

**دور تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية**  
**دراسة تحليلية في مصرف سومر التجاري ومصرف الأهلي العراقي**  
**The role of diversification of banking services in the**  
**profitability of commercial banks**  
**(An analytical study in the Sumer Commercial**  
**Bank and Al-Ahly Bank of Iraq)**

ابراهيم قيس ابراهيم القيسي

Ibrahim Qais Ibrahim Al-Qaisi

ibrahemkaesk@uomustansiriyah.edu.iq dr\_raheem\_sh@uomustansiriyah.edu.iq

أ.م.د. رحيم شراد عامر الطائي

Rahim Sharad Amer Al-Taie

الكلمات المفتاحية: تنويع الخدمات المصرفية، ربحية المصارف التجارية.

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

**المستخلص**

يهدف هذا البحث لبيان دور تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة، فتنبع البحث دور العلاقة بين محور تنويع الخدمات المصرفية كمتغير مستقل، ومحور ربحية المصارف التجارية كمتغير تابع، وفي سبيل ذلك تم اختيار عينة مكونة من مصرفين تتمثل في (مصرف سومر التجاري ومصرف الأهلي العراقي)، واتجه البحث الى اتباع المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي والمنهج التحليلي عن طريق دراسة الاطار النظري لتنويع الخدمات المصرفية، ومؤشرات الربحية في المصارف التجارية، وأهم نسب قياسها، وتحليل الاثار التي تركتها تنويع 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 تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة. كما توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات، ومن أهمها: 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. وكذلك ان مستويات التنويع 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 تنويعها في الخدمات المصرفية، لما لذلك من دور مهم في ربحية المصارف التجارية.

**Abstract**

This study was prepared to demonstrate the role of diversification of banking services in the profitability of private Iraqi commercial banks (Sumer Commercial Bank and Al-Ahly Bank of Iraq), 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

#### المقدمة

تعد 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 يعد عالم الاعمال المصرفية قد عرف تحولاً علمياً من ابعاد واهداف استراتيجيات المصارف في العقود القليلة الاخيرة وكان ذلك كنتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الحديثة في المعلومات والاتصالات وعولمة الاسواق المالية والمصرفية وظهور أنواعاً جديدة من الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية، ولعل هذا ما ادى بالمؤسسات المصرفية خاصة والمالية عامة بالاتجاه نحو تنويع الخدمات المصرفية التي تقدمها لزبائنها. لهذا السبب قررت العديد من المنظمات اتباع استراتيجية التنويع. 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 التنويع.

لذلك عملت المصارف في اطار سياسة تقريب الخدمة من الزبون الى تنويع الخدمات المصرفية المختلفة التي تقدم لزبائنها مثل التقنيات الالكترونية والتأقلم مع الاقتصاد الرقمي الذي يعمل في بيئة الكترونية 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 وتنويع الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لزبائنها.

#### 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 ، فإن 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 تنويع الخدمات المصرفية.

ومن خلال ما سبق فان الاشكالية الرئيسية التي يمكن من خلال الدراسة الاجابة عليها يمكن صياغتها في السؤال التالي : ما دور تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة ؟ والذي تنبثق عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

1. هل هناك زيادة في الربحية تطراً عند قيام المصارف عينة البحث في عمليات التنويع في خدماتها؟
  2. هل هناك تنويع للخدمات المصرفية تتبعه المصارف عينة البحث؟
- ثانياً: أهمية البحث:** يعتبر القطاع المصرفي شريان الحياة لاقتصاد اي دولة، لذلك تكمن أهمية هذا الموضوع في فهم دور تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة من الدراسات التي لها مدلول في الاقتصاد العراقي، وان التنويع 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:
- 1- اعتبارها محاولة اكااديمية للتأطير الفكري والمفاهيمي نحو الجوانب المعرفية المتعلقة بدور تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة.
  - 2- أنه يركز على أحد المواضيع المصرفية الحديثة وهو مفهوم (تنويع الخدمات المصرفية)، ودور هذا المفهوم في تعزيز الربحية.

3- إمكانية الاستفادة من هذه الدراسة كدليل معرفي وتطبيقي سواء من خلال الاستعراض المفاهيمي وكذلك لما خرجت به من مقترحات وتوصيات لمدرء 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 " **لتنويع الخدمات المصرفية دور ايجابي في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة** " .

