الاقتصاد جامعة كربلاء/كلية الإدارة والاقتصاد/ قسم الاقتصاد
duaafasalalnasary@gmail.com

الاقتصاد جامعة كربلاء/كلية الإدارة والاقتصاد/ قسم الاقتصاد
taleb.h@uokerbala.edu.iq

تحليل العلاقة بين مؤشرات المنافسة المصرفية والنمو الأقتصادي في العراق

Analysis of the relationship between indicators of banking competition and

دعاء فيصل عجيل النصاري
Duaa Faisal Ajeel Al-Nasari

طالب حسين فارس الكريطي
Talib Hussein fares Al-Kuraiti

المستخلص:

تناول البحث دور المنافسة المصرفية في تحفيز النمو الاقتصادي ، من خلال ما تقدمه ادبيات النظرية الاقتصادية من حقائق نظرية حول المنافسة المصرفية و النمو الاقتصادي و تأثير مستويات المنافسة في النمو الاقتصادي ، و اختص البحث بدراسة واقع المنافسة المصرفية في العراق و دورها في تحفيز النمو الاقتصادي ، و كانت مشكلة البحث قد ركزت على التساؤل الأساسي حول ؛ما هو واقع المنافسة في السوق المصرفية في العراق و ما تأثيره في تحفيز النمو الاقتصادي ؟،فيما ذهبت فرضية البحث الى ان واقع القطاع المصرفي العراقي بالرغم من محاولات الإصلاح المصرفي مازال يعاني من مشاكل هيكلية وتنظيمية و تكنلوجية وعدم استقرار البيئة الاستثمارية وضعف ارتباطه بالمنظومة المصرفية العالمية ،و استعمل البحث الأساليب الإحصائية و القياس الاقتصادي للعلاقة بين المتغيرات التي تمثل اثر المنافسة المصرفية في النمو الاقتصادي ، و توصل الى جملة من الاستنتاجات تتلخص في ان تعزيز التطورات في النظام المصرفي العراقي لم ترتقي الى مستوى معالجة الإشكاليات الجوهرية في هيكل الجهاز المصرفي ، مما ينعكس في توفر أسس المنافسة المصرفية و اكتمال شروط المنافسة في السوق المصرفي، فيما كانت التوصيات قد اكدت على ضرورة تحسين التطور في المؤشرات الأساسية و النسب المعيارية للقطاع المصرفي العراقي لتؤشر المزيد من لتحسن النسبي في

خصائـص الســوق المــصرفي و نمــو ايجابــي نســبي متصاعــد في متطلبــات المنافســة المصرفيــة .

الكلمات المفتاحية: المنافسة المصرفية، النمو الاقتصادي، مؤشرات المنافسة.

Abstract:

The research addressed the role of banking competition in stimulating economic growth, through the theoretical facts provided by the economic theory literature about banking competition, economic growth, and the impact of levels of competition on economic growth. The research specialized in studying the reality of banking competition in Iraq and its role in stimulating economic growth. The research problem focused on the basic question: What is the reality of competition in the banking market in Iraq and what is its impact on stimulating economic growth The objectives of the research were to study the literature related to banking competition and economic growth and the relationship between them and employ it to analyze the relationship between banking competition and economic growth in Iraq, and descriptive analysis of the facts and data, to determine the direction of development of the relationship, its dimensions, the type of factors affecting it and the possibility of developing it, and to measure and analyze the relationship between the variables that represent the relationshipThoughtful. The research used statistical methods and economic measurement of the relationship between the variables that represent the impact of banking competition on economic growth, and reached a number of conclusions summed up in the fact that enhancing developments in the Iraqi banking system did not rise to the level of addressing the fundamental problems in the structure of the banking system, which is reflected in The foundations of banking competition are available and the conditions for competition in the banking market are complete, while the recommendations stressed the need to improve the development in the basic indicators and standard ratios of the Iraqi banking sector to indicate more relative improvement in the characteristics of the banking market and an upward relative positive growth in the requirements of banking competition.

المقدمة:

يعد القطاع المصرفي المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي من خلال دوره في الربط بين الجانب النقدي و الحقيقي و الوساطة بين المؤسسات الفائض ذات الموارد المالية الفائضة و توجيهها نحو المؤسسات التي تواجه العجز في توفير احتياجاتها التمويلية ، اضافة الى وظائف الجهاز المصرفي في خلق الائتمان لتلبية متطلبات الانفاق الاستثماري و الاستهلاكي ، و توفير الخدمات المالية و تيسير عمليات التداول ، و تحقيق الاستقرار المالي ، وبما يدعم استدامة توفير المتطلبات المالية النمو و التنمية الاقتصادية ، و من منظور السوق المصرفي فأن الادبيات الاقتصادية تؤكد ان عرض الائتمان و تكاليف الحصول عليه مرتبط بمستوى المنافسة في السوق المصرفي ، فالمنافسة المصرفية تحسن مستوى الوظائف التمويلية و الخدمات المصرفية و الأداء المصرفي ، و بما ينعكس إيجابا في تلبية حاجة الوحدات الاقتصادية من التمويل مع خفض مستوى التكاليف نتيجة تحسن مستوى الاستخدام الأمثل للموارد في القطاع المصرفي ، و بالتالي تتحسن مستويات توفير الاحتياجات التمويلية و التداول و الخدمات المالية و المصرفية لوحدات العجز مما يرفع مستويات الاستثمار و الإنتاج و التشغيل في مختلف القطاعات الاقتصادية ، و الذي ينعكس في مستوى اعلى من النمو الاقتصادي .

و في ظل الاتجاه نحو اقتصاد السوق في النموذج التنموي المعاصر للبلدان النامية ، و منها العراق ، يزداد الاهتمام في الادبيات الاقتصادية بالعلاقة بين المنافسة المصرفية و النمو الاقتصادي ، لتعميق الأسس النظرية و تطوير المعرفة التجريبية حول هذه العلاقة و بما يخدم متطلبات بناء السياسات الاقتصادية و الرؤية العلمية لاتخاذ القرار لتحقيق اهداف التحول التنموي المنشود ، من هنا برزت الحاجة الى دراسة واقع المنافسة المصرفية و اثرها في النمو الاقتصادي في العراق في ضوء معطيات تجربة الاتجاه التنموي الجديد بعد ٢٠٠٣ وواقع القطاع المصرفي العراقي و المنافسة المصرفية و اثرها في معدلات النمو الاقتصادي .

أولا: مشكلة البحث : تتمثل مشكلة البحث في ان العلاقة بين المنافسة المصرفية و النمو الاقتصادي في العراق تمثل تحديا أساسيا في ميدان المعرفة العلمية و بناء السياسات و اتخاذ القرار الاقتصادية المطلوبة ،و يمكن صياغة هذه الإشكالية من خلال التساؤل المعرفي الأساسي الاتي: ما هو واقع المنافسة في السوق المصرفية في العراق و ما تأثيره في تحفيز النمو الاقتصادي ؟، و ما هي فرص تطوير المنافسة المصرفية لتعزيز النمو الاقتصادي في ضوء الأسس النظرية التي تتيحها الادبيات الاقتصادية و معطيات الوقائع و المتغيرات الاقتصادية المدروسة ؟.

ثانياً: اهداف البحث:

تتمثل اهداف البحث في الاتي:

1) دراسة الادبيات المتعلقة بالمنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي والعلاقة بينهما وتوظيفها لتحليل العلاقة بين المنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي في العراق.
2) التحليل الوصفي للوقائع والبيانات المتعلقة بالعلاقة بين المنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي في العراق، للوقوف على اتجاه تطور العلاقة وابعادها ونوع العوامل المؤثرة فيها وإمكانية تطويرها.

٣) قياس وتحليل العلاقة بين المنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي في العراق، لتطوير المعرفة الاستقرائية حول العلاقة المدروسة.

ثالثآ: فرضية البحث:

تتمثل فرضية البحث في ان واقع القطاع المصرفي العراقي بالرغم من محاولات الإصلاح المصرفي مازال يعاني من مشاكل وضعف مستويات تطوير الخصائص الهيكلية والتنظيمية والتكنلوجية وعدم استقرار البيئة الاستثمارية وضعف ارتباطه بالمنظومة المصرفية العالمية، والذي انعكس تدني مستوى المنافسة المصرفية وبالتالي تدني مستويات عرض التمويل وارتفاع تكاليفه مما أدى الى تدني مستوى تأثيره في تحفيز النمو الاقتصادي.

رابعآ: أهمية البحث:

ان موضوع الدراسة نال اهتماما بالغا من قبل المؤسسات الاقتصادية الدولية منها والمحلية، ولاسيما البنك المركزي العراقي، لكونه يقيس المنافسة بين المصارف العاملة في القطاع المصرفي العراقي، فيما إذ كانت هذه المنافسة تؤثر بشكل إيجابي اوسلبي على النمو الاقتصادي, وكذلك معرفة طبيعة المنافسة بين هذه المصارف من خلال توظيف عدة مؤشرات, كما ان قياس المنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي امر هام من وجهة نظر السياسة الاقتصادية فيما يتعلق بأداء القطاع المصرفي ونوعية الخدمات وتخصيص الموارد, ودرجة الأمان لأن تحليل هذه المنافسة يساعد على تكوين أنظمة مصرفية فاعلة ورصينة.

خامسآ: حدود البحث:

تتمثل الحدود الزمانية بالمدة (٢٠٠٤ الى ٢٠٢١)، مع الإشارة الى بعض الوقائع خارج الحدود الزمانية قدر تعلق الامر ببيان بعض الحقائق المتعلقة بالبحث، وتتمثل الحدود المكانية بدراسة حالة العراق.

سادسآ: منهج البحث:

تستند منهجية الدراسة على الاتي:

1) اعتماد المنهج التكاملي (الاستنباطي-الاستقرائي) في تحليل الادبيات للوصول لحقائق النظرية الاقتصادية حول العلاقة بين المنافسة المصرفية، ثم تحليل الوقائع والبيانات المتعلقة بالمتغيرات المدروسة.
2) استعمال الأساليب الإحصائية والاشكال البيانية في دراسة العلاقة المدروسة.
3) قياس وتحليل العلاقة بين المتغيرات في النماذج القياسية المعبرة عن العلاقة بين المنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي.

المبحث الأول:الإطار النظري للعلاقة بين المنافسة المصرفية والنمو

المطلب الأول: المفاهيم الأساسية للمنافسة المصرفية:

أولا : تعريف المنافسة المصرفية :يقصد بالمنافسة المصرفية على انها (تعدد المسوقون لنفس المنتج وتنافسهم لكسب الزبون بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار والجودة والمواصفات، وتوقيت البيع، وأسلوب التوزيع والخدمة بعد البيع ،وكسب الولاء السلعي وغيرها) [١].

ويمكن ان تعرف المنافسة المصرفية أيضا بانها) تفاعلات في السوق شأن التنافس بين الشركات على المستهلكين أو أموالهم التي تدفع بالمنافسين الى تقديم جودة أعلى بأسعار ادنى) [٢] .

وتعرف المنافسة المصرفية على انها (مكون أساسي من مكونات النظام التسويقي، وهي تتعلق بالشركات التي تنتج نفس السلعة أو السلع الشبيهة لها، ودرجة المنافسة تؤثر بشكل كبير على قدرة المنشأة وفرصتها في اختيار السوق المستهدفة، الوسطاء، الموردين، المزيج التسويقي، مزيج المنتج)[٣].

فيمكن القول ان المنافسة المصرفية هي عملية تنظيم العلاقة بين المؤسسات المصرفية وفق قواعد السوق والإطار المؤسسي للنظام المالي لتحقيق المكانية السوقية للمؤسسة المصرفية بما يخدم أهدافها الاقتصادية والاجتماعية.

