حسون وخلف، ٢٠٢٢: ٣٠١).

بناءً على ما تقدم يمكن القول ان ربحية المصارف التجارية هي (قدرة المصرف على تحقيق الأرباح من خلال الاستثمار الامثل لموارد المصرف، بما يحقق عائداً يتناسب مع حجم موارد المصرف بمدة زمنية معينة، ويتم التعبير عن الربحية في نسب مئوية تمثل معدل العائد على الاستثمار بمورد معين من موارد المصرف).

ثانياً: مؤشرات قياس الربحية في المصارف التجارية

هناك العديد من مؤشرات قياس الربحية في المصارف التجارية، سنتطرق الى اربعة من اهم هذه المؤشرات والتي سوف تساعدنا بالوصول الى النتائج وتحليلها بالجانب العملي من هذه البحث :

١- معدل العائد على الموجودات (ROA)

يعتبر معدل العائد على الموجودات أكثر المؤشرات استخداماً لقياس الاداء المالي في المصارف، التي تظهر قدرة ادارة المصرف بتحقيق الارباح الصافية من حيث توظيف الموجودات في القروض والاستثمارات، والذي يعرف بأنه صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب الى مجموع الموجودات (Do et al, ٢٠٢٠: ٣٧٥). ويحسب هذا المؤشر من خلال قياس

صافي الربح بعد الضريبة على مجموع الموجودات، والذي يعبر عن قدرة المصرف على توليد الأرباح من خلال الاستثمار بالموجودات المتاحة للمصرف، ويحسب وفق المعادلة الآتية: (Cao, 2022: 10)

$$\text{معدل العائد على الموجودات} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{مجموع الموجودات}} \times 100$$

٢- معدل العائد على حقوق الملكية (ROE)

يعتبر مقياس العائد على حق الملكية مؤشراً مهماً لبيان قدرة الإدارة في المصرف على تحقيق عوائد مالية على استثمارات المساهمين، حيث يقيس مقدار العوائد التي يكسبها المساهمون من استثمار أموالهم بالمصرف، أي نسبة العائد المتحقق عن كل دينار مستثمر من أموال المساهمين (حملة الأسهم) في نشاطات المصرف، أي هو مقدار ما يكسبه المصرف من استثماراتهم في الأسهم، وبذلك يتم تعريف العائد على حقوق الملكية بأنه صافي الربح بعد الضرائب لكل دينار من رأس مال المصرف (Mishkin, 2019: 251). ويعتبر هذا المؤشر من أهم مؤشرات قياس كفاءة استخدام الأموال، إذ يقيس هذا المؤشر كفاءة الإدارة في استغلال أموال المالكين الاستغلال الأمثل وقدرة هذه الأموال على توليد الأرباح (سعيد وحسين، ٢٠٢٢: ٣٠٢). وتحسب من خلال المعادلة الآتية: (Cao, 2022: 10)

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{حقوق الملكية}} \times 100$$

٣- معدل العائد على الودائع

يعبر هذا المؤشر عن مدى قدرة المصرف على توليد الأرباح من حيث توظيف ودائع الزبائن بمختلف الأنشطة الاستثمارية، والذي يترتب عنه زيادة عوائد المصرف، ويتم حساب العائد على الودائع عن طريق قسمة الربح بعد الضريبة على مجموع الودائع (الجارية والتوفير

والثابتة) (رشم وآخرون، ٢٠٢٠: ٢٧). ويبين مدى قدرة المصرف في المنافسة للحصول على الاموال، وإن ارتفاع نسبه العائد على الموجودات يبين كفاءة المصرف بجمع الودائع و تحويلها الى استثمارات مربحة. ويتم حساب معدل العائد على الودائع من المعادلة الآتية: (سبتي، ٢٠٢٠: ٦٨)

$$\text{معدل العائد على الودائع} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{مجموع الودائع}} \times 100$$

٤- معدل العائد على الاموال المتاحة للتوظيف

يقيس هذا المعدل نسبة صافي الدخل المتولد إلى إجمالي الموارد المتاحة للتوظيف المتمثلة في الودائع وحقوق الملكية ، ويتم احتساب هذا المعدل من خلال قسمة صافي الربح بعد الضريبة على حقوق الملكية ومجموع الودائع ويظهر هذا المعدل نسبة صافي الربح المتحقق الى مجموع كل من حقوق الملكية والودائع ، كما موضح في الصيغة الرياضية الآتية : (مجيد، ٢٠٢٠: ٩٥)

$$\text{العائد على الاموال المتاحة للتوظيف} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{حقوق الملكية + مجموع الودائع}} \times 100$$

المبحث الثالث: الإطار العملي

المطلب الاول : لمحة عن المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة الدراسة

اولاً: مصرف الائتمان العراقي:- تأسس مصرف الائتمان العراقي في عام ١٩٩٨.٧.٢٥ على يد عائلات تجارية عراقية عريقة، وبلغ رأس المال عند التأسيس (٢٠٠) مليون دينار، وفي تاريخ ٢٠٠٤.٧.٨ تم إدراج أسهم المصرف في سوق العراق للأوراق المالية، حيث بلغ

رأس المال في تأريخ الإدراج (١٦٠٠) مليون دينار، أما رأس المال الحالي فقد بلغ (٢٥٠٠٠٠) مليون دينار، والقيمة الاسمية للسهم هي ١ دينار عراقي.