**رابعاً: أهداف البحث:** يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في الكشف عن دور تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة.

**خامساً: منهج البحث:** إن منهج البحث يبنني 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 (تنويع الخدمات المصرفية) ودوره في المتغير التابع (ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة)، وتحليل الاثار التي تركتها تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة البحث.

**سادساً: حدود البحث:**

1- **الحدود الزمانية:** حُددت المدة الزمنية للبحث بالمدة (2016-2021) من خلال تحليل البيانات المالية وذلك بالاعتماد على التقارير المالية السنوية للمصارف التجارية العراقية الخاصة

2- **الحدود المكانية:** اقتصر البحث على مصرفين هما (مصرف سومر التجاري ومصرف الأهلي العراقي)، لإجراء دراسة الجانب الميداني من للبحث، وذلك لتوافر البيانات المالية والتقارير المالية السنوية للمدة (2016-2021) المنشورة من قبل المصارف عينة البحث.

3- **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 تنويع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية، وأن مؤشرات التحليل المعتمدة لأغراض التطبيق سيتم عرضها بشكل موجز وكما يوضحها الجدول الآتي:

جدول (1) يوضح مؤشرات ونسب الربحية في المصارف التجارية

المؤشرات	النسب
العائد على حقوق الملكية ROE	(صافي الربح ÷ حقوق الملكية) × 100
العائد على الودائع ROD	(صافي الربح ÷ مجموع الودائع) × 100
العائد على الموجودات ROA	(صافي الربح ÷ مجموع الموجودات) × 100
العائد على الأموال المتاحة للتوظيف ROF	{صافي الربح ÷ (حقوق الملكية + مجموع الودائع)} × 100
معدل التغير في أي من المؤشرات اعلاه	{النسبة التالية - النسبة الأساس} ÷ النسبة الأساس × 100

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، 2021، 82). 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 (Ris, 2022: 121). 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 سواء 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، 2012، 63)

- 1- التطورات التكنولوجية التي حدثت بمنظمات الأعمال كالتسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية وزيادة استعمال التكنولوجيا، مما أدى لزيادة الحاجة الى الخدمات المصرفية الداعمة لهذه الأنشطة.
- 2- تنامي حالة التنوع وتعقد احتياجات ودوافع وميول واتجاهات زبائن المصرف، فالزبون اصبح أكثر نباهة وحكمة وكذلك الخدمات المصرفية التي يحتاجها لم تعد بسيطة وسهلة.
- 3- زيادة التكلفة المترتبة لإشباع احتياجات ورغبات الزبون المصرفية، وتحقيق ربحية مناسبة من هذا النشاط.

4- ارتفاع نسبة العاملين بقطاع الخدمات المصرفية.

ثالثاً: تعريف التنوع: هو نمو المنظمة من خلال بدء أو الحصول على أعمال خارج المنتجات والأسواق الحالية للمنظمة (Armstrong et al, 2020: 669). 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 المخططيين 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, 2018: 344). 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 فرصاً 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, 2022: 103). 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 بخفض المخاطر وتوزيعها عبر عدد من فئات الأصول. ومن الملاحظ بأن جميع التعريف السابقة للتنوع تشترك بفكرة التوسع في نشاط المصارف وذلك من خلال:

1- كسب حصص سوقية جديدة.

2- 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

اولاً: 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 & Lecuna, 2020: 162). لذلك تعرف بأنها المقياس الأساسي الذي يعكس النجاح الشامل للمصرف، والتي تتكون من مجموعة من النسب المختلفة والتي تعبر عن قدرة المصرف على تحقيق الأرباح، والتي يهتم فيها المساهمون والإدارة والمودعون والمستثمرون. (خلف، 2021: 56). 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، 2022: 301). 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 بمدى 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 :

1- **معدل العائد على الموجودات (ROA):** يعتبر معدل العائد على الموجودات أكثر المؤشرات استخداماً لقياس الاداء المالي في المصارف، التي تظهر قدرة ادارة المصرف بتحقيق الأرباح الصافية من حيث توظيف الموجودات في القروض والاستثمارات، والذي يعرف بأنه صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب الى مجموع الموجودات (Do et al, 2020: 375). 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: 15)