ثانياً: مؤشرات المنافسة المصرفية:

١ فريد النجار، المنافسة والترويج التطبيقي، بدون طبعة، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية,٢٠٠٠,ص٢٠.

٢ سوزان بوكس وفيل إيقانز، ترجمة ميشيل دانو، المنافسة والتنمية قوة الأسواق التنافسية، ط١, الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت- لبنان,٢٠١٠,ص١٨.

٣ توفيق محمد عبد المحسن، بحوث التسويق وتحديات المنافسة الدولية، بدون طبعة، دار النهضة العربية، بدون بلد نشر, ٢٠٠١,ص١٥٢.

تتمثل في مجموعتين أساسيتين من المؤشرات :[١] الأولى على مستوى هيكل السوق (Market Structure) أي نمط وطبيعة السوق المصرفية والى ماذا تميل الى أسوق الاحتكارية ام أسواق تنافسية. الثانية سلوك السوق (Market behavior) والتي تعكس بدورها قرارات التسعير المصرفي. وفيما يلي عرض موجز لكلا النوعين:

مؤشرات هيكل السوق: حيث تضم عدد كبير من المؤشرات لوصف هيكل السوق المصرفية وتعكس مدى التنوع في السوق المصرفية مثلا توزيع البنوك العاملة حسب هيكل الملكية (بنوك خاصة، بنوك عامة)، او (ملكية وطنية، ملكية اجنبية)، (بنوك إسلامية، بنوك تقليدية) ومن ثم توزيع الحصص من التسهيلات الائتمانية واجمالي الودائع المصرفية إضافة الى مؤشرات تقيس مستوى تركز هيكل السوق المصرفية تبعا الى أكبر حصة. ويضم هذا النوع من المؤشرات مؤشر هير فيندل هيرشمان (HHI) ويقيس هذا المؤشر تركز السوق المصرفي وذلك من خلال مجموع مربع الحصة السوقية لكل بنك في السوق المصرفي.

مؤشر سلوك السوق: حيث تحاول هذه المجموعة من المؤشرات ان تتبع سلوك التسعير للوحدات المصرفية أي ان الأسعار في الأسواق التنافسية تميل للاقتراب من التكلفة الحدية اما في أسواق المنافسة الاحتكارية تبتعد عنها. وهناك أربعة مؤشرات تندرج ضمن هذا النوع منها:

مؤشر صافي هامش أسعار الفائدة: وهو المؤشر الذي يقيس الفرق ما بين سعر الفائدة الدائنة وسعر الفائدة المدينة أي كلما ارتفع الهامش مقاسا بالنقاط المئوية للفرق في أسعار الفائدة كلما انخفضت مستويات المنافسة والعكس صحيح.

مؤشر (H Statistics): وهو المؤشر الذي يقيس المرونة للإيرادات البنوك بالنسبة لتكلفة الخدمات المصرفية، في ظل المنافسة الكاملة حيث تؤدي الزيادة في تكلفة الخدمات المصرفية الى زيادة التكلفة الحدية واجمالي الإيرادات بنفس القدر. اما في حالة الاحتكار تؤدي الزيادة في تكلفة الخدمات المصرفية الى ارتفاع التكاليف الحدية. وتنخفض الإيرادات ان قيمة المؤشر تكون اقل من او تساوي صفر. اما عندما تكون السوق المصرفية سوق منافسة احتكارية سوف تتراوح قيمة المؤشر بين الصفر والواحد. وفي سوق احتكار القلة يكون المؤشر أكبر من واحد.

ويمكن تفسير إحصائية Hبثلاث حالات هي:

H<0 تشير الى الاحتكار.

١ هبة عبد المنعم, كريم زايدي, المنافسة المصرفية والشمول المالي في الدول العربية, صندوق النقد العربي ,٢٠٢٠ يونيو, ص٥- ٦.

H <1>0 تشير الى المنافسة الاحتكارية.

H=1 تشير الى المنافسة التامة.

مؤشر بون (Boone Indicator): قدم الاقتصادي بون في عام (٢٠٠٨) مؤشرا لقياس المنافسة المصرفية، يعتمد هذا المؤشر على مجموعة التدابير الحالية للمنافسة من خلال اقتراح مؤشرا يعتمد على الاختلافات النسبية للأرباح، ويستند هذا النهج الى فكرة أن المنافسة تكافئ الكفاءة. أما في الصناعات التي تشهد منافسة متزايدة فأن الشركات التي لا تعمل بكفاءة تعاقب وبقسوة من الشركات الأكثر كفاءة وبموجب ذلك يتم تقليل الكفاءة من حيث أمكانية أنتاج نفس الناتج بتكاليف أقل أو بالأحرى انخفاض التكاليف الحدية، ومن ثم فأن مقارنة الأرباح النسبية بين بعض الشركات ذات كفاءة أقل وشركة ذات كفاءة أكبر تحتوي على معلومات حول مستوى المنافسة داخل تلك الصناعة [١] .

تستند فكرة مؤشر Boon الى فرضية هيكل الكفاءة من قبل Demists في عام (١٩٧٣)، ومن ثم فأنه يقيس تأثير الكفاءة على الأداء، ومن خلال حقوق المساهمين، وحصص السوق فكلما كان هذا التأثير أقوى كلما كانت القيم المطلقة أكبر[٢] .

أن ابسط معادلة لتحديد مؤشر بون للمصرف i هي

$$\left(\text{Ln MSit} = \alpha + \beta \ln \left(\text{MCit}\right)\right.$$

أذا أن:

MS it: حصة المصرف (i) من السوق في الزمن (t).

MC: التكلفة الحدية للمصرف (i) في الزمن (t).

β: مرونة الربح بالنسبة للتكاليف.

أما فيما يخص اشتقاق mc فيتم باتباع الطريقة نفسها في نموذجLerner[٣] .

---

١ Boone, J ,A New Way to Measure Competition, The Economic Journal, Vol. 118 , No. 531,2008,P1245-1261.

٢ Tabak, M Benjamin, The relationship between banking market competition and risk-taking: Do size and capitalization matter? Working Paper Series, Brasília, No. ٢٦١,٢٠١١, P٧,٢

٣ Schiersch, Alexander, and Ehmcke, Jens Schmidt ,Empiricism

ث- مؤشر ليرنر (Lerner Index)

يعد هذا المؤشر من المقاييس الشهيرة التي تقيس قوة السوق، وقد أقترح هذا المؤشر الاقتصادي ليرنر عام (١٩٣٤) ،وذلك في مقال نشره وناقش فيه خصائص الاحتكار، ويعرف هذا المؤشر على أنه الفرق بين أسعار بيع الخدمة والتكاليف الحدية، يمثل هذا المؤشر مدى قدرة السوق على السماح للشركات بتحديد سعر أقل من التكلفة الحدية [١].

يستخدم مؤشر ليرنر كمقياس للمنافسة، ويوفر المؤشر مقياسا مباشرا لدرجة القوة السوقية أذ أنه يمثل زيادة السعر على التكلفة الحدية. ويتم حساب هذا المؤشر على النحو الاتي:

$$\text{Lerner it} = P\,it - Mc\,it \;/\; P\,it$$

أذ أن:

P it: سعراجمالي الموجودات.

Mc it : التكلفة الحدية من أنتاج وحدة انتاج إضافية.

ويتم احتساب MC في المعادلة عن طريق اشتقاق دالة التكاليف الاجمالية بالنسبة للمخرجات ,أذ تضم هذه الدالة مخرج واحد يعبر عنه بأجمالي الموجودات وأسعار عوامل الإنتاج التي تتمثل في العمل، وراس المال النقدي (الودائع)،وراس المال العيني (الموجودات الثابتة) [٢] .

(١) اثار واتجاهات المنافسة المصرفية:

ان للمنافسة المصرفية اثار ايجابيه وسلبية :[٣]

Meets Theory– Is the Boone–Indicator Applicable? , German Institute for Economic Research, No. ٢٠١٠ ,١٠٣٠,P٢

١ Barbara , Kolomaznikov, Measuring Market Power: The Czech Market of Mobile Operators , Institute of Economic Studies , Charles University in Prague٢٠١٥,P١٢.

٢ Amidu Mohammed, and Wolfe, Simon, Does Bank Competition and Diversification Lead to Greater Stability? Evidence from Emerging Markets , Review of Development Finance , No. 3,٢٠١٣ P154.

٣ Biker , Jacob , Spierdijk, Laura, and Finnie , Paul, The Impact of Market Structure , Contestability and Institutional Environment on Banking Competition, De Nederlandsche Bank, Working Paper, No. 156, ,2007P١
Doll , Maurice, Bank concentration, competition and financial stability, Master Thesis, Tilburg School of Economics and Management, University of Tilburg,2010 ,P12.

أ-الاثار الايجابية

(ا) تجاه المصارف لمنح الائتمان للمشروعات ذات الإنتاجية والربحية العالية.

(ب) اتاحة خيارات عديدة للخدمات المالية المقدمة للعملاء.

(ج) استحداث وابتكار خدمات مصرفية جديدة.

(د) العمل على زيادة كفاءة المصارف.

(و) انخفاض في أسعار الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

(ه) العمل على تحسين الجودة للخدمات المصرفية وزيادة كفاءتها.

ب- الاثار السلبية

(ا) زيادة المصاريف المالية للمصارف وذلك بسبب ارتفاع معدلات الفائدة على الودائع لغرض جلب المودعين، إضافة الى ارتفاع تكاليف الترويج.

(ب) اللجوء الى المشاريع المربحة ظاهريا على الرغم من خطورتها الكبيرة بهدف تعويض التكاليف الإضافية الناتجة عن المنافسة بين المصارف.

(ج) انخفاض الإيرادات نتيجة انخفاض معدلات الفائدة على القروض والعمولات.

المطلب الثاني: المنافسة المصرفية والنمو المصرفي:

نجد في الدراسات التجريبية حول المنافسة المصرفية والنمو قد تم استبدال المنافسة المصرفية بمؤشرات هيكل السوق مثل نسب التركيز وعدد البنوك ومؤشر (Herfindahl – Hirschman), يمكن اعتبارها مقاييس خام لا نها تربط حصص السوق الفعلية بنتائج السوق (من حيث الأسعار او الأرباح) ولكنها لا تسمح باستدلالات على السلوك التنافسي للبنوك , على سبيل المثال لا يأخذون في الاعتبار ان البنوك ذات الملكية المختلفة تتصرف بشكل مختلف وان البنوك قد لا تتنافس بشكل مباشر مع بعضها البعض في نفس مجال الاعمال[١] وتشير الادبيات الى ان هيكل السوق يحدد سلوك المصرف, مع ضرورة فك التشابك الإيجابي من الأثار السلبية لسمات الصناعة المصرفية على الأداء الاقتصادي, وأن الشركات تطور علاقات فعالة مع الدائنين في أسواق الائتمان مما يعزز أهمية المنافسة لهذا الغرض, وأن التركيز في السوق المالي يجعل المؤسسات تحصل على الائتمان بظروف أفضل , وبالتالي فأن المنافسة المصرفية

١ Beck T, Bank competition and financial stability: friends or foes?, World Bank Policy Research Working Paper, 2008.4656 ,

مقاسة بالتركز المصرفي ستعزز النمو في الشركات [١] .