ثانياً: مصرف بغداد: - تأسس مصرف بغداد في عام ١٩٩٢.٢.١٨ كشركة مساهمة خاصة وأول مصرف عراقي خاص وبلغ رأس المال عند التأسيس (١٠٠) مليون دينار، وفي تأريخ ٢٠٠٤.٦.١٥ تم إدراج أسهم المصرف في سوق العراق للأوراق المالية وبلغ رأس المال عند الإدراج (٥٢٨٠) مليون دينار، أما رأس المال الحالي فقد بلغ (٢٥٠٠٠٠) مليون دينار، والقيمة الاسمية للسهم هي ١ دينار عراقي، وتتمثل رسالة المصرف في تقديم حلول فاعلة للخدمات المالية التي تسهم وتدعم النجاح والتقدم والنمو لجميع عملاء المصرف وبلاده وشركائه في أنحاء العالم كافة.

المطلب الثاني: واقع تنوع الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العراقية الخاصة
عينة الدراسة للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

أولاً: واقع تنوع الخدمات المصرفية في مصرف الائتمان العراقي

يقدم مصرف الائتمان العراقي خدمات محدودة وكما موضح في جدول (٢) فهو يعتبر متأخر ومتذبذب بتنوعه في الخدمات المصرفية التي يقدمها لزيائنه مقارنة مع مصرف بغداد، وكذلك أخذ المصرف يستخدم التقنيات الحديثة في إنجاز أعماله بشكل متأخر أيضاً مقارنة مع مصرف بغداد، وبما ان مصرف كان متذبذب بتنوعه للخدمات المصرفية التي يقدمها لزيائنه لذلك لا بد للباحثين بتوضيح هذا التذبذب وذلك من خلال التطرق لواقع التنوع في الخدمات المصرفية للمصرف وكما موضحة بالجدول (٢)، وابتداءً من خدمة قبول الودائع حيث قام المصرف بقبول جميع انواع الودائع على طول مدة الدراسة، وفيما يخص منح التسهيلات الائتمانية ونبدأ بالائتمان النقدي حيث لم يمنح المصرف القروض والحساب الجاري المدين على طول مدة الدراسة ولكنه بدأ التعامل في الأوراق التجارية المخصومة في عام ٢٠١٨، وفيما يخص الائتمان التعهدي فقد قدم المصرف هذه الخدمة وبنوعها الاعتمادات المستندية وخطابات الضمان ولكن بفترات متذبذبة وليس على طول مدة الدراسة، وفيما يخص الخدمات

الالكترونية بدأ المصرف بتقديمها في العام ٢٠١٨ سواء للأفراد او للشركات، وفيما يخص الاستثمارات فقد استثمر المصرف بشكل متذبذب وليس على طول مدة الدراسة، وفيما يخص الحوالات بدأ المصرف بتقديمها في عام ٢٠١٨ وبنوعها الداخلية والخارجية ولكن توقف في تقديمها في عام ٢٠١٩، ثم عاد الى تقديمها في عام ٢٠٢٠ و ٢٠٢١، وفيما يخص نافذة بيع وشراء العملات الاجنبية عن طريق البنك المركزي العراقي فقد بدأ المصرف بالتعامل بها في عام ٢٠١٧ واستمر بتقديمها في عام ٢٠١٨ ولكن بعد هذا العام الى نهاية مدة الدراسة كان التعامل بها متذبذب وليس على طول مدة الدراسة، وفيما يخص التأمين على الودائع فقد بدأ المصرف يساهم في الشركة العراقية لضمان الودائع في عام ٢٠٢٠، وفيما يخص السمسرة فقد بدأ المصرف بتقديم هذه الخدمة عن طريق التوسط في بيع وشراء الأسهم في عام ٢٠١٨ ولكن بعد هذا العام تذبذب في تقديمها، وفيما يخص خدمة توظيف الرواتب لم يقدمها المصرف نهائياً خلال مدة الدراسة.