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

2- **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 الاموال على توليد الأرباح (سعيد وحسين، 2022: 302). وتحسب من خلال المعادلة الآتية: (Cao,2022: 15)

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

3- **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، 2020: 27). ويبين مدى قدرة المصرف في المنافسة للحصول على الاموال، وإن ارتفاع نسبة العائد على الموجودات يبين كفاءة المصرف بجمع الودائع و تحويلها الى استثمارات مربحة. ويتم حساب معدل العائد على الودائع من المعادلة الآتية: (سبتي، 2020: 68)

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

4- **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، 2020: 95)

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

### المبحث الثالث: الإطار العملي

#### المطلب الاول: لمحة عن المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة الدراسة:

اولاً: **مصرف سومر التجاري:** تأسس مصرف سومر التجاري في عام 1999.8.7 كشركة مساهمة خاصة وبلغ رأس المال عند التأسيس (400) مليون ديناراً عراقي وفي تاريخ 2004.9.4 تم إدراج أسهم المصرف في سوق العراق للأوراق المالية وبلغ رأس المال عند الإدراج (6,000) مليون ديناراً، أما رأس المال الحالي فقد بلغ (250000) مليون ديناراً، والقيمة الاسمية للسهم هي 1 دينار عراقي، وتتمثل رسالة المصرف بـ "نحن مؤسسة عراقية توفر خدماتها المصرفية الشاملة بمهنية وجودة عالية من خلال توفير شراكة دائمة مع زبائننا في كافة القطاعات التجارية والتنموية، كما نسخر امكانياتنا التكنولوجية وامكانيات جهازنا الوظيفي المتميز لتحسين مستويات الخدمات المقدمة التي تلبي احتياجات وطموحات الزبائن، وبما يسهم في تنمية الاقتصاد الوطني العراقي ورفاه المجتمع".

ثانياً: **المصرف الأهلي العراقي:** تأسس المصرف الأهلي العراقي في عام 1995.1.2 كشركة مساهمة عامّة ضمن القطاع الخاص وبلغ رأس المال عند التأسيس 400,000,000 ديناراً، ليقدم مجموعة

متكاملة من الخدمات المصرفية للشركات والأفراد في العراق كمصرف استثماري باسم المصرف الأهلي للاستثمار والتمويل الزراعي، وفي تاريخ 2004.7.8 تم إدراج أسهم المصرف في سوق العراق للأوراق المالية وبلغ رأس المال عند الإدراج 1,143,000,000 ديناراً، أما رأس المال الحالي فقد بلغ 250,000,000,000 ديناراً، والقيمة الاسمية للسهم هي 1 ديناراً عراقي، وتتمثل رسالة المصرف في بناء علاقات راسخة مع عملاء المصرف وتعظيم العوائد للمساهمين، والمساهمة في تقديم المجتمع المحلي عن طريق تقديم حلول مصرفية ومالية شاملة من خلال قنوات خدمة عالية الجودة والكفاءة، وبيئة عمل متطورة تضم فريقاً متميزاً من العاملين.

**المطلب الثاني: واقع تنويع الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة الدراسة للمدة (2016-2021)**

**أولاً: واقع تنويع الخدمات المصرفية في مصرف سومر التجاري:** يقدم مصرف سومر التجاري خدمات مصرفية متنوعة، لكن ما ينقصه بأنه متأخر نوعاً ما في تقديم الخدمات الالكترونية لزيائنه، أي انه أخذ يستخدم التقنيات الحديثة في إنجاز أعماله بشكل متأخر مقارنةً مع المصرف الاخر عينة الدراسة، ولذلك لا بد للباحثين بتوضيح واقع تنويع الخدمات المصرفية للمصرف وكما يوضحها جدول (2)، حيث قدم المصرف الخدمات التي في الجدول على طول مدة الدراسة باستثناء خدمة توطین الرواتب لم يقدمها نهائياً خلال مدة الدراسة، والخدمات الالكترونية بدأ عمل المصرف بها في عام 2018 حيث اضاف بعض الخدمات الالكترونية كنظام RTGS، وكذلك اعتمد على نظام خاص به يسمى بنظام ORION الذي يخدم الزبائن من الأفراد والشركات، حيث ساعد هذا النظام على استثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الالكتروني وهو من الانظمة والبرامج التي ساعدت على توسيع قاعدة بيانات المصرف الالكترونية، وكذلك وسع المصرف من تنويعه بالخدمات من خلال اضافة المصرف في تعاملاته في عام 2018، التعامل بالعملات الاجنبية عن طريق نافذة بيع وشراء العملات الأجنبية من البنك المركزي العراقي واستمر بالتعامل بها الى نهاية مدة الدراسة، وهذا ما ادى الى ارتفاع ارباح بيع وشراء العملات الأجنبية من (1073) مليون ديناراً في نهاية عام 2018، الى (1283) مليون ديناراً في نهاية عام 2019، وبارتفاع مقداره (210) مليون ديناراً، اي بنسبة ارتفاع (19.57%) عن العام الذي سبقه. وفيما يخص التأمين على الودائع فقد ساهم المصرف في الشركة العراقية لضمان الودائع ولأول مره في عام 2021 والتي زادت من ثقة الودعين بالمصرف.