وتشير الدراسات الى ان القطاعات التي يكون فيها شاغلو الوظائف اكثر اعتمادا على مصادر التمويل الخارجية يكون متوسط حجم الشركة اكبر بشكل غير متناسب اذا كانت في البلدان ذات الصناعة المصرفية الأكثر تركيزا , وان مثل هذا التأثير لتركيز البنوك على هيكل سوق الصناعة ينخفض بشكل كبير , اذا لم تتم اعادته بالنسبة للبلدان المتطورة, ومن ثم هناك تأكيد لفكرة ان القوة السوقية تمنح البنوك حصة ضمنية في الشركات التي اقامت معها بالفعل علاقات طويلة الأمد, وفي نفس الوقت تمثل حاجزا ماليا امام الدخول في الصناعات غير المالية[٢] .

وتركز الادبيات على تأثير تركيز البنوك وإلغاء القيود المصرفية على الهيكل الصناعي للقطاعات غير المالية , مع التأكيد على تركيز القوة السوقية في البنوك وتأثيرها على عدد الشركات في قطاع معين , في متوسط حجم الشركة والتوزيع الكلي لحجم الشركة في الواقع , نظرا لان العوامل السابقة تعتبر محددات مهمة لتراكم راس مال القطاع , فان هذا التحقيق يمثل مساهمة في تقييم كيفية تأثير هيكل السوق المصرفي على النمو الاقتصادي العام باستخدام بيانات الأسواق المحلية في البلدان المتقدمة للقطاعات المصرفية وغير المالية , ولاحظت الدراسات الى ان المزيد من المنافسة بين البنوك (على سبيل المثال تركيز اقل وقيود اكثر مرونة على التوسع الجغرافي) يرتبط مع عدد اكبر من الشركات العاملة وبمتوسط حجم اصغر, حتى لوكان ذلك ليس له أي تأثير على اكبر الشركات وان هذه النتيجة تتفق مع مقولة بان البنوك التي تتمتع بقوة سوقية تقوم بأنشاء حاجز مالي بوادر للدخول مما يضر بقطاع ريادة الاعمال في الاقتصاد, وأيضا تم الاعتراف بحدوث ذلك لحماية ربحية المقترضين الحاليين.[٣]

[٤] ان وجود قطاع مالي متطور في دولة ما، يعمل بدوره على تعزيز كفاءة الوساطة المالية،

---

١ Paolo Coccorese ,OP,Cit p11-12

٢ Cetorelli N,Real effects of bank competition,Journal of Money, Credit and Banking,2004 ,(3)36, P543 – 558.

٣ Cetorelli N. and P.E. Strahan ,Finance as a barrier to entry: Bank competition and industry structure in local U.S. markets, Journal of Finance,2006 ,(1)61 ,P 437- 461.

٤ شهبون وفاء ،التحرر المالي وتأثيره على النمو الاقتصادي دراسة قياسية لحالة الجزائر ١٩٧٠ – ٢٠١٤،رسالة ماجستير مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ،جامعة ابي بكر بلقايد ،٢٠١٥ -٢٠١٦،ص ٢١ – ٢٢ .

وذلك عن طريق تخفيض تكاليف المعلومات والمعاملات كما انه يسمح بتحديد فرص الاستثمار الأكثر ربحية، ويقوم بتوفير التمويل اللازم لها، ويعمل على خفض المخاطر المالية، ويحسن من مستوى تعبئة الموارد المالية، الامر الذي يؤدي لا محاله الى توزيع أمثل للموارد المالية، وتراكم في راس المال المادي والبشري وتحقيق تقدم تكنولوجي أسرع مما يساهم في رفع النمو الاقتصادي. وقد أشاركل من (Gurley and Shaw1960) الى ان تطور القطاع المالي يؤثر على القطاع الحقيقي من جانبين: الأول اعتبر ان تطور القطاع المالي، سوف يحفز على تنوع المؤسسات المالية وبتالي سوف تزداد القدرات التمويلية. الثاني اعتبر ان وجود قطاع مالي متطور يسمح بتعبئة، وتوجيه الادخار نحو المشاريع الاستثمارية الأكثر إنتاجية وربحيه وبتالي يؤدي الى تحقيق النمو الاقتصادي.

وقد افترض Gurley and Shaw ثلاث أنظمة مالية:

♦ القطاع الأول: يتمثل بقطاع مالي متخلف لا تنتقل فيه الأموال بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجر المالي، أي الاعتماد على التمويل الذاتي، وان ذلك يؤدي الى انخفاض الادخار والاستثمار والنمو الاقتصادي.

♦ القطاع الثاني: يتمثل بالأسهم والسندات أي قطاع مالي لتمويل المباشر من خلال الأسواق المالية وله تأثير إيجابي على الادخار والاستثمار وتخصيص الموارد.

♦ القطاع الثالث: قطاع مالي يتميز بتعدد الأصول المالية (تنوع المحفظة المالية للمتعاملين)، وبتالي يسمح بتخصيص جيد للادخار نحو الاستثمار.

قياس المنافسة المصرفية في العراق

أولا: مؤشرات المنافسة المصرفية في العراق

بعد الاطلاع على الدراسات التي تبحث في قياس المنافسة المصرفية سواء المصادر العربية والأجنبية، تم اختيار المؤشرات الآتية التي من خلالها سيتم قياس المنافسة بين المصارف الخاصة العراقية، وهذه المؤشرات هي:

١- الموجودات

أن الموجودات تتسم بأهمية كبيرة، وذلك لدورها الفعال في نشاط المصارف، كما انها تعد من اهم ركائز المنافسة المصرفية، ويوضح الجدول (٧)متوسط الموجودات للمصارف الخاصة عينة الدراسة.

الجدول (٧) مجموع الموجودات للمصارف الخاصة (مليون دينار)

التسلسل	اسم المصرف	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	المتوسط
1	مصرف بغداد	١٥٦٠٢٠٥	١٢٩٣٩٥٢	١٠٩٠٠٠٠	١١١٣٠٠٠	١١٣٢٠٠٠	١٤١٩٠٠٠	١٢٦٨٠٢٦,١٦
2	التجاري العراقي المصرف	٣٤٦٦٦٩	٤٨٢٠٢٧	٤٦٠٧٠٢	٤٤٤١٣٨	٤٤٩٧٧٧	٦١٦٩٤٩	٤٦٦٧١٠,٣٣
3	مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار	٦٩٣٩٢٢	٧٠٠٤٨١	٧٤٨١٣١	٨٠٠٧٤٩	٦٥٨٢٣١	٦٤٧٨٦٨	٧٠٨٢٣٠,٣٣
4	المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية	٥٠٢٦٠٦	٤٦٤٣١٠	٤٦٩٧٣٩	٥٠٤٥٤٢	٧٨٢١٥٩	٨٠٦٠٩١	٥٨٨٢٤١,١٦
5	مصرف الاستثمار العراقي	٦٠٥١١٥	٦١٥٤٦٨	٥٧٣٧٠٦	٦٠٧٠٨٤	٥٢٩٨٢٩	٥٧١٤٨٠	٥٨٣٧٨٠,٣٣
6	مصرف المتحد للاستثمار	٧٣٥٩٣٠	٦٨٩٠٩٤	٥١٥٥٣٥	٥١٥٥٧٥	٦٠٤٣١٣	٦٩٩١٤٧	٦٢٤٩٣٢,٣٣
7	الأهلي العراقي المصرف	٥٦٣٥٤٩	٦١٢٧٢٥	٦٠٣٩٨٠	٥٢٥٧٥٧	٦٣٢٨٠٢	٨٩٣٩٦٤	٦٣٨٧٩٦,١٦
8	الائتمان العراقي مصرف	٦٢٢٨٨٨	٥٢٢٧٤٥	٤٧٦٦٣٨	٤٩٧٦٩٤	٥٢٢٥٣٦	٥٢٧٠٤٥	٥٢٨٢٥٧,٦٦
9	مصرف بابل	٣٧٠٩٣٦	٣٦٠٥٤٦	٣٢٨٥٣٢	٣٧٥٦٦٦	٤٥١٧٨١	٤٥٧٨٣٥	٦٦,٣٩٠٨٨٢
10	مصرف الاقتصاد للاستثمار والتمويل	٥٤٣٤٢٨	٥٣٣٩١٣	٥٠٦٧٣٤	٤٦٧٦١٦	٤٦٦٢٣٢	٤٥٩٧٧٢	٤٩٦٢٨٢,٥
11	مصرف سومر التجاري	٣٧٢٥٩٤	٣٦٤٠٧٥	٣٩٠١٧٦	٤٠٩٥٣٥	٣٥٠٣٨٧	٣٣٣١٦٥	٣٦٩٩٨٨,٦٦
12	الخليج التجاري مصرف	٨٤٧٤٢٢	٨٥٥٨٤١	٦٠٣٣١٢	٥٧٨٣٣٦	٥٤٩١٤٥	٥١٠٧٩٨	٦٥٧٤٧٥,٦٦
13	مصرف ايلاف الاسلامي	٥٢٥٠٤١	٤٠٩٨٦٢	٤٠٣٢٧٠	٤١٣٤١٢	٣٤٨١٥٩	٣٠٦٠٣٨	٤٠٠٩٦٣,٦٦
14	مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	٣٨٧٤٨٤	٤٣٤٤٩٧	٤٠٩٤٠٧	٤٠٩٧٤٠	٤١٠١٦٧	٣٩٧٤٤٩	٤٠٨١٢٤
15	مصرف الشمال للتمويل الاستثمار	٨٥٨٣١٥	٦٨٥٤٢٠	٤٦٢٥٤٩	٤١٦٠٥٤	٣٩٨٨٥٨	٤٢٧٩٠٧	٥٤١٥١٧,١٦
16	الاتحاد العراقي مصرف	٧١٤٤٢٠	٦٨٣٩٠١	٥٨٩٤١٢	٥٤٨٥٥١	٤٧٩٦٥٣	٤٩٠٢٢٥	٥٨٤٣٦٠,٣٣
18	مصرف دجلة والفرات للتنمية والاستثمار	٣٥٨٨٩٠	٣٠٧٩٧٥	١٠٢٣٢٧	٨٧٧٦٠	٢٥١٣١٥	٢٤٨٣٧	١٨٨٨٥٠,٦٦
19	مصرف اشور الدولي	٤٦٤٦٤٢	٤٢٩٦٤٨	٣٧٦٣١٥	٤٦٧٤٧٩	٤١٥٩٩٢	٤٧٣٩٥٤	٤٣٨٠٠٥
20	مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية	١٠٣٤٦٣٤	١٠٠٤٩٤٤	١٠٦٧٦١٢	١٢٦٧٢	١٢٥٢٠	١٤٣٣٠	٥٢٤٤٥٢
21	مصرف الوطني الإسلامي للاستثمار	٧٣٢٢٧١	٦٨٣٣٩٣	٧٨٠٩٥٠	٦٠٢٠٠٤	٥٢١١٤٥	٤٩١٣٨٥	٦٣٥١٩١,٣٣
22	مصرف البلاد الإسلامي للاستثمار والتمويل	٦٦٠٠٧٢	٦٥٨٥٦٣	٥٣٨٠٥٢	٥٤١٧٣٧	٥٥٥٦٢٥	٥٥٢٦٢٣	٥٨٤٤٤٥,٣٣
23	مصرف المنصور للاستثمار	١٠٩٢٤٨٤	١١٢٠٩٣٩	١٣١٦٠٠٠	١٥٦٦٠٠٠	١٤٦١٠٠٠	١٢٨٧٠٠٠	١٣٠٧٢٣٧,١٦
24	عبر العراق مصرف	٣٨٩٥٩٠	٤٤٨٦٥٦	٣٥١٩٢٨	٣٢٧٧٣٤	٣٤٦٦٤٦	٣٤١٨٩٦	٣٦٧٧٤١,٦٦

25	مصرف الإقليم التجاري (اميرالد سابقا)	٥٩٣٨٧٠	٦٧٧٩٨٦	٤٩٤٦٦٦	٩١٣٦١٧	٩٧٧٠١٣	٦٤٤٥١٨	٧١٦٩٤٥
26	مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي	٦١٢٠٢٨	٦٦٦٨٧١	٦٠٩٨٩٨	٦٥٩٧٥٩	٦٣٢٤٨١	٧٠٩٦٢٩	٦٤٨٤٤٤,٣٣
27	مصرف اربيل	٥٦٢٧٤٨	٥٣٠٦٧٥	٤٩٢٤٦١	٥٣٧٧٥٣	٥١٦٧٢٠	٥١٢٢٥٤	٥٢٥٤٣٥,١٦
28	مصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل	٨٠٥٧١٩	٦٦٨٤٣٨	٦٥٠٧٧٠	٦٦٠٩٦٠	٧٦٨٣٧٨	١٠٦٩٠	٥٩٤١٥٩,١٦

المصدر: -التقارير السنوية للمصارف اعداد مختلفة.