ثانياً: واقع تنوع الخدمات المصرفية في مصرف بغداد

يعتبر التوسع الكبير في التكنولوجيا الحديثة والربط بين الفروع بنظام خاص يسمى (BANKS) وتقديم الخدمة الى الزبائن من خلال عمليات الفروع المتقابلة اتاح للمصرف تقديم خدمات مصرفية متنوعة وتتسم بالدقة ، وكما موضح في جدول (٢) إذ يتميز المصرف بتنوع الخدمات المصرفية التي يقدمها لزبائنه مقارنة مع المصرف الاخر عينة الدراسة، حيث قدم المصرف جميع الخدمات في الجدول وعلى طول مدة الدراسة باستثناء التأمين على الودائع من خلال الشركة العراقية لضمان الودائع بدأت مساهمة المصرف بها في العام ٢٠٢٠، وكذلك الائتمان النقدي فيما يخص القروض والحساب الجاري المدين كان تقديمها بشكل متذبذب خلال مدة الدراسة. وانتهج المصرف استراتيجية عمل تحوطية تكفل استدامة الاعمال وتحافظ على ديمومة النمو والاستقرار بأعلى معايير إدارة المخاطر خلال فترة الازمة بحيث مارس جميع عملياته المصرفية بكافة فروعها بما يخدم زبائنه، ورافق ذلك استمرار نهج المصرف بالتطوير والتحديث المستمر لدعم مسيرة النجاح والتميز لديه، حيث بالإضافة الى تنويعه بالخدمات المصرفية واصل استحداث خدمات ومنتجات جديدة وتطوير اخرى سعياً

منه نحو مزيد من الارتقاء بتجربة الزبائن ومحاكاة تطلعاتهم وطموحاتهم وذلك من خلال تبني وتطبيق مشاريع وبرامج عمل تهدف الى تبسيط إجراءاته وتطوير سير العمليات لديه.



الجدول (٢) يوضح التنوع في الخدمات المصرفية للمصارف عينة الدراسة

توطئ الرواتب	المسيرة	التأمين على الودائع (من خلال الشركة العراقية لضمان الودائع)	نافذة بيع وشراء العملات الأجنبية	الحوالات		الاستثمارات		الخدمات الإلكترونية		منح التسهيلات الائتمانية	الودائع قبول				الخدمات المصرفية	المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة	ت	
				الخارجية	الداخلية	الخارجية	الداخلية	للشركات	للأفراد		الجارية	الثابتة	التوفير	الإقتمان				مصرف بغداد
•	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	•	○	•	○	•	○	١	
•	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	•	○	•	○	•	○	٢	

المصدر من اعداد الباحثان استناداً الى :- التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

● رمز يعبر عنه على ان المصرف قدم الخدمة طوال المدة الزمنية للسنوات عينة الدراسة (٢٠١٦-٢٠٢١).

○ رمز يعبر عنه على ان المصرف قدم الخدمة ولكن ليس من بداية المدة الزمنية للسنوات عينة الدراسة (٢٠١٦-٢٠٢١).

المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة لدور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة الدراسة للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

أولاً: مصرف الائتمان العراقي :-

١. **معدل العائد على حقوق الملكية (ROE):** - يتضح من خلال الجدول (٣) بأن مؤشر العائد على حقوق الملكية أخذ نسب مختلفة خلال مدة الدراسة، حيث أخذت نسبته تتذبذب بين الارتفاع والانخفاض خلال مدة الدراسة، حيث أخذت هذه النسبة في السنوات الثلاثة الأولى من الدراسة (٢٠١٦، ٢٠١٧، ٢٠١٨) بالارتفاع وبشكل متذبذب من عام الى آخر لأن تنوع المصرف بخدماته كان اشبه بالطبيعي مقارنة مع المصرف الاخر عينة الدراسة، وبعد هذه السنوات أي السنوات الثلاثة الأخيرة من الدراسة (٢٠١٩، ٢٠٢٠، ٢٠٢١) أخذت هذه النسبة بالانخفاض وينسب سالبه وذلك بسبب عدم مواكبة المصرف بالتنوع في الخدمات المصرفية التي يقدمها لزيائنه مقارنة مع المصارف عينة الدراسة، بمعنى آخر ان هناك ظروف وحالات توجب على المصارف اضافة او ابتكار خدمات جديدة.

٢. **معدل العائد على الودائع (ROD):** - يتضح من خلال الجدول (٣) بأن مؤشر العائد على الودائع أخذ نسب مختلفة خلال مدة الدراسة، حيث أخذت نسبته تتذبذب بين الارتفاع والانخفاض خلال مدة الدراسة، حيث أخذت هذه النسبة في السنوات الثلاثة الأولى من الدراسة (٢٠١٦، ٢٠١٧، ٢٠١٨) بالارتفاع وبشكل متذبذب من عام الى آخر لأن تنوع المصرف بخدماته كان اشبه بالطبيعي مقارنة مع المصرف الاخر عينة الدراسة، وبعد هذه السنوات أي السنوات الثلاثة الأخيرة من الدراسة (٢٠١٩، ٢٠٢٠، ٢٠٢١) أخذت هذه النسبة بالانخفاض وينسب سالبه وذلك بسبب عدم مواكبة المصرف بالتنوع في الخدمات المصرفية التي يقدمها لزيائنه مقارنة مع المصارف عينة الدراسة.