**ثانياً: واقع تنويع الخدمات المصرفية في المصرف الأهلي العراقي:** يقدم المصرف الأهلي العراقي خدمات مميزة ومتنوعة ليس للأفراد والشركات التجارية فحسب، وإنما يتعداه لتشمل الشركات التجارية الإقليمية والعالمية وذلك بالاعتماد على شبكة مراسلي المصرف الإقليمية والدولية، حيث يعد كابتال بنك، والذي يملك حوالي 62% من رأسمال المصرف، بوابة للمصرف الأهلي العراقي للانفتاح على اقتصاديات العالم من خلال تسهيل الحوالات الداخلية والخارجية، وتوفير سقف الاعتمادات، ودعم خدمات التمويل التجاري. حيث يمكن للمصرف الأهلي العراقي ومن خلال شركة كابتال للاستثمارات، الذراع الاستثماري لكابتال بنك، من التداول لصالح زبائنه في الأسواق الإقليمية، بالإضافة الى تقديمه خدمة التداول لصالح زبائنه في السوق العراقية للأوراق المالية وذلك من خلال شركة تابعة ومملوكة له بالكامل، شركة المال العراقي للوساطة ببيع وشراء الأوراق المالية محدودة المسؤولية. ويمارس المصرف أعماله من خلال نظام مصرفي أساسي متطور لدعم نموه وخدمة زبائنه، إذ يتميز المصرف بتنويع الخدمات المصرفية التي يقدمها لزبائنه وكما موضحة بالجدول (2)، حيث قدم المصرف الخدمات على طول مدة الدراسة باستثناء خدمة توطین الرواتب بدأ العمل بها في العام 2017، والتأمين على

الودائع (من خلال الشركة العراقية لضمان الودائع) بدأ مساهمة المصرف بها في العام 2019 حيث ظهرت نتائج هذه الخدمة الايجابية التي زادت من ثقة المودعين في السنوات اللاحقة بعد هذا العام. الجدول (2) يوضح التنوع في الخدمات المصرفية للمصارف عينة الدراسة

ت	المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة الدراسة	الخدمات المصرفية	قبول الودائع			مخ تسهيلات الائحة				الخدمات الائحية	الاشتراكات	الحوالات	تفحة	التحليل	المسرة	توظين
			توفير	التبنة	الجرية	تقوى	تقوى	الائحة	الائحة							
1	مصرف سومر التجاري		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2	المصرف الاطى العراقي		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

المصدر من اعداد الباحثان استنادا الي :- التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة للمدة (2016-2021)

\* رمز يعبر عنه على ان المصرف قدم الخدمة طوال المدة الزمنية للسنوات عينة الدراسة (2016-2021).

o رمز يعبر عنه على ان المصرف قدم الخدمة ولكن ليس من بداية المدة الزمنية للسنوات عينة الدراسة (2016-2021).