-النشرة الإحصائية السنوية، البنك المركزي العراقي، المديرية العامة للإحصاء والأبحاث اعداد مختلفة.

يتضح من الجدول (٧) ان المصارف العراقية الخاصة تمتلك موجودات كبيرة، وان مصرف بغداد جاء في المرتبة الأولى من حيث مجموع الموجودات بمتوسط بلغ (١٢٦٨٠٢٦,١٦) مليون دينار، ويليه مصرف الشمال بمتوسط (٥٤١٥١٧,١٦) مليون دينار، ثم مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية بمتوسط (٥٢٤٤٥٢) مليون دينار، ومن ثم مصرف المنصور للاستثمار بمتوسط (١٣٠٧٢٣٧,١٦) مليون دينار، ان هذا الارتفاع في موجودات المصارف الخاصة يعكس لنا ارتفاع الودائع المصرفية لدى هذه المصارف مقارنة بالمصارف الأخرى, وان هذه المصارف بإمكانها التوسع في منح الائتمان للزبائن , ولاسيما ان الاقتصاد العراقي بحاجة ماسة لمثل هذا الائتمان وذلك لتجاوز الازمات التي تعرض لها, وإعادة بناء ما تعرض له من دمار, في حين جاءت مصارف (عبر العراق , والتعاون الإسلامي للتنمية والاستثمار, وسومر التجاري ودجلة والفرات للتنمية والاستثمار) في المراتب الأربعة الأخيرة من حيث متوسط الموجودات , وذلك نتيجة انخفاض الودائع لدى هذه المصارف, مما اثر سلبا على اجمالي الموجودات لديها.

٢- الودائع

ان الودائع تعتبر من الركائز الأساسية لعمل المصارف الخاصة، فهي بمثابة المحرك لنشاط هذه المصارف، ومن خلالها بالإمكان معرفة مدى ثقة الجمهور في المصارف، وان الجدول (٨) يمثل الودائع لدى المصارف الخاصة العاملة في القطاع المصرفي العراقي.

الجدول (٨) مجموع قيم الودائع للمصارف الخاصة (مليون دينار)

التسلسل	اسم المصرف	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	المتوسط
1	مصرف بغداد	٨٩٧١٣٠	٨٢٧٩٢٦	٤٢٠٢٢٢	٤٤٦٨٧٨	٤٧٠٣٢٠	٦٧٧٩٣٥	٦٢٣٤٠١,٨٣

2	التجاري العراقي المصرف	٩٠٥٠٦	١١٧٧٣٧	١٣٤٢٢٥	١٣٤٥٤٩	١٤٦٠١١	٢٧٢٧٤٥	١٤٩٢٩٥,٥
3	مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار	٣٣١٦٦٦	٣٢٦٥١٧	٣٣٢٥٧٩	٤٣٧٩٢١	٢٧٩٢١٥	٢٧٦١٨١	٣٣٠٦٧٩,٨٣
4	المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية	١٨٧٢٧١	١٧٦١٢٥	١١٥٧٥١	١٦٢٣٤٥	٢٨١٩٦٩	٢٤٥٠٢٦	١٩٤٧٤٧,٨٣
5	مصرف الاستثمار العراقي	٢٦٠١٠٩	٢٨٣٩٧٥	٢٦٣٨٥٧	٢٥٧٥٣٩	٢٦٦٤٣١	٢٩٦٥٩٧	٢٥٤٧٥١,٣٣
6	مصرف المتحد للاستثمار	٢٢٨٩٠٢	١٣٩١٢٤	١٠٣٩٠٣	٧٣٢٦٩	٦٩٤٣٨	١٥٢٢٣٤	١٢٧٨١١,٦٦
7	الأهلي العراقي المصرف	٢٦٧٥٦٥	٢٧٧٧٨٨	١٨٤٧٢٩	١٩٠٧٣٢	٢٥٥٥٧	٤١٩٢٣٥	٢٢٧٦٠١
8	الائتمان العراقي مصرف	١٦٢٠٤٣	١٨١٨٢٧	١٦٢٣٦٦	٢٠٨٣٥٩	٢٠٨٣٥٨	٢١٧٥٠١	١٩٠٠٧٥,٦٦
9	مصرف بابل	٩٩٩٤٣	٧٢٢٣٧	٣١٩٨٢	٦٩٢٤٧	١٤٢٢٢١	١٤٩١٩٧	٩٤١٣٧,٨٣
10	مصرف الاقتصاد للاستثمار والتمويل	٢٠١٩٩٠	١٨٤٣٠١	١٣١٤٨٧	٩٦٢٢٣	٩٠٤٢٧	٨٨٨٧٩	١٣٢٢١٧,٨٣
11	مصرف سومر التجاري	٩٢١٥٣	٨١٢٦٠	٨٩٧٧١	٨٠٧٤٥	٤٤١١٢	٥٤٥٩٤	٧٣٧٧٢,٥
12	الخليج التجاري مصرف	٤٠٩٢٢٠	٤٢٧٢٠٠	٢٦٥٨٠٣	٢٣٢٩٧٨	٢٠١٥٨٠	١٨٠٧٦٧	٢٨٦٢٥٨
13	مصرف ايلاف الاسلامي	١٨٨٩٣٢	١٠٦٤٩٧	٧٠٨٨١	٨٥٢٢٧	٤٨٤٩٣	٢٤٩٧٤	٨٧٥٠٠,٥
14	مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	٨٦٤٩٦	١٢٧٤٨٦	١٢٧١٧٣	١٣٦٨٤٣	٧٨٨٤٧	٧٧٤٤٥	١٠٥٧١٥
15	مصرف الشمال للتمويل الاستثمار	٤٣٩٥٣٧	١٧١٧٦٦	٩٤٧٤٧	٨٠٨٨٨	٨٤٤٠٤	١٠٠٠١٩	١٦١٨٩٣,٥
16	الاتحاد العراقي مصرف	٣٤٦٠٠٠	٢٩٧٠٧٦	١٩٥٤٢٤	١٧٣١٨١	٩٧١٨٠	٨٨٤٦٠	١٩٩٥٥٣,٥
18	مصرف دجلة والفرات للتنمية والاستثمار	٧٧٠٨٧	٧٤٣٧٤	٧٢٤١٣	٦٤١٦٣	٤٢٨٧٧	٤١٠١٢	٦١٩٨٧,٦٦
19	مصرف اشور الدولي	١١٥٤٩٨	٩٤٨٢٩	٨١٢٦٧	١٧٧٣٥٥	١٣٩١٧٢	١١٣٠٩٣	٤٢٠٤٤,١٦
20	مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية	٤٢٨٣٢٠	٣٣٨٠١٧	٣٢٠٦٨٤	٥٦٩٩٦٦	٥٥٥٦٠٦	٦٣٦٠٧٠	٤٧٤٢٨٧٧,١٦
21	مصرف الوطني الإسلامي للاستثمار	٣٧٦٢٣٦	٣٢٩٧٩٤	٤٥١٩٠٠	٢٨٢٢٠٦	٢١٤٢٣١	١٧٧٧٦٧	٣٠٥٣٥٥,٦٦
22	مصرف البلاد الإسلامي للاستثمار والتمويل	١٩٧٧٨٨	٢٧١٤١٢	١٧٠٨٤٩	١٥٣٦٢٨	١٤٤٨٥٠	٩٣٧٨٤	١٧٢٠٥١,٨٣
23	مصرف المنصور للاستثمار	٧٥٣٣٧٣	٧٨٨٢٨٠	٩٧٧٥٣٥	١٢٣٩٣	٢٦٦٦٥	١٣٣١٦	٤٢٨٥٩٣,٦٦
24	عبر العراق مصرف	٩٦٤٠٩	١٢٣٧٩٤	٣٦٤٧١	٣٧٨٨٧	٦١٢٥٢	٣٩٦٠٥	٦٥٩٠٣
25	مصرف الإقليم التجاري (اميراند سابقا)	٢٤٠٠٠٠	١٥٩٠٠٠	٢٠٩٠٠٠	٥٢٧٠٠٠	٥٩٠٠٠٠	٢٧٩٠٠٠	٢٩٢٠٠٠

26	مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي	١٩٨٠٢٩	٣١٥٥٥٠	٢٥٦٥١٨	٣٢٨٧٦٥	٣٠٦٥٣٧	٣٨٠٤٨٤	٢٩٧٦٤٧,١٦
27	مصرف اربيل	٢٤٢٧٨٧	٢٢٧١٧٦	١٤٦١٣٢	١٩٤٧٦٥	١٧٦٧٠٢	١٣٤٦٩٥	١٨٧٠٤٢,٨٣
28	مصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل	٤٥٤١٢٠	٣١١٩٢٢	٣١٩٨٧٥	٣٢٦٤٧٢	٤٠٥٧٣٧	٦٥٩٤٧٣	٤١٢٩٣٣,١٦

المصدر: التقارير السنوية للمصارف (٢٠١٥ – ٢٠٢٠)، اعداد مختلفة.

يتضح من الجدول (٨) ان مصرف بغداد يحتل المرتبة الأولى حيث بلغ متوسط الودائع لديه

(٦٢٣٤٠١,٨٣) مليون دينار، وذلك بسبب ارتفاع ثقة الجمهور اوالزبائن في هذا المصرف، فضلا عن الإدارة الجيدة لهذا المصرف ودورها في جذب أكبر قدر ممكن من ودائع الزبائن، ومن ثم يليه مصرف الشمال للتمويل والاستثمار بمتوسط (١١١٨٩٣,٥) مليون دينار، ثم مصرف المنصور للاستثمار بمتوسط (١١١٨٩٣,٥) مليون دينار، ثم مصرف المنصور للاستثمار بمتوسط (٤٢٨٥٩٣,٦٦) مليون دينار، ويليه مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية بمتوسط (٤٧٤٧٧٧,١٦) مليون دينار. ان ارتفاع حجم الودائع لدى المصارف الخاصة يعكس لنا ارتفاع حجم السيولة لدى هذه المصارف وهو مؤشر جيد للمصرف، ومن ثم تنخفض احتمالية تعرضها لمخاطر السيولة، ومن جهة أخرى فان ارتفاع حجم الودائع لدى المصارف الخاصة بنسبة كبيرة يعد مؤشر سلبي، اذ ان الافراد بدلا من ان يستثمروا أموالهم في المشروعات أصبحوا يستثمرونها في المصارف، وهذا يؤثر وبشكل سلبي على الاستثمار المحلي. فيما جاءت المصارف (عبر العراق، واشور الدولي للاستثمار، وسومر التجاري) في المراتب الأربعة الأخيرة من حيث متوسط الودائع. وان الجدول (٨) يوضح ودائع كل مصرف على حدة ومتوسط هذه الودائع للمدة (٢٠١٥ -٢٠٢٠)، اذ يتبين ان الودائع لدى المصارف الخاصة في تطورا مستمر للمدة (٢٠١٥ –٢٠١٨) ولكن في عامي (٢٠١٩) و(٢٠٢٠) تراجعت الودائع لدى اغلب المصارف الخاصة، وذلك بسبب التدهور في الوضع الأمني، فضلا عن الازمة المالية التي تعرض لها الاقتصاد العراقي، نتيجة لانخفاض أسعار النفط في الأسواق الدولية.