٣. **معدل العائد على الموجودات (ROA):** - يتضح من خلال الجدول (٣) بأن مؤشر العائد على الموجودات أخذ نسب مختلفة خلال مدة الدراسة، حيث أخذت نسبته تتذبذب بين الارتفاع والانخفاض خلال مدة الدراسة، حيث أخذت هذه النسبة في السنوات الثلاثة

الأولى من الدراسة (٢٠١٦، ٢٠١٧، ٢٠١٨) بالارتفاع وبشكل متذبذب من عام الى آخر لأن تنوع المصرف بخدماته كان اشبه بالطبيعي مقارنة مع المصارف عينة الدراسة، وبعد هذه السنوات أي السنوات الثلاثة الأخيرة من الدراسة (٢٠١٩، ٢٠٢٠، ٢٠٢١) اخذت هذه النسبة بالانخفاض وينسب سالبه وذلك بسبب عدم مواكبة المصرف بالتنوع في الخدمات المصرفية التي يقدمها لزيائنه مقارنة مع المصارف عينة الدراسة، بمعنى آخر ان هناك ظروف وحالات توجب على المصارف اضافة او ابتكار خدمات جديدة، ومثال على ذلك جائحة كورونا التي برزت اثارها في عامين (٢٠٢٠، ٢٠٢١)، حيث ان اغلب المصارف ذات الادارة الجيدة استمرت بمواكبة التطورات من اجل امتصاص او التقليل من اثار هذه الجائحة وذلك عن طريق تقديم خدمات الكترونية جديدة من اجل استمرار تواصلها مع الزبون وبذلك استمرار عملها، وهي بذلك قد حافظت على تنوعها بالخدمات المصرفية التي تقدمها لزيائنها، وان احد اسباب الخسارة وانخفاض معدل العائد على الموجودات في مصرف الائتمان في السنوات الثلاثة الاخيرة من الدراسة هو عدم مواكبة المصرف للخدمات التي ظهرت وخصوصاً الالكترونية منها وبذلك فهو لم يحافظ على تنوعه بإضافة خدمات جديدة ظهرت في البيئة المصرفية، وهذه هي احد اسباب انخفاض معدل العائد على الموجودات في السنوات الثلاثة الاخيرة من هذه الدراسة.

٤. **معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف (ROF):** - لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن المؤشرات اعلاه والجدول (٣) والشكل (١) يوضح ذلك والتي استندت على بيانات التقارير المالية للمصرف.

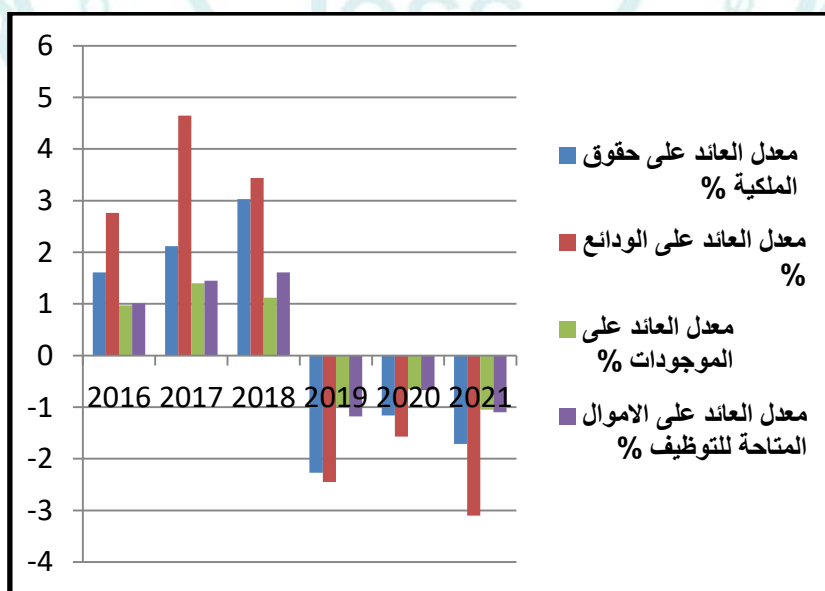
جدول (٣) مؤشرات قياس الربحية في مصرف الائتمان العراقي للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