### المطلب الثالث: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة لدور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية العراقية الخاصة عينة الدراسة للمدة (2016-2021) اولاً: مصرف سومر التجاري

1. **معدل العائد على حقوق الملكية (ROE):** يتضح من خلال الجدول (3) 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. وان استمرار ارتفاع معدل العائد على حقوق الملكية من عام الى اخر يعتبر مؤشراً جيداً بالنسبة لمصرف سومر التجاري، حيث واجه المصرف التحديات والتغيرات الاقتصادية وبالأخص في نهاية مدة الدراسة الناتجة عن جائحة كورونا والتي رافقها انكماش اقتصادي في العراق حيث تضررت معظم القطاعات الاقتصادية وتعطلت الاعمال بفعل الاجراءات الصحية من حظر تجوال شامل وجزئي واغلاقات محددة لقطاعات معينة وانتهاج سياسة التباعد الاجتماعي، فضلاً عن الظروف الامنية والسياسية في البيئة وتغيرات اسعار الصرف بالإضافة الى تطبيق متطلبات الجهات الرقابية الامر الذي يعتبر تحدياً امام المصرف. وهذا ما اضطره لأخذ المزيد من الحيطة والحذر عن طريق استمرار مواكبته بتنويعه في الخدمات المصرفية، وبالتالي كل ذلك له تأثير ايجابي في معدل العائد على حقوق الملكية مما ادى الى ارتفاعه من عام الى اخر.

2. **معدل العائد على الودائع (ROD):** لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن مؤشر العائد على حقوق الملكية المشار إليها في اعلاه إذ يتضح من خلال الجدول (3) بأن مؤشر العائد على الودائع 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. وان استمرار ارتفاع معدل العائد على الودائع بين العامين (2020، 2021) يعتبر مؤشراً جيداً بالنسبة لمصرف سومر التجاري، حيث واجه المصرف التحديات والتغيرات الاقتصادية الناتجة عن جائحة كورونا والتي رافقها انكماش اقتصادي في العراق والعالم حيث تضررت معظم القطاعات الاقتصادية وتعطلت الاعمال بفعل الاجراءات الصحية من حظر تجوال شامل وجزئي واغلاقات محددة لقطاعات معينة وانتهاج سياسة التباعد الاجتماعي، فضلاً عن الظروف الامنية والسياسية في البيئة وتغيرات اسعار الصرف بالإضافة الى تطبيق متطلبات الجهات الرقابية

الامر الذي يعتبر تحدياً امام المصرف. وهذا ما اضطره لأخذ المزيد من الحيطة والحذر عن طريق استمرار مواكبته بتنويعه في الخدمات المصرفية، وبالتالي كل ذلك له تأثير ايجابي في معدل العائد على الودائع مما ادى الى ارتفاعه من عام الى اخر.

**معدل العائد على الموجودات (ROA):** اتخذ معدل العائد على الموجودات المنحى نفسه الذي اتخذه المؤشرين السابقين وكما موضح في الجدول (3) والشكل (1) والتي استندت على بيانات التقارير المالية للمصرف.

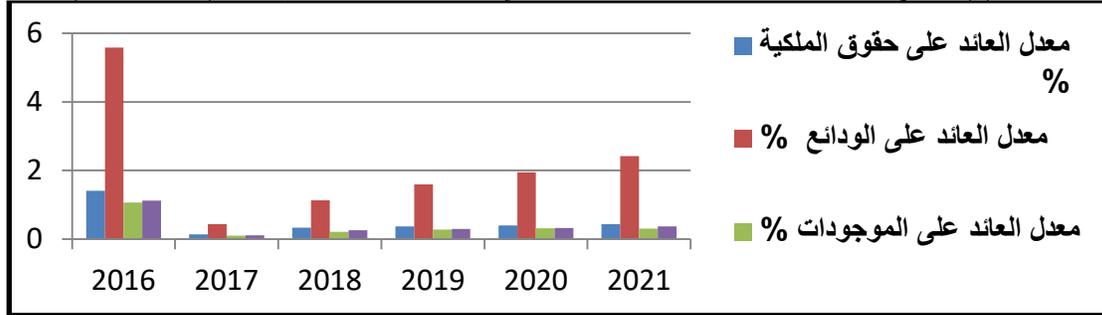
**معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف (ROF):** لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن المؤشرات السابقة التي تم الإشارة إليها في أعلاه وكما موضح في جدول (3) والشكل (1).