٣- القروض

تعد القروض المصرفية المورد الأساسي الذي يعتمد عليه المصرف للحصول على ايراداته، اذ تمثل الجانب الأكبر من استخداماته، ولذلك تولي المصارف الخاصة القروض المصرفية عناية خاصة، وان القروض المصرفية التي تعطيها المصارف التجارية تعد من العوامل المهمة لعملية خلق الائتمان والتي تنشأ عنها زيادة الودائع والنقد المتداول، وان منح القروض يمكن المصارف من الاسهام في النشاط الاقتصادي، والتقدم والرخاء الاقتصاديين.

ويبين الجدول (٩) القروض الممنوحة من المصارف الخاصة.

الجدول (٩) مجموع القروض للمصارف الخاصة (مليون دينار)

التسلسل	اسم المصرف	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	المتوسط
١	بغداد مصرف	٢٣٥٧١٨	١٩٥٠٦٦	٨٢٤٣١٦	٨٤٦٧٩٥	١١٣٢	١٤١٩	٣٥٠٧٤١
٢	التجاري العراقي المصرف	٩٨٣٥	٩٩٠٣	١٦٨٨٠٧	١٥٩٩٨٧	١٧٧٣٦٣	٣٠٩١٩٤	١٣٩١٨١,٥
٣	مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار	١٤٩٩٢٥	١٢٦٣٤٦	٤٧٧٢٣٣	٥٣٣٢٨٢	٣٩٠٩٤١	٣٨٢٩٧٧	٣٤٣٤٥٠,٦٦
٤	المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية	١٢٣٨٨٣	١٥٠٧٩٨	٢٠١٩٨٧	٢٤١٩٤٥	٥١٠٠١٩	٥١٦٤٩٧	٢٩٠٨٥٤,٨٣
٥	مصرف الاستثمار العراقي	١٢٣٧٤١	١٠٣٤٠١	٢٩٠٦٢٣	٣٢٣٩٨٣	٢٦٩٢٠٣	٣٠٦٢٠٥	٢٣٦١٩٢,٦٦
٦	مصرف المتحد للاستثمار	٣٢٤٢٢٨	٢٧٢٦٥١	٢٢١٩٥٨	٢١١٨٠٥	٣٠٠٨٤٢	٣٩٥٥١٢	٢٨٧٨٣٢,٦٦
٧	الأهلي العراقي المصرف	١٨٤٠٤٢	١٢٤٦٨٢	٦٠٣٩٨٠	٥٢٥٧٥٧	٣٧٦١٦١	٥٨٦٤٨١	٤٠٠١٨٣,٨٣
٨	الائتمان العراقي مصرف	٦٦٤٤	٢٩٣٠	١٦١١٨١	١٨٤١٩٦	٢٢٥٤١٠	٢٣٣٣٤٥	١٣٥٦١٧,٦٦
٩	مصرف بابل	١٤٧٧١٠	١٤٠٨٧٩	٥٩٨٦٤	١٠٣٢٢٢	٤٥١٧٨١	٤٥٧٨٣٥	٢٢٦٨٨١,٨٣
١٠	مصرف الاقتصاد للاستثمار والتمويل	١٠٨٥٨٠	١٣٧٤٨	٢٦٣١٤٩	٢١٦٦٠٤	٤٦٦٢٣٢	٤٥٩٧٧٢	٢٣٨٠١٤,١٦
١١	مصرف سومر التجاري	١٠٤٥٢٣	٩٩٤٤٣	١٢٢٦٦٢	١٤١١١١	٨٠٩١٩	٧٠٢٣٩	١٠٣١٤٩,٥
١٢	الخليج التجاري مصرف	٢٨٠٤٧٠	٢٨٧٥٥٠	٢٨٢٤٢٥	٢٦٣٨٦٣	٢٤٢٤٣٦	٢٠٣٦٢٦	٢٦٠٠٦١,٦٦
١٣	مصرف ايلاف الاسلامي	١٣٢٨٤٧	١٤٤٠٣١	٣٧٤٩٢٠	٤١٣٤١٢	٨٩٤٥٠	٤٠٩٤٦	١٩٩٢٦٧,٦٦
١٤	مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	١٥٦٩٠٦	١٧٢٣١٨	١٣٨٧٦٤	١٤٣٩٦٥	١٤١٧٠٦	١٢٧٨٦٠	١٤٦٩١٩,٨٣
١٥	مصرف الشمال للتمويل الاستثمار	٣٤٧٤٧٩	٢٥٩٨٤٩	١٦٩٤٣٣	١٣٨٠٧٧	١٣٣٤٢٩	١٦٥٣٤٣	٢٠٢٢٦٨,٣٣
١٦	الاتحاد العراقي مصرف	٣٨١٨١٣	٣٦٩٩٦٣	٣٢٨٤٢٨	٢٨٧٥٠٨	٢١٦٩٧٠	٢٢٦٧١٩	٣٠١٩٠٠,١٦
١٨	مصرف دجلة والفرات للتنمية والاستثمار	٢٣٨٨٢٩	٩٣١٠٧	١٤٣٠٢٩	١٣٦٩٨٠	٢٨٢١٨٦	٢٧٩٢٥٤	١٩٥٥٦٤,١٦
١٩	مصرف اشور الدولي	٦٠٥١٥	٥٢٩٨٩	٣٧٥٧٩٥	٤٦٧٤٧٩	٤١٥٩٩٢	٤٧٣٩٥٤	٣٠٧٧٨٧,٣٣
٢٠	مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية	٨٧٥٧٠	٤٩٢٦٢	٤٥٧٦٤١	٦٤٦٤٧٧	٦٣٧٢٢٣	٨٠٤٥٢٥	٤٤٧١١٦,٣٣
٢١	مصرف الوطني الإسلامي للاستثمار	٤٥٩٣٧٠	٤٥٤٩٧٢	٤٩٢٥٩٨	٣٢٥١٤٣	٥٢١١٤٥	٤٩١٣٨٥	٣٨٩٨١٧,١٦
٢٢	مصرف البلاد الإسلامي للاستثمار والتمويل	١٤٥١٥٨	١٠٧٨٦٢	٢٨٣٧٠٤	٢٩٧١١٣	٣١٦٤٩٧	٣١٠٩٨٩	٢٤٣٥٥٣,٨٣

٢٣	مصرف المنصور للاستثمار	١١٤٤٧١	١٢٢١٨٩	١٠٢٦٠	١٢٦٩٠	١١٨١٠	١٠٠٠٠	٤٦٩٠٣,٣٣
٢٤	عبر العراق مصرف	١٦٤٨١٤	١٦٣٨٦٧	١٣٩٣١٩	٧٤١٦٦	٧٩٧٠٦	٧٣٧٠٢	١١٥٩٢٩
٢٥	مصرف الإقليم التجاري (اميرالد سابقا)	١٨٨٩٩٢	٢١٠٢٥٨	٢٢٥٢٧٤	٦٣٥٦٦٩	٦٨٦٢٢٦	٣٤٦٠٩٦	٣٨٢٠٨٥,٨٣
٢٦	مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي	٢٦٠٣٠٣	١٧١٤٣٦	٣٦٨٧٦٠	٣٤٠٩٧٩	٣٤٠٩٧٩	٤٣١٦٤٣	٣١٩٠١٦,٦٦
٢٧	مصرف اربيل للاستثمار والتمويل	٨٨٣٧٢	١٠٠٠٤٧	٢١١٠٦٥	٢٦٠٣٧٦	٢٤٧١٢٤	٢٣٦٥٧٠	١٩٠٥٩٢,٣٣
٢٨	مصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل	٢٩٩١٨٤	٢٨٥٦٧٢	٣٨١٣٣٩	٣٩٦٨٦٥	٤٩٩١١٧	٧٨٧٢٥٠	٤٤١٥٧١,١٦

المصدر: التقارير السنوية للمصارف (٢٠١٥ – ٢٠٢٠) اعداد مختلفة.

يتبين من الجدول (٩) ان مصرف الشمال للتمويل والاستثمار قد جاء بالمرتبة الأولى من حيث متوسط القروض الممنوحة, من قبل المصارف الخاصة بمتوسط بلغ (٢١٩٦٤١,٨٣) مليون دينار، ويليه مصرف المتحد للاستثمار بمتوسط (٢٩٩٠١٦,٦٦) مليون دينار، ثم المصرف الوطني الإسلامي للاستثمار بمتوسط (٣٦٤٩٠١,٣٣) مليون دينار, ومن ثم مصرف الاتحاد العراقي بمتوسط (٢٢٧٦٦٧) مليون دينار, وعلى الرغم من ارتفاع متوسط القروض للمصارف الخاصة, الا انها مازالت دون المستوى المطلوب ,اذا تمت مقارنتها بحجم الودائع لدى المصارف الخاصة, فيما جاءت المصارف (الائتمان, والتجاري العراقي , ومصرف اشور الدولي للاستثمار) في المراتب الأربعة الأخيرة من حيث متوسط القروض الممنوحة, وذلك لعدة أسباب منها ارتفاع الفوائد على هذه القروض مقارنة مع الفوائد على الودائع, فضلا عن ارتفاع مخاطر منح القروض, وذلك لعدم وجود ضمانات كافية من جهة, وارتفاع قيمة الضمانات من جهة اخرى, وعدم وجود مؤسسات استعلام ائتماني لطالبي القروض, جعل من المصارف تتريث في التوسع في منح القروض تخوفا من ان تتحول هذه القروض الى قروض متعثرة يصعب تحصيلها في وقت سدا دها.

٤- الإيرادات الكلية

ان المصارف الخاصة التقليدية منها والإسلامية تهدف الى تحقيق اعلى الإيرادات من خلال الأنشطة المصرفية المختلفة التي تقوم بها مثل (، بيع وشراء العملات الأجنبية، الائتمان النقدي، اصدار الحوالات، وإصدار خطابات، فتح الاعتمادات المستندية)، وغيرها من الأنشطة المصرفية التي تعد المكون الأساسي لحساب إيرادات العمليات المصرفية. وان الجدول (١٠) يوضح الإيرادات الكلية للمصارف الخاصة.