معدل التغير في العائد على الاموال المتاحة للتوظيف %	معدل العائد على الاموال المتاحة للتوظيف %	معدل التغير في معدل العائد على الموجودات %	معدل العائد على الموجودات %	معدل التغير في معدل العائد على الودائع %	معدل العائد على الودائع %	معدل التغير في معدل العائد على حقوق الملكية %	معدل العائد على حقوق الملكية %	المؤشرات	السنوات
	١.٠١		٠.٩٧		٢.٧٦		١.٦١		٢٠١٦
٤٣.٥٦	١.٤٥	٤٤.٣٢	١.٤٠	٦٨.٤٧	٤.٦٥	٣١.٦٧	٢.١٢		٢٠١٧
١١.٠٣	١.٦١	٢٠-	١.١٢	٢٦.٠٢-	٣.٤٤	٤٢.٩٢	٣.٠٣		٢٠١٨
١٧٣.٢٩-	١.١٨-	١٨٧.٥-	٠.٩٨-	١٧٤.١٢-	٢.٤٥-	١٧٤.٩١-	٢.٢٧-		٢٠١٩
٤٣.٢٢-	٠.٦٧-	٣٣.٦٧-	٠.٦٥-	٣٥.٩١-	١.٥٧-	٤٨.٨٩-	١.١٦-		٢٠٢٠
٦٤.١٧	١.١٠-	٦١.٨٣	١.٠٥-	٩٧.٤٥	٣.١٠-	٤٧.٤١	١.٧١-		٢٠٢١

المصدر من اعداد الباحثان استناداً الى :- التقارير السنوية للمصرف للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

(٢٠٢١)

والشكل (١) يوضح اتجاهات مسار مؤشرات قياس الربحية (معدل العائد على حقوق الملكية % ، معدل العائد على الودائع % ، معدل العائد على الموجودات % ، معدل العائد على الاموال المتاحة للتوظيف %) في مصرف الائتمان العراقي للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١).



الشكل (١) يوضح اتجاهات مسار مؤشرات قياس الربحية في مصرف الائتمان العراقي للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على البيانات المالية في الجدول اعلاه لمصرف الائتمان العراقي للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١).

ثانياً: مصرف بغداد :-

١. معدل العائد على حقوق الملكية (ROE):- يتضح من خلال الجدول (٤) بأن مؤشر العائد على حقوق الملكية أخذ نسب مختلفة خلال مدة الدراسة، حيث اخذت نسبته تتذبذب بين الارتفاع والانخفاض في بداية مدة الدراسة، وبعدها اخذت هذه النسبة بالارتفاع من عام الى اخر، إذ بلغت نسبته (٧.١٥%) في نهاية عام ٢٠١٦ ، وبعد هذه السنة أخذت هذه النسبة تتخفف إلى أن بلغت في نهاية عام ٢٠١٧ بنسبة (٢.٢١%) وبمعدل انخفاض (-) ٦٩.٠٩% عن العام الذي سبقه وبذلك تعتبر هذه النسبة اعلى معدل انخفاض بين عامين خلال مدة الدراسة بالنسبة لهذا المؤشر، وذلك بسبب انخفاض صافي الربح في نهاية عام ٢٠١٧ ليصل الى (٦١٢٢) مليون دينار وكما موضح بالتقرير السنوي للمصرف وذلك نتيجة تراجع الإيرادات بسبب انخفاض صافي ربح العملات الاجنبية، واستمرت هذه النسبة بالتراجع والانخفاض لتصل ادنى مستوى لها خلال مدة الدراسة حيث بلغت في نهاية عام ٢٠١٨ الى (١.٥٥%) وبمعدل انخفاض (-) ٢٩.٨% عن العام الذي سبقه، وذلك بسبب انخفاض صافي الربح في عام ٢٠١٨ ليصل الى (٤١٥٢) مليون دينار وذلك نتيجة تراجع الإيرادات بسبب انخفاض صافي ربح العملات، وبعدها ارتفعت هذه النسبة لتصل في نهاية عام ٢٠١٩ إلى (٢.٦٦%) وبمعدل ارتفاع (٧١.٦١%) عن العام الذي سبقه بسبب ارتفاع صافي الربح في نهاية عام ٢٠١٩ ليصل الى (٧٢٩٨) مليون دينار ، وإن سبب ارتفاع صافي الربح هو بسبب التوسع بتنوع الخدمات المصرفية وبالتالي ارتفاع إيرادات العملات، واستمرت هذه النسبة بالارتفاع لتصل في نهاية عام ٢٠٢٠ الى (٧.٢٥%) وبمعدل ارتفاع (١٧٢.٥٥%) عن العام الذي سبقه وبذلك تعتبر هذه النسبة اعلى معدل