جدول (3) مؤشرات قياس الربحية في مصرف سومر التجاري للمدة (2016 – 2021)

السنوات	المؤشرات	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 الاموال المتاحة للتوظيف %
2016	1.41	5.58	1.07	1.12	0.11	90.65-	0.26	136.36
2017	0.14	0.44	0.10	0.11	120	27.27	0.30	15.38
2018	0.34	1.13	0.22	0.26	120	27.27	0.30	15.38
2019	0.37	1.60	0.28	0.30	14.28	3.12-	0.33	10
2020	0.40	1.95	0.32	0.33	14.28	3.12-	0.33	10
2021	0.44	2.42	0.31	0.37	3.12-	3.12-	0.37	12.12

المصدر من اعداد الباحثان استناداً الى :- التقارير السنوية للمصرف للمدة (2016-2021) والشكل (1) 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 سومر التجاري للمدة (2016-2021).

الشكل (1) يوضح اتجاهات مسار مؤشرات قياس الربحية في مصرف سومر التجاري للمدة (2016-2021)



المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على البيانات المالية في الجدول اعلاه لمصرف سومر التجاري للمدة (2016-2021).  
ثانياً: مصرف الأهلي العراقي :-

**1. معدل العائد على حقوق الملكية (ROE):** يتضح من خلال الجدول (4) بأن مؤشر العائد على حقوق الملكية أخذ نسب مختلفة خلال مدة الدراسة، إذ أخذت نسبته تتذبذب بين الارتفاع والانخفاض في بداية مدة الدراسة، ثم بدأت ترتفع هذه النسبة لتصل أعلى مستوى لها خلال مدة الدراسة في عام 2021 إذ بلغت (8.27%)، نتيجة ارتفاع صافي الربح إلى (26122) مليون ديناراً وهو أعلى صافي ربح خلال مدة الدراسة، نتيجة زيادة إيرادات الخدمات المتنوعة التي يقدمها المصرف، حيث استمر المصرف بتنويعه بالخدمات المصرفية واستحدثاته للخدمات التكنولوجية التي ساعدت بالمحافظة على زبائن المصرف وارتفاع معدل العائد على حقوق الملكية .

**2. معدل العائد على الودائع (ROD):-** لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن مؤشر العائد على حقوق الملكية المشار إليها في اعلاه إذ أخذت نسبته تتذبذب بين الارتفاع والانخفاض خلال مدة الدراسة وكما موضح في الجدول (4) حيث بلغت اعلى نسبة له في عام 2016 اذ بلغت (15.78%) بسبب انخفاض مجموع الودائع في هذا العام مقارنة مع الأعوام الأخرى من الدراسة وهذا ما ساعد على ارتفاع هذا المؤشر بسبب انخفاض التكاليف التي سوف تدفع على هذه الودائع مقارنة مع الأعوام الأخرى من الدراسة، ثم أخذت هذه النسبة تنخفض في عام 2017 ، وبعدها أخذت هذه النسبة بالارتفاع من عام الى اخر نتيجة زيادة إيرادات الخدمات المتنوعة التي يقدمها المصرف، حيث استمر المصرف بتنويعه بالخدمات المصرفية واستحدثاته للخدمات التكنولوجية التي ساعدت بالمحافظة على زبائن المصرف وارتفاع معدل العائد على الودائع.

**3. معدل العائد على الموجودات (ROA):-** اتخذ معدل العائد على الموجودات المنحى نفسه الذي اتخذه المؤشرين السابقين من حيث التذبذب بالارتفاع والانخفاض خلال مدة الدراسة وكما موضح في الجدول (4) حيث بلغت اعلى نسبة له في عام 2016 اذ بلغت (4.06%)، ثم أخذت هذه النسبة تنخفض في عام 2017 ، وبعدها أخذت هذه النسبة بالارتفاع مره اخرى من عام الى اخر نتيجة زيادة إيرادات الخدمات المتنوعة التي يقدمها المصرف، حيث استمر المصرف بتنويعه بالخدمات المصرفية واستحدثاته للخدمات التكنولوجية التي ساعدت بالمحافظة على زبائن المصرف وارتفاع معدل العائد على الموجودات.