الجدول (١٠) مجموع الإيرادات الكلية للمصارف الخاصة (مليون دينار)

التسلسل	اسم المصرف	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	المتوسط
١	بغداد مصرف	٨٩٧٦٥	٨٨٤٥٥	٥٣٤٧٤	٣٦٥٦٨	٣٩٩٩٠	٦٠٥٥٢	٦١٤٦٧,٣٣
٢	التجاري العراقي المصرف	١٧٩٢٣	١٧٩٨٣	٢٣٨٦٤	١٩٧٦٩	٢١٠٠٦	١٧٧١٨	١٩٧١٠,٥
٣	مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار	٤٣٧١٨	٤٢٧١١	١٩٦٦٩	١٠٩٧٥	١٨٩١	١٦٣٣	٢٠٠٩٩,٥
٤	المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية	١٩٦٠١	١٨٨٩٨	٢١٠٠٦	١٧٧١٨	٢٧٣١٦	٢٩٩١٦	٢٢٤٠٩,١٦
٥	مصرف الاستثمار العراقي	٤٠٨٩٠	٢٨٧٣٩	٢٨٦٦٢	٢١٧٦٦	١١٧٧١	١٦٤٤٠	٢٤٧١١,٣٣
٦	مصرف المتحد للاستثمار	٤٤٨٥٤	٢٣٦٣٥	١٨٥٣٦	١٣٥٩٣	١٠٩١٨٥	٤٨٧٧	٣٥٧٨٠
٧	الأهلي العراقي المصرف	٣٧١٨٠	٤٤٧٨٦	٣٧٢٤٢	١٣٩٢٨	٣٠٨٢٤	٤٦٢٩٣	٣٥٠٤٢,١٦
٨	الائتمان العراقي مصرف	٣٨٤٦٦	١٦٩٧	١٤٧٠٠	١٤٢١٠	٤٨٤٧	٤٧٦٤	١٣١١٤
٩	مصرف بابل	٢٣٦٤٢	٢٤٥٧٥	١٦١٤٥	١٣٣٢٥	٥٦٦٨	٤٠٢٠	١٤٥٦٢,٥
١٠	مصرف الاقتصاد للاستثمار والتمويل	٣٠٣٦٦	١١١٩٨	٧٦٣٠	١٤٥٤٩	١٧٨٢١	١٥٠٩٦	١٦١١٠
١١	مصرف سومر التجاري	١٣٧٠٧	١٤٤٢٠	٩٢٤١	٤١٨٩	٥٢٣٣	٤٠٩٨	٣٧٩٣,٥
١٢	الخليج التجاري مصرف	٦٤٧٠٤	١٩٤٥٨	١٢٩٢١	١١٦٩٩	٩٠٤٣	١١٦٨٥	٢١٥٨٥,٥
١٣	مصرف ايلاف الاسلامي	١١٧٧٦	١١٨٢١	١٢٢٨٢	٩٦٧٦	٢٠٦١٣١	٣٤١٥	٤٢٥١٦,٨٣
١٤	مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	٧٢٢٣	٩١٥١	١١٢٦٦	١٠٣٩٩	٩٠٩١	٦٢٧٣	٨٩٠٠,٥
١٥	مصرف الشمال للتمويل الاستثمار	٤٨٥٦٦	٣٤٥٩٣	١٢٠٥٠	٤٦٩١	١٢٨٨	١٠٥٥٣	١٨٦٢٣,٥
١٦	الاتحاد العراقي مصرف	٧٧٦٢٣	٣٨١٥٤	١٠٩٩٥	١٠٧٤٩	٩٢٥٣	٨١٠٨	٢٥٨١٣,٦٦
١٨	مصرف دجلة والفرات للتنمية والاستثمار	٦٣٨٨٣	٧١١٥	١٤٦٢٦	١٥١٧٨	١١٣٧٥	٧٠٣٩	١٩٨٦٩,٣٣
١٩	مصرف اشور الدولي	٣٣١٩١	٣٤٣٤٣	٢٠٢٠٦	١٧١٤٠	١٦١٢٦	٧٩٤٩٨	٣٣٤١٧,٣٣
٢٠	مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية	٧٩٧٦٨	٩٣٣٩١	٢١٠٠٥	١١١٨٤	١٣٦١١	٣٤٦	٣٦٥٥٠,٨٣
٢١	مصرف الوطني الإسلامي للاستثمار	٥٣٢١٣	٤١٧٤٥	٣٨٨٧١	١٦٧٦٤	٨٤٣٦	٧١٥٣	٢٧٦٩٧
٢٢	مصرف البلاد الإسلامي للاستثمار والتمويل	٢٤٠٠٢	٢٧٨٧٠	٢١٤٠١	٤٢٩٢	٣٣٣٥	٢٣٨٩	١٣٨٨١,٥
٢٣	مصرف المنصور للاستثمار	٣٨١٠٢	٢٦٠٨٥	٢٥٧٩٥	٣٣٣٨٢	١٠٣٠٩٣	٨٨١٣١	٥٢٤٣١,٣٣

٢٤	عبر العراق مصرف	٢٤٣٦٥	٣١٨٠٠	١٥٠٩٧	١٥٠٩٢	٩٧٣٥	٩٦٨٦	١٧٦٢٩,١٦
٢٥	مصرف الإقليم التجاري (اميراند سابقا)	٢٢٤١٥	٢٣٢٨٠	٢٠١٨٥	٢٢٦٩٣	٤٠٩١٧	٤٢٥٩٤	٢٨٦٨٠,٦٦
٢٦	مصرف جيهان للاستثمار والتمويل	٤٩٤٠٨	٤٣٦٩٠	٧٣٦٩٨٥	١١٥٩	١٨١٩	٤٠٩٥	١٣٩٥٢٦
٢٧	مصرف اربيل للاستثمار والتمويل	١٦٣٢٣	١٤٦٠٤	١٣٤٠٠	٢١٤٣١	١٩٦٨٩	١٥٢٣٣	١٦٧٨٠
٢٨	مصرف التنمية الدولي الاستثماراوالتمويل	٤١٧٨٩	٤١٦٨٢	٤٩٢٦٨	٤٥٤٩٣	٤٢٧٠٠	٦٢٣٤٨	٤٧٢١٣,٣٣

المصدر: التقارير السنوية للمصارف (٢٠١٤-٢٠٢٠) اعداد مختلفة.

من خلال الجدول (١٠) يتضح ان لم تتناسب إيرادات المصارف مع حجمها (مجموع الميزانية العامة) عند بعض المصارف, فمتوسط إيرادات اكبر المصارف من حيث الحجم وهو مصرف بغداد جاءت في المرتبة الثانية بعد متوسط إيرادات مصرف الشمال التي بلغت (١٨٦٢٣,٥) مليون دينار, في حين ان متوسط إيرادات مصرف بغداد بلغت (٦١٤٦٧,٣٣) مليون دينار على الرغم من ان مصرف الشمال اقل حجما من مصرف بغداد, وثم جاء مصرف كوردستان الدولي للاستثمار والتنمية بالمرتبة الثالثة بمتوسط بلغ (٤٧٢١٣,٣٣) مليون دينار, وجاء في المرتبة الرابعة مصرف المتحد للاستثمار بمتوسط بلغ (٣٥٧٥٠) مليون دينار, فيما كانت المصارف (عبر العراق, وايلاف الاسلامي, والمصرف التجاري العراقي) اقل من بين المصارف الخاصة عينه الدراسة.

ثانيا: قياس المنافسة المصرفية في العراق

سوف يتم في هذا المبحث قياس المنافسة بين المصارف العاملة في القطاع المصرفي العراقي للمدة (٢٠٠٥ - ٢٠٢١):

١- مصارف الملكية العامة: والبالغ عددها (٦) مصارف، ومن خلال بيانات الملحق (١) و(٢) تم التوصل الى قيمة اختبار مؤشر هير فندال- هيرشمان للمصارف الحكومية العاملة في القطاع المصرفي العراقي وكما مبينة في الجدول (١٣).

الجدول (١٣) نتائج اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان (HHI) للمصارف العامة

السنة	قيمة المؤشر	السنة	قيمة المؤشر
٢٠٠٥	—	٢٠١٤	٣٧١٤,٨٢٣
٢٠٠٦	٨٩٠٧,٢	٢٠١٥	٣٨٩٣,٥٢٩
٢٠٠٧	٨٢١١,٢٨٣	٢٠١٦	٤٠٠٨,٨٦٤
٢٠٠٨	٨٣٠٠,٠١	٢٠١٧	٣٥٠٣,٩١٩

٢٠٠٩	٧٧٦٦,٤٤٢٧٤	٢٠١٨	٣١٥٨,٠٨٢
٢٠١٠	٧٤٢٣,٤٣٦	٢٠١٩	٣١٧٨,٥٠٦
٢٠١١	٤٧٨٣,٢١٤	٢٠٢٠	٣١٧٨,٥٠٢
٢٠١٢	٣٧٣٤,٥٢	٢٠٢١	٣١١٤,٧٢٦
٢٠١٣	٣٦٨٧,٩١٢		

المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات الملحق (١) و(٢).

تشير نتائج اختبار HHI في الجدول (١٣) الى أن درجة التركز بلغت (٨٩٠٧,٢) نقطة في عام (٢٠٠٦)، وهذا يعني أن المصارف الحكومية مركزة للغاية (احتكار)، وان المنافسة ضعيفة بين هذه المصارف، ثم اخذت قيمة المؤشر بالانخفاض التدريجي حتى وصلت الى (٤٠٠٨,٨٦٤) نقطة عام (٢٠١٦) , ٢٠١٨)، واستمر بالانخفاض حتى وصل عام (٢٠٢١ الى (٣١١٤,٧٢٦) ويرجع السبب في ذلك الى هيمنة مصرفي الرافدين والرشيد على النشاط المصرفي الحكومي, وامتلاكهما حصص سوقية كبيرة بسبب ارتفاع حجم الموجودات لهذين المصرفين, وكذلك بسبب عدد الفروع المصرفية الكثيرة التابعة لهما اذ يبلغ فروعهما (٣١٨) فرعا من مجموع (٤١٣) فرع للمصارف الحكومية. وفي حالة استبعاد هذين المصرفين فإن درجة التركز لم تتجاوز (١٠٠٠) نقطة وهذا يدل على السيطرة الكبيرة لمصرفي الرافدين والرشيد على السوق المصرفية. وهذا ينعكس بشكل إيجابي على القطاع المصرفي العراقي.

٢- المصارف التقليدية الخاصة: بناءً على معطيات الملحق (١) و(٢) تم التوصل إلى قيمة اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان للمصارف التجارية المحلية والاجنبية عينة الدراسة العاملة في القطاع العراقي والبالغ عددها (٤٣) مصرفًا، وكما مبينة في الجدول (١٤).

الجدول (١٤) نتائج اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان (HHI) للمصارف الخاصة

السنة	قيمة المؤشر	السنة	قيمة المؤشر
٢٠٠٥	—	٢٠١٤	٥٢٤,٢٠٣
٢٠٠٦	٩٤٢,٥١٧٤	٢٠١٥	٤٨٤,٨٨١٩
٢٠٠٧	٨٣٦,٧٢٧	٢٠١٦	٤٦٧,١٩١٢
٢٠٠٨	١٠٤٠,٩٩٢	٢٠١٧	٤٧٢,٨٢
٢٠٠٩	٧١٦,٤٠٥٢	٢٠١٨	٤٩١,٢١٤
٢٠١٠	٦٦٢,٦٠٢١	٢٠١٩	٤٨٨,٠٥٥
٢٠١١	٦٠٢,٣٩٣٢	٢٠٢٠	٤٩٤,١٠٣٦
٢٠١٢	٦٠٩,٩١١٤	٢٠٢١	٥٢٨,٠٦٥
٢٠١٣	٥٧٨,٢٥		

المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات الملحق (١) و(٢).

يتضح من الجدول (١٤) يتضح أنّه توجد تركزات لدى المصارف الخاصة بضمنها الأجنبية، أي أنَّ المنافسة بين هذه المصارف هي منافسة احتكارية، إذ كانت قيمة مؤشر HHI (٨٣٦,٧٢٧) نقطة في عام (٢٠٠٧)، بعدها أخذت بالتذبذب انخفاضا وارتفاعا الى أن وصلت (٥٢٨,٠٦٥) نقطة لعام (٢٠٢١)، وهذا مؤشر جيد يعكس ارتفاع درجة المنافسة بين المصارف الخاصة العاملة في القطاع المصرفي العراقي، وتقديم أفضل الخدمات للزبائن، فضلًا عن استحداث خدمات مصرفية جديدة، ومن ثَمَّ سينعكس هذا بشكل ايجابي على كفاءة القطاع المصرفي العراقي.