تغير في معدل العائد على حقوق الملكية خلال مدة الدراسة بسبب زيادة صافي الربح في نهاية عام ٢٠٢٠ ليصل الى (٢٠٢٠٠) مليون دينار، وإن سبب زيادة صافي الربح هو بسبب تنوع الخدمات المصرفية من خلال التوسع الكبير في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية بسبب جائحة كورونا كاستثمار في التطبيقات الالكترونية الجديدة التي أدت إلى زيادة إيرادات العمولات التي تشمل (عمولات نظام RTGS ، وعمولات خدمة ATM ، وعمولات البطاقة الذكية وغيرها من العمولات التي تحققت نتيجة تنوع المصرف بخدماته التي يقدمها لزيائنه) وزيادة صافي ارباح العملات الاجنبية، وهذه الإيرادات أدت إلى زيادة صافي الربح لأنها تعتبر من فقرات صافي الربح، واستمرت هذه النسبة بالارتفاع لتصل اعلى مستوى لها خلال مدة الدراسة في نهاية عام ٢٠٢١ الى (٩.٦٩%) وبمعدل ارتفاع (٣٣.٦٥%) عن العام الذي سبقه ، ويعود ذلك الارتفاع إلى تحقيق المصرف أرباح إضافية حيث بلغ صافي الربح في نهاية عام ٢٠٢١ (٢٩٩٨٠) مليون دينار وهو اعلى صافي ربح خلال مدة الدراسة، نتيجة زيادة إيرادات الخدمات المتنوعة التي يقدمها المصرف ، حيث استمر المصرف بتنويعه بالخدمات المصرفية واستحدثه للخدمات التكنولوجية التي ساعدت بالمحافظة على زبائن المصرف وارتفاع معدل العائد على حقوق الملكية عن العام الذي سبقه.

٢. **معدل العائد على الودائع (ROD):** - لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن مؤشر العائد على حقوق الملكية والجدول (٤) والشكل (٢) يوضح ذلك والتي استندت على بيانات التقارير المالية للمصرف.

٣. **معدل العائد على الموجودات (ROA):** - لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن مؤشر العائد على حقوق الملكية والجدول (٤) والشكل (٢) يوضح ذلك والتي استندت على بيانات التقارير المالية للمصرف.

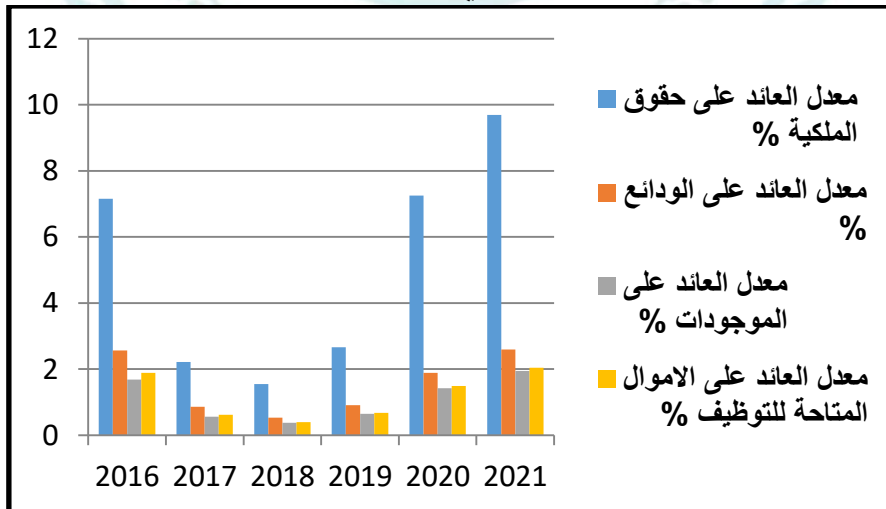
٤. معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف (ROF): - لم يختلف سلوك هذا المؤشر

السنوات	المؤشرات	معدل العائد على حقوق الملكية %	معدل التغير في معدل العائد على حقوق الملكية %	معدل العائد على الودائع %	معدل التغير في معدل العائد على الودائع %	معدل العائد على الموجودات %	معدل التغير في معدل العائد على الموجودات %	معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف %	معدل التغير في العائد على الأموال المتاحة للتوظيف %
٢٠١٦		٧.١٥		٢.٥٦		١.٦٨		١.٨٨	
٢٠١٧		٢.٢١	٦٩.٠٩-	٠.٨٦	٦٦.٤٠-	٠.٥٦		٠.٦٢	٦٧.٠٢-
٢٠١٨		١.٥٥	٢٩.٨٦-	٠.٥٣	٣٨.٣٧-	٠.٣٧		٠.٣٩	٣٧.٠٩-
٢٠١٩		٢.٦٦	٧١.٦١	٠.٩١	٧١.٦٩	٠.٦٤		٠.٦٧	٧١.٧٩
٢٠٢٠		٧.٢٥	١٧٢.٥٥	١.٨٨	١٠٦.٥٩	١.٤٢		١.٤٩	١٢٢.٣٨
٢٠٢١		٩.٦٩	٣٣.٦٥	٢.٥٩	٣٧.٧٦	١.٩٤		٢.٠٤	٣٦.٩١

عن مؤشر العائد على حقوق الملكية والجدول (٤) والشكل (٢) يوضح ذلك والتي استندت على بيانات التقارير المالية للمصرف.