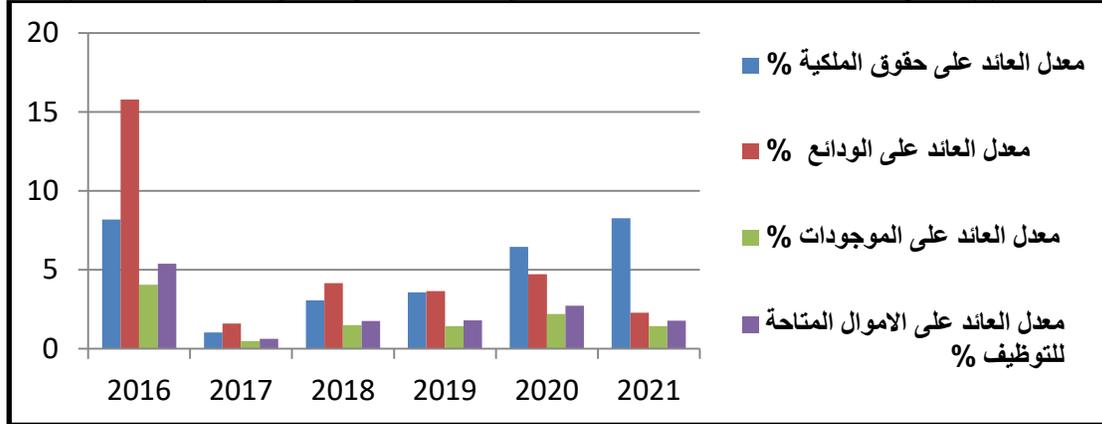
**4. معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف (ROF):-** لم يختلف سلوك هذا المؤشر عن المؤشرات السابقة التي تم الإشارة إليها في اعلاه إذ بلغت نسبته (5.38%) في نهاية عام 2016 ، وبعد هذه السنة أخذت هذه النسبة تنخفض إلى أن بلغت في نهاية عام 2017 بنسبة (0.63%) وبمعدل انخفاض (-88.28%) عن العام الذي سبقه وبذلك تعتبر هذه النسبة اعلى معدل انخفاض بين عامين خلال مدة الدراسة بالنسبة لهذا المؤشر وكما موضح في الجدول (3-3)، وذلك بسبب انخفاض صافي الربح من (23537) مليون ديناراً في نهاية عام 2016 الى (2965) مليون ديناراً في نهاية عام 2017 وبانخفاض مقداره (20572) مليون ديناراً اي بنسبة انخفاض (-87.40%) ، وبعدها أخذت هذه النسبة بالارتفاع مره اخرى من عام الى اخر نتيجة زيادة إيرادات الخدمات المتنوعة التي يقدمها المصرف، حيث استمر المصرف بتنويعه بالخدمات المصرفية واستحدثاته للخدمات التكنولوجية التي ساعدت بالمحافظة على زبائن المصرف وارتفاع معدل العائد على الأموال المتاحة للتوظيف، والجدول (4) والشكل (2) يوضح ذلك.

جدول (4) مؤشرات قياس الربحية في المصرف الأهلي العراقي للمدة (2016-2021)

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 الاموال المتاحة للتوظيف %	معدل التغير في معدل العائد على الاموال المتاحة للتوظيف %
2016		8.18		15.78		4.06		5.38	
2017		1.03	87.40-	1.60	89.86-	0.49	87.93-	0.63	88.28-
2018		3.06	197.08	4.16	160	1.50	206.12	1.76	179.36
2019		3.57	16.66	3.65	12.25-	1.44	4-	1.80	2.27
2020		6.45	80.67	4.73	29.58	2.21	53.47	2.73	51.66
2021		8.27	28.21	2.28	51.79-	1.43	35.29-	1.78	34.79-

المصدر من اعداد الباحثان استنادا الي :- التقارير السنوية للمصرف للمدة (2016-2021) والشكل (2) 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 المصرف الأهلي العراقي للمدة (2016-2021).

الشكل (2) يوضح اتجاهات مسار مؤشرات قياس الربحية في المصرف الأهلي العراقي للمدة (2016-2021)



المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على البيانات المالية في الجدول اعلاه للمصرف الأهلي العراقي للمدة (2016-2021).