٣- المصارف الإسلامية المحلية: والبالغ عددها (٨) مصارف، فمن خلال معطيات الملحق (٣) ومن تم التوصل إلى قيمة اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان للمصارف الخاصة الإسلامية المحلية العاملة في القطاع العراقي، وكما مبينة في الجدول (١٥).

الجدول (١٥) نتائج اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان (HHI) للمصارف الاسلامية

السنة	قيمة المؤشر	السنة	قيمة المؤشر
٢٠٠٥	—	٢٠١٤	١٤٩٣,١٩١
٢٠٠٦	٥٧٨٢,٢٨٨	٢٠١٥	١٤٠٦,٠٤٩
٢٠٠٧	٢٥٦٣,٠١	٢٠١٦	٨٨٧,٦٢٥٤
٢٠٠٨	٢٩٦٩,١٥٤	٢٠١٧	٦٧١,٦٧٢٥
٢٠٠٩	٢٧٠٧,٩٨٥	٢٠١٨	٦٤٤,١٣١٧
٢٠١٠	١٨٨٨,٤٦٤	٢٠١٩	٥٨٨,٩٤٥٦
٢٠١١	١٤١٧,٤٧٤	٢٠٢٠	٥٨٢,٤٤٣٩
٢٠١٢	١٤٠٧,٥٥٩	٢٠٢١	٥١٣,٢٠٧٦
٢٠١٣	١٤٧٥,٦٧٤		

المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات الملحق (١) و(٢).

يبين الجدول (١٥) أنَّ التركزات لدى المصارف الخاصة الإسلامية هي تركزات معتدلة، أي أنَّ المنافسة بين المصارف الإسلامية المحلية هي منافسة احتكارية، إذ كانت قيمة مؤشر HHI (٥٧٨٢,٢٨٨) نقطة في عام (٢٠٠٦)، ثم أخذت بالارتفاع والانخفاض إلى أن وصلت في عام (٢٠٢١) (٥١٣,٢٠٧٦) نقطة. إنَّ الارتفاع في قيمة مؤشر HHI للمصارف الاسلامية يبين أنَّ هناك عددًا من المصارف الإسلامية تهيمن على السوق المصرفية؛ بسبب امتلاكها حصة سوقية كبيرة، وجذب أغلب المودعين لها، ممّا جعلها تحقق إيرادات مرتفعة مقارنة بالمصارف

الخاصة الإسلامية الأخرى يتضح من خلال التحليل السابق إنَّ لنشاط المصارف دور هام في السيطرة على السوق المصرفية، إذ إنَّ المصارف التقليدية ونتيجة لارتفاع عددها وحجم موجوداتها كانت التركزات فيها منخفضة أي ان المنافسة فيها مرتفعة، بينما التركزات في المصارف الإسلامية تركزات معتدلة (منافسة احتكارية)؛ بسبب قلة عدد هذه المصارف.

٤- المصارف الاسلامية الأجنبية: تركزات المصارف الأجنبية: والبالغ عددها (١٣) مصرفًا، فمن خلال معطيات الملحق (٣) تم التوصل إلى قيمة اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان للمصارف الأجنبية التقليدية والإسلامية العاملة في القطاع العراقي، وكما مبينة في الجدول (١٦).

الجدول (١٦) نتائج اختبار مؤشر هيرفندال- هيرشمان (HHI) للمصارف الاجنبية

السنة	قيمة المؤشر	السنة	قيمة المؤشر
٢٠٠٥	—	٢٠١٤	٩٩٨,١٦
٢٠٠٦	—	٢٠١٥	٩٣٦,٥٢٤٢
٢٠٠٧	—	٢٠١٦	١٠٢٤,١٧٣
٢٠٠٨	٥٧٩٠,٨٥١	٢٠١٧	٩٥٧,٣٢١٧
٢٠٠٩	٤٥٩٩,٠٨٧	٢٠١٨	٨٩٨,٨٥١٣
٢٠١٠	٣٤٨٣,٩٢٩	٢٠١٩	٩٢٦,٤٢٦١
٢٠١١	٢٣٣١,٧٠٣	٢٠٢٠	٩٧٧,٤٩٣٤٣٦٧
٢٠١٢	١٥٣٥,٤٣٣	٢٠٢١	١٣٠٢,٨٩٦
٢٠١٣	١٢٨٥,٩٤		

المصدر: من عمل الباحثة بالاعتماد على بيانات الملحق (١) و(٢).

يبين الجدول (١٦) أنَّ التركزات لدى المصارف الخاصة الأجنبية هي تركزات معتدلة، أي أنَّ المنافسة بين هذه المصارف هي منافسة احتكارية؛ بسبب ارتفاع موجودات (٦) مصارف أجنبية، فبعد ان كانت قيمة مؤشر HHI (٥٧٩٠,٨٥١) نقطة لعام ٢٠٠٨، أصبحت (١٣٠٢,٨٩٦) نقطة لعام (٢٠٢١)، وهي ضمن التركزات المعتدلة أي أنَّ المنافسة بين المصارف الأجنبية هي منافسة احتكارية، بسبب انخفاض عددها.

ثالثاً:أ-إثر المنافسة المصرفية في نمو القطاع المصرفي:

أن المنافسة المصرفية هي حالة السوق المصرفية التي تنعكس على مؤشرات نمو القطاع المصرفي، ويظهر تأثيرها على مستويات نمو هذه المؤشرات وتطورها من خلال تأثير قوة المنافسة في السوق المصرفية على توجه الإدارات المصرفية لإدخال التطورات الحديثة في العمل المصرفي وتبني استراتيجيات تحسين الأداء المالي وخفض التكاليف وتحسين المنتجات المصرفية والخدمات السياسية، وربط سياسات الائتمان بمؤشرات السوق ومن خلال بيانات الجدول

(١٨) يتضح اتجاه تطور مؤشرات نمو القطاع المصرفي العراقي للمدة (٢٠٠٥-٢٠٢١).

الجدول (١٨) مؤشرات النمو في الاقتصاد للمدة (٢٠٠٥ – ٢٠٢١)

السنوات	الائتمان الممنوح للقطاع الخاص / GDP% مليون	الموجودات / GDP% مليون	الودائع / GDP % مليون	القروض / GDP% مليون	الاستثمارات المصرفية /GDP% مليون
٢٠٠٥	١,٢٩	٢٨٩,٩	١١,٥	١,١	١,٩
٢٠٠٦	١,٩	٢٦٥,١	١٧,٧	٢,٧	٢,٥
٢٠٠٧	٢,١	٢٥٣,١	٢٣,٤	٣,١	٣,٤
٢٠٠٨	٢,٥	١٩٥,٦	٤٩,٤	٢,٩	١,٩
٢٠٠٩	٣,٥	٢٥٥,٨	٢٩,٥	٤,٣	٢,٥
٢٠١٠	٥,٢	٢٢٤,٢	٢٩,٥	٧,٢	٣,٨
٢٠١١	٥,٢	٦٦,٢	٢٥,٨	٩,٣	٢,١٧
٢٠١٢	٥,٧	٥٠٤,٢	٢٤,٣	١١,١	١,٦
٢٠١٣	٦,١٩	٥١,٩	٢٥,١	١٠,٩	١,١
٢٠١٤	٦,٦	٥٦,٣	٢٧,٨	١٢,٨	٢,٠
٢٠١٥	٩,٢	٦٩,٩	٣٣,٠	١٨,٨	٥,٢
٢٠١٦	٩,٢	٦٧,٣	٣١,٦	١٨,٨	٨,٧
٢٠١٧	٠,٨	٥,٠	٣,٠	١,٧	١١,١
٢٠١٨	٧,٥	٤٥,٧	٢٨,٥	١٤,٣	٤,٩
٢٠١٩	٧,٦	٤٨,١	٢٩,٧	١٥,٢	٤,٣
٢٠٢٠	١١,٩	٦٤,٢	٣٩,٣	٢٣,٠	٣,٢
٢٠٢١	٩,٨	٥٢,٩	٣١,٩	١٧,٥	٣,٠

المصدر: - الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على النشرة الإحصائية السنوية للبنك المركزي العراقي، لسنوات مختلفة.

- بيانات البنك الدولي المنشورة على الرابط https://cbiraq.org/Default.aspx

أ- أثر المنافسة المصرفية في الائتمان الممنوح للقطاع الخاص: يعد الائتمان من المؤشرات المهمة التي تقيس درجة تطور القطاع المصرفي، لما له من دور في تحفيز النمو الاقتصادي، ويتضح انه كلما ترتفع قيمة مؤشرHHI يزداد الائتمان أي تقديم تسهيلات أكثر للجمهور سواء كان مودع او مقترض.

ب- إثر المنافسة المصرفية في الموجودات المصرفية: ان الموجودات تتسم بأهمية كبيرة، وذلك لدورها الفعال في نشاط المصارف، أن الموجودات لدى المصارف ترتفع مع انخفاض قيمة مؤشر HHI, وهذا يعني ان المنافسة المصرفية أثر إيجابي في الموجودات المصرفية.

ت- أثر المنافسة في الودائع المصرفية: ان الودائع تعد من اهم مصادر تمويل المصادر

التجارية، لذلك تحرص هذه المصارف على تنميتها، وذلك من خلال تنمية الوعي الادخاري في المجتمع، وعدم تعقيد إجراءات التعامل من حيث أيداع الأموال اوسحبها. أن الودائع المصرفية في ارتفاع مستمر للمدة (٢٠١١ – ٢٠١٤), بالتزامن مع ارتفاع درجة المنافسة بين المصارف التجارية الخاصة, التي تحاول الحصول على اكبر قدر من الودائع, وان الانخفاض في الودائع للمدة (٢٠١٥ – ٢٠١٧) ناجم عن عدة أسباب أهمها: زيادة نفقات الحرب على الإرهاب, ودعم النازحين والمهجرين, بسبب سيطرة الجماعات الإرهابية على محافظات الموصل والأنبار صلاح الدين, فضلا عن انخفاض أسعار النفط وما رافق ذلك من سياسات تقشفية من خلال خفض النفقات الحكومية , والذي انعكس على انخفاض الايداعات الحكومية في المصارف, التي تشكل اكثر من (٦٠٪) من مجموع الودائع في المصارف, ولاسيما المصارف الحكومية منها, إضافة الى ارتفاع سحوبات المودعين وارتفاع الهجرة الى الخارج.

ث- أثر المنافسة في القروض المصرفية: ان القروض تعد من مؤشرات الاستقرار المصرفي الهامة، وذلك لدورها في تحفيز مؤشرات النمو الاقتصادي، وتمويل المشاريع المختلفة. ويتضح انه كلما ارتفعت المنافسة بين المصارف أرتفع حجم القروض المصرفية، وبالتالي فأن ارتفاع حجم هذه القروض سينعكس بشكل إيجابي على النمو الاقتصادي.

ج- أثر المنافسة في الاستثمارات المصرفية : تقوم المصارف باستثمار جزء من ارصدتها النقدية في أوراق مالية, ينتج عنها عائد يحقق لها هدف الربحية, قد تكون الاستثمارات المصرفية في السندات الحكومية او أذونات الخزانة او المشتقات المالية وغيرها من أوجه الاستثمارات المتعددة, ويتضح ان الاستثمارات المصرفية في النشاطات المختلفة في ارتفاع مستمر على الرغم من انخفاضها للفترة (٢٠٠٦ – ٢٠١٣), ولكن واصلت ارتفاعها وبمبالغ كبيرة للأعوام اللاحقة الى ان وصل حجمها (٢٥,٦) ترليون دينار في عام (٢٠١٩), مما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي في العراق.