جدول (٤) مؤشرات قياس الربحية في مصرف بغداد للمدة (٢٠١٦ - ٢٠٢١)

المصدر من اعداد الباحثان استناداً الى :- التقارير السنوية للمصرف للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١).
والشكل (٢) يوضح اتجاهات مسار مؤشرات قياس الربحية (معدل العائد على حقوق الملكية % ، معدل العائد على الودائع % ، معدل العائد على الموجودات % ، معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف %) في مصرف بغداد للمدة (٢٠١٦ - ٢٠٢١) .



الشكل (٢) يوضح اتجاهات مسار مؤشرات قياس الربحية في مصرف بغداد للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١)

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على البيانات المالية للجدول اعلاه لمصرف بغداد للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١).

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

١- ان اهم ما توصلت اليه الدراسة، ان كلما ارتفع مستوى تنويع المصارف في الخدمات التي تقدمها لزيائنها ارتفع معه صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية، وكان ذلك واضحاً في المصارف عينة الدراسة. ولتوضيح ذلك اكثر حيث تبين من الدراسة:

أ- المصارف ذات مستويات التنويع المنخفضة: كان صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية لديها منخفضة ايضاً. وكان ذلك واضحاً في نتائج مصرف الائتمان العراقي، وكان ذلك واضح في واقع تنويع الخدمات المصرفية بالمصرف ودوره في صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية.

ب- المصارف ذات مستويات التنويع المرتفعة: كان صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية لديها مرتفعة ايضاً. وكان ذلك واضحاً في نتائج مصرف بغداد، وكان ذلك واضح في واقع تنويع الخدمات المصرفية بالمصرف ودوره في صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية.

٢- ان التنويع في الخدمات المصرفية له دور مهم في ربحية المصارف التجارية، حيث ساهم التنويع بدخول المصارف في بعض مجالات الأعمال وبالتالي زيادة قدرتها على المنافسة وتحسين والربحية.

٣- ان كلما ارتفع مستوى تنويع المصارف بالخدمات التي تقدمها لزيائنها من عام الى اخر صاحبه ارتفاع بصافي الربح وباقي مؤشرات الربحية من عام الى اخر ايضاً، وكان ذلك بسبب ارتفاع صافي ايرادات الفوائد والعمولات بسبب ارتفاع مستوى تنويع المصارف بالخدمات التي تقدمها.

٤- ان مستويات التنويع المرتفعة في الخدمات المصرفية تتطلب قدرة مالية كبيرة، وكما تبين من الدراسة ان اتخاذ قرار بشأن مستويات عالية من التنويع في الخدمات المصرفية قد تتطلب قدرة مالية كبيرة ، وذلك بسبب ارتفاع تكلفة انتاج الخدمات الجديدة بالإضافة لقدرتها بالحفاظ على اعمالها الحالية.

٥- اتضح ان المصارف المهتمة بتنويع الخدمات المصرفية يجعلها تتمتع بميزة نسبية على المصارف غير المهتمة بتنويع الخدمات المصرفية .

٦- اتضح ان المصارف ذات مستوى التنويع المرتفع تتعرض الى مخاطر اعلى من التي تتعرض له ذات مستوى التنويع المنخفض، بسبب الظروف الاقتصادية.

٧- اتضح ان فائدة التنويع في الخدمات المصرفية تفوق تكلفته، وذلك بسبب الايرادات المتوقع تحقيقها من قبل المصارف جراء هذا التنويع.

٨- استناداً الى النتائج التي تم التوصل اليها من خلال التحليل المالي لصافي الربح وباقي مؤشرات الربحية، فقد تم اثبات صحة ما جاءت به فرضية البحث، ان لتنويع الخدمات المصرفية دور ايجابي في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة.

ثانياً: التوصيات

١- ضرورة قيام المصارف بتنويعها في الخدمات المصرفية، لما لذلك من دور مهم في ربحية المصارف التجارية، حيث ساهم التنويع بدخول المصارف في بعض مجالات الأعمال وبالتالي زيادة قدرتها على المنافسة وتحسين والربحية.

٢- وضع خطط مستقبلية للقيام برفع مستوى تنويع الخدمات المصرفية، لأن التنويع يعتبر خيار استراتيجي من قبل المصارف، ويحتاج الى ادارة متخصصة بهذا الشأن، لأن ليس من المعقول ان يقوم مصرف برفع مستوى تنويعه، من تنويع منخفض جداً الى مستوى تنويع مرتفع جداً، لأن اغلب الخدمات وخصوصاً الالكترونية منها تحتاج الى دورات تدريبية للموظفين واستحصال موافقات من قبل البنك المركزي.