#### المبحث الرابع/ الاستنتاجات والتوصيات

##### اولاً: الاستنتاجات

- 1- ان اهم ما توصلت اليه الدراسة، ان كلما ارتفع مستوى تنويع المصارف في الخدمات التي تقدمها لربائنها 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. وكان ذلك واضحاً في نتائج مصرف سومر التجاري، 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 الأهلي العراقي، وكان ذلك واضح في واقع تنويع الخدمات المصرفية بالمصرف ودوره في صافي الربح وباقي مؤشرات الربحية.
- 2- 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.
- 3- ان ارتفاع مستوى تنويع المصارف بالخدمات التي تقدمها لربائنها 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.
- 4- 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.
- 5- اتضح ان المصارف المهتمة بتنويع الخدمات المصرفية يجعلها تتمتع بميزة نسبية على المصارف غير المهتمة بتنويع الخدمات المصرفية .
- 6- اتضح ان المصارف ذات مستوى التنويع المرتفع تتعرض الى مخاطر اعلى من التي تتعرض له ذات مستوى التنويع المنخفض، بسبب الظروف الاقتصادية.
- 7- اتضح ان فائدة التنويع تفوق تكلفته، وبالتالي ان فائدة التنويع في الخدمات المصرفية تفوق تكلفته، وذلك بسبب اليرادات المتوقع تحقيقها من قبل المصارف جراء هذا التنويع.

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

#### ثانياً: التوصيات

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

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

3- 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 التنوع العالية في الخدمات المصرفية تتطلب قدرة مالية كبيرة.

4- 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 References

##### أولاً: المراجع والمصادر العربية

##### أ. الكتب العربية

1. البكري، ثامر ياسر، (2021)، "تسويق الخدمات المصرفية"، الطبعة الاولى، دار المنهج للنشر والتوزيع، بغداد.

2. الزامل، أحمد محمود وآخرون، " تسويق الخدمات المصرفية "، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، 2012، ص 63.

##### ب. المجلات والدوريات

1. حسون، هالة عيدان حسون، وخلف، وحيدة جبر، (2022)، "تحليل وقياس العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية : دراسة تطبيقية على مصرف بغداد ومصرف الشرق الاوسط"، مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد 3، العدد 1.

2. رشم، محمد حسن، ودغيم، علاء داشي، وجواد، حيدر ثجيل، (2020)، "قياس رأس المال التحوطي وفق متطلبات لجنة بازل 3 وتأثيره على ربحية المصارف التجارية: دراسة تطبيقية في مصرف الائتمان العراقي"، مجلة دراسات في الاقتصاد وادارة الاعمال، المجلد 3، العدد 50.

3. سعيد، بلال نوري، وحسين، عقيل مشعان، (2022)، "تقييم المحددات الداخلية للربحية وتأثيرها في الشركات المساهمة – دراسة تطبيقية لعينة من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية"، مجلة الريادة للمال والأعمال – المجلد 3، العدد 2.

### ت. الاطاريح والرسائل الجامعية

1. خلف، هالة عيدان حسون، (2021)، "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.
2. سبتي، علا سمير، (2020)، "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.
3. مجيد، حيدر كامل، (2020)، "تأثير وسائل الدفع الالكترونية في ربحية عينة من المصارف التجارية العراقية الخاصة للمدة (2010 – 2018)" ، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد ، كلية الإدارة والاقتصاد – الجامعة المستنصرية، بغداد.

### ج. التقارير

1. مصرف الاهلي العراقي، التقارير السنوية للمصرف للمدة (2016–2021).
  2. مصرف الائتمان العراقي، التقارير السنوية للمصرف للمدة (2016–2021).
- ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية

### A. Book

1. RIS, SC Krunoslav. (2022), "5G and Next-gen Consumer Banking Services". First edition, CRC Press.
2. Armstrong, Gary., Kotler, Philip & Opresnik, Marc, (2020), "Marketing:An Introduction", Fourteenth Edition, by Pearson Education Limited.
3. Pride, W. M., Hughes, R. J., & Kapoor, J. R. (2018). "Foundations of business". 6 ed. Cengage Learning.
4. Ferrell, O. C., Hartline, M., & Hochstein, B. W. (2022). "Marketing strategy". Cengage Learning.
5. Cao, Jin , 2022, "THE ECONOMICS OF BANKING", First Edition, Routledge.
6. Mishkin, Frederic S., (2019), "The Economics of Money, Banking, and Financial Markets", Twelfth Edition, published by Pearson Education.

### B. Journals & Periodicals

1. Do, H., Ngo, T., & Phung, Q. (2020). "The effect of non-performing loans on profitability of commercial banks: Case of Vietnam", National Economics University, Vietnam, Accounting, 6(3),pp. 373-386.