٣- ضرورة دراسة تكلفة الدخول في انتاج الخدمات الجديدة، حيث لا بد على المصارف من اجراء تحليل شامل للقدرة المالية الحالية اضافة للتوقعات المستقبلية والمدى من امكانية تحقيق هذه التطلعات والمدى لقدرة المصرف في تحقيق هذه الطموحات، لأن مستويات التنويع العالية في الخدمات المصرفية تتطلب قدرة مالية كبيرة.

٤- ضرورة قيام المصارف عينة الدراسة بعمل ندوات توعوية لأفراد المجتمع كافة لنشر الوعي المصرفي وتعريفهم بالخدمات المصرفية المتنوعة التي تقدمها وخصوصاً الالكترونية، وتوضيح أهميتها ومزاياها وذلك بالتعاون مع مختصين في هذا المجال من أجل جذب الزبائن وهذا ما سوف ينعكس بالإيجاب على ربحية المصرف.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع والمصادر العربية

أ. الكتب العربية

١. البكري ، ثامر ياسر، (٢٠٢١)، "تسويق الخدمات المصرفية"، الطبعة الاولى ، دار المنهج للنشر والتوزيع ، بغداد.
٢. الزامل، أحمد محمود وآخرون، "تسويق الخدمات المصرفية"، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ٦٣.
٣. سعيد، بلال نوري، وحسين، عقيل مشعان، (٢٠٢٢)، "تقييم المحددات الداخلية للربحية وتأثيرها في الشركات المساهمة - دراسة تطبيقية لعينة من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية"، مجلة الريادة للمال والأعمال - المجلد ٣ ، العدد ٢ .

ب. المجالات والدوريات

١. حسون، هالة عيدان حسون، وخلف، وحيدة جبر، (٢٠٢٢)، "تحليل وقياس العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية : دراسة تطبيقية على مصرف بغداد ومصرف الشرق الاوسط"، مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد ٣ ، العدد ١ .

٢. رشم، محمد حسن، ودغيم، علاء داشي، وجواد، حيدر ثجيل، (٢٠٢٠)، "قياس رأس المال التحوطي وفق متطلبات لجنة بازل ٣ وتأثيره على ربحية المصارف التجارية: دراسة تطبيقية في مصرف الائتمان العراقي"، مجلة دراسات في الاقتصاد وادارة الاعمال، المجلد ٣، العدد ٥٠.

ت. الاطاريح والرسائل الجامعية

١. خلف، هالة عيدان حسون، (٢٠٢١)، "تأثير أبعاد جودة الخدمة والمؤشرات المالية في ربحية المصارف: دراسة مقارنة لعينة من المصارف التجارية والإسلامية العراقية"، رسالة ماجستير، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية، بغداد.

٢. سبتي، علا سمير، (٢٠٢٠)، "تأثير بعض نظم الدفع الإلكتروني في ربحية المصارف: بحث تطبيقي في عينة من المصارف التجارية العراقية"، مقدم الى مجلس المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية بجامعة بغداد، وهو جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي المعادل للماجستير في المصارف.

٣. مجيد، حيدر كامل، (٢٠٢٠)، "تأثير وسائل الدفع الالكترونية في ربحية عينة من المصارف التجارية العراقية الخاصة للمدة (٢٠١٠ - ٢٠١٨)" ، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد ، كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية، بغداد.

ج. التقارير

١. مصرف الاهلي العراقي، التقارير السنوية للمصرف للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١).
٢. مصرف الائتمان العراقي، التقارير السنوية للمصرف للمدة (٢٠١٦-٢٠٢١).

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية

A. Book

١. RIS, SC Krunoslav. (٢٠٢٢), "**5G and Next-gen Consumer Banking Services**". First edition, CRC Press.
٢. Armstrong, Gary., Kotler, Philip & Opresnik, Marc, (٢٠٢٠), "**Marketing:An Introduction**", Fourteenth Edition, by Pearson Education Limited.
٣. Pride, W. M., Hughes, R. J., & Kapoor, J. R. (٢٠١٨). "**Foundations of business**". ٦ ed. Cengage Learning.
٤. Ferrell, O. C., Hartline, M., & Hochstein, B. W. (٢٠٢٢). "**Marketing strategy**". Cengage Learning.
٥. Cao, Jin , ٢٠٢٢, "**THE ECONOMICS OF BANKING**", First Edition, Routledge.
٦. Mishkin, Frederic S., (٢٠١٩), "The Economics of Money, Banking, and Financial Markets", Twelfth Edition, published by Pearson Education.

B. Journals & Periodicals

١. Do, H., Ngo, T., & Phung, Q. (٢٠٢٠). "**The effect of non-performing loans on profitability of commercial banks: Case of Vietnam**", National Economics University, Vietnam, Accounting, ٦(٣), pp. ٣٧٣-٣٨٦.