ب-أثر المنافسة المصرفية في النمو الحقيقي:

يوضح الجدول (١٩) اهم مؤشرات النمو الحقيقي والتي من خلالها سيتم تحليل أثر المنافسة المصرفية.

الجدول (١٩) مؤشرات النمو الحقيقية في الاقتصاد العراقي للمدة (٢٠٠٦-٢٠٢١) (مليون دينار)

السنة	معدل التضخم	GDPمع النفط	GDPبدون نفط	نصيب الفرد من GDP
٢٠٠٥	٣٠,٨	٧٣٥٣٣٥٩٩	٣١١٥٣٨١٤	٢٥٦٢٢٦٣,٧٨٢
٢٠٠٦	٥٣,٢	٩٥٥٨٧٩٥٥	٤٢٧٣٦١٤٤	٣٣٠٦٩٠٠,١٠٤
٢٠٠٧	٠,٥	١١١٤٥٥٨١٣	٥٢٤٣٧٧١٩	٣٨٨٨٧٧٧,٥٣٢
٢٠٠٨	١٢,٧	١٥٧٠٢٦٠٦٢	٦٩٨٥٩٦٦٠	٥٣٧٤٢٢١,٨٥
٢٠٠٩	٨,٣٤	١٣٠٦٤٣٢٠٠	٧٤٦٤٥١٥٢	٤٣١٣٢١٦,٩٣٩
٢٠١٠	٢,٤٦	١٦٢٠٦٤٥٦٦	٨٩١٥٩٥٦٥	٥١٨٣٥٩٨,٧٠٣
٢٠١١	٥,٦	٢١٧٣٢٧١٠٧	١٠٢٠٧٠٦٨٤	٦٧١٢١٧١,٧٨٢
٢٠١٢	٦,٦	٢٥٤٢٢٥٤٩١	١٢٧٧٨٩٩٣٣	٧٥٠٧١٥٠,٢١٩
٢٠١٣	١,٤٣	٢٧٣٥٨٧٥٢٩	١٤٨٠١٣٦٣١٠	٧٧١٠٦٤٤,٠٢٦
٢٠١٤	٢,٦٧	٢٦٦٣٣٢٦٥٥	١٤٩٤٨٠٣١٩	٧٢٤٧٨٣٩,٧١٥
٢٠١٥	١,٤٤	١٩٤٦٨٠٩٧٢	١٢٩٤٨٦٩٣١	٥١٥٦٠٤٤,٧٠٥
٢٠١٦	٠,٢٧	١٩٦٩٢٤١٤٢	١٢٩٥٢٣٩٢٦	٥٠٨٨٧٤٩,٥٩٣
٢٠١٧	٠,٢	٢٢١٦٦٥٧٠١٠	١٣٣٠٠٠٨٩٧	٥٥٩٤٦٢٩,١٩١
٢٠١٨	٠,٤	٢٦٨٩١٨٨٧٤	١٤٨٧٤٤٥٥٢	٦٦٢٥١٣٥,١٦٦
٢٠١٩	٠,١٣-	٢٧٦١٥٧٨٦٨	١٦١٧٧١٥٠٢	٦٦٤٤٢٣٦,٧٦٣
٢٠٢٠	٣,٢٢	٢١٥٦٦١٥١٧	١٥٢٣٢٥٧٩٧	٥٠٦٧٥٩٤,٠٠٥
٢٠٢١	٦,١١	٣٠١١٥٢٨١٩	١٦٣٥٥٦١٢٧	٦٩١٧٧١١,٢٤٧

المصدر: الجدول من عمل الباحثة بالاعتماد:

-وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء.

- النشرة الإحصائية السنوية, لسنوات مختلفة.

١- إثر المنافسة المصرفية في معدل التضخم: ان التضخم يعد من الظواهر الاقتصادية التي تعاني منها أكثر الدول، اذ أصبحت اغلب الاقتصادات متعايشة مع هذه الظاهرة لدرجة ان الاقتصادي فيبلس قرر بأن التضخم ضروري للنمو الاقتصادي، وان نسبة معينة من التضخم في أي اقتصاد ضرورية وذلك من اجل استمرار حركة النشاط الاقتصادي. ويلاحظ

ان معدل التضخم في انخفاض طيلة فترة الدراسة، بالتزامن مع ارتفاع المنافسة بين المصارف التجارية الخاصة. وان انخفاض معدل التضخم هذا يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتشجيع المستثمرين على اقامة مشاريعهم التنموية.

٢- إثر المنافسة المصرفية في الناتج المحلي الإجمالي: يعد الناتج المحلي الإجمالي من المؤشرات الهامة لأي اقتصاد، وذلك لأنه يعبر عن النشاط الاقتصادي لذلك البلد، ويتضح من الجدول أعلاه تطور المنافسة المصرفية والناتج المحلي الإجمالي مع النفط وبدونه ويتضح انه حتى مع ارتفاع درجة المنافسة المصرفية انخفض الناتج مع النفط عام (٢٠١٣)، (٢٠١٤) وذلك بسبب انخفاض أسعار النفط في الأسواق الدولية., كذلك انخفض الناتج مع النفط لكن الانخفاض طفيف مقارنة مع انخفاض الناتج مع النفط.

رابعآ: أثر مؤشرات المنافسة المصرفية في النمو الاقتصادي:

[١] على الرغم من انه لا يبدو ان هناك علاقة مباشرة بين المنافسة المصرفية والنمو الاقتصادي للبلد، إلا ان الدراسات تشير الى أن المنافسة المصرفية تعزز النمو الصناعي وتساعد على وجه الخصوص في تمويل المشروعات الخاصة والصغيرة التي ينظر إليها لتكون المحرك للنمو الاقتصادي ومن ثم التنمية الاقتصادية, يتبين من الناحية النظرية أن المنافسة في القطاع المالي يمكن أن تؤثر على وصول الشركات الى التمويل الخارجي, فعندما تكون النظم المصرفية أقل قدرة على التنافس, قد يؤدي ذلك الى حدوث مشكلات تجعل المقترضين أقل رغبة في التوجه إلى المصارف من أجل الحصول على القروض لتمويل مشاريعهم التنموية, ومن ثم خفض الطلب الفعلي على التمويل الخارجي, فضلا عن ذلك يمكن أن تكون النظم المصرفية الأقل تنافسية أكثر تكلفة في الحصول على القروض, وتقدم نوعية أقل من الخدمات, مما يقلل من الطلب الفعال على التمويل الخارجي, وبالتالي يؤثر سلبا في عملية التنمية الاقتصادية. أما إذا كانت هناك منافسة بين المصارف العاملة في الجهاز المصرفي فإنها سوف تقلل من تكاليف الحصول على القروض، من خلال قيام كل مصرف بخفض أسعار الفائدة على الإقراض بهدف جذب أكبر قدر ممكن من العملاء، وبالتالي القيام بمشاريع التنمية الازمة في الاقتصاد.

[٢] ان المنافسة المصرفية تعتبر احد المحددات المهمة للنمو الاقتصادي وقد حفزت العديد من

---

١ Asante, Stephen , Agyapong , Daniel and Adam, Anokye ،Bank Competition, Stock Market and Economic Growth in Ghana, International Journal of Business Administration, 2011،Vol. 2, No. 4.

٢ () Bijoy Rakshit, Samaresh Bardhan, Does bank competition promote economic growth? EmpiricaI

الباحثين على إعادة النظر في دور المنافسة المصرفية في تحفيز النمو الاقتصادي, فهو يساعد على تنمية تلك الصناعات التي تعتمد بشكل أساسي على التمويل الخارجي, ولاتزال الادبيات النظرية والتجريبية المتعلقة بالمنافسة المصرفية والنمو في مرحلتها المبكرة, وقد درس Bellini, و Parco عام ٢٠٠٩ تأثير المنافسة المصرفية الى جانب مجموعة من المتغيرات المؤسسية على دخول الشركات في عينة من الصناعات التحويلية الأوربية خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠٠٦) وقد دعمت النتائج التي توصلوا اليها حقيقة ان المنافسة المصرفية تساعد النمو الصناعي من خلال دخول الشركات. وقد استعرض Gold Bergعام ٢٠٠٩ العواقب الاقتصادية الكلية لعولمة القطاع المصرفي والأزمات المالية والنمو الاقتصادي. وحقق تشن عام ٢٠٠٦ في ان التطورات في الوساطة المالية في الصين ساهمت بشكل إيجابي في النمو الاقتصادي. وقد أجري دي جيفارا Modusعام ٢٠٠٩ دراسة حول التنمية المالية الإقليمية والمنافسة المصرفية حيث قاموا على أساسها بتقييم تأثير المنافسة المصرفية على نمو الشركات، وقاموا بتحليل تأثير التطور المالي الإقليمي والمنافسة المصرفية على نمو الشركات باستخدام المقاطعات الاسبانية كميدان اختبار. وكشفت النتائج ان الشركات في الصناعات التي تعتمد بشكل أكبر على التمويل الخارجي تنمو بشكل أسرع في المقاطعات الأكثر تطورا ماليا. وأجرى di Bonaccorsi and Patti DeII Arica عام ٢٠٠٤ أيضا دراسة مماثلة حيث اظهروا كيف تساعد المنافسة المصرفية في انشاء الشركات، وقد بحثوا في التأثير المحتمل للمنافسة على انشاء الشركات في القطاع غير المالي من خلال السماح بالتأثيرات غير المتجانسة بين المقترضين الذين يتميزون بدرجات مختلفة من المعلومات غير المماثلة. وقد درسCarbo Val Verde واخرون عام ٢٠٠٩ الابتكار المالي في الصناعة المصرفية وتأثيره على نمو الشركات الإقليمية.

أولا: الاستنتاجات

1- ان محصلة الاثار الإيجابية والسلبية للمنافسة المصرفية على أداء الجهاز المصرفي ترتبط بمدى ملائمة مستويات المنافسة واشكالها ودرجة تعقيدها، لمتطلبات تطور الاقتصاد الحقيقي والاستقرار الاقتصادي، وهو ما يتوقف على مدى مواكبة النظام المصرفي للتطورات في النظام الاقتصادي.

2- ان مستوى المنافسة في السوق المصرفي هو المحدد الأساسي لدور القطاع المصرفي في النمو لاقتصادي من خلال قنوات تأثير عوامل المنافسة المصرفية على مستوى اتاحة التمويل والتداول للأنشطة الاستثمارية والإنتاجية بما يدعم نمو الناتج في القطاعات المختلفة.

---

evidence from seIected South Asian countries ,may2019, p207.
: https://www.researchgate.net/publication/333311979

3- ان تحسن مستويات المنافسة المصرفية هو من متطلبات التحول لاقتصاد السوق في البلدان النامية، فمن خلال ديناميكية العرض والطلب في السوق المصرفي تتحسن مستويات المنافسة المصرفية وتمارس أثرها في تطور أداء المصارف وتحسن جودة خدماتها ومواكبتها للتطورات الحديثة في التكنلوجية المالية وأنظمة العمل المصرفي، وبالتالي تحقيق وظيفة النظام المصرفي في التخصيص الكفء للموارد المالية مما يساهم في تحفيز النمو الاقتصادي.

4- تمارس المنافسة المصرفية دورها في تناسب نمو حجم المؤسسات في اقتصاد السوق بين القطاع المالي والحقيقي وبما يحقق توازن بين نمو الموارد المالية والحقيقية وهو ما يعزز النمو الاقتصادي الشامل والمستدام.

5- ان مخاطر الهشاشة المالية في السوق المصرفي نتيجة المستويات العالية من المنافسة المصرفية يرتبط بمدى فعالية السلطات النقدية في الرقابة على النظام المصرفي وبناء الأنظمة الاحترازية ورفع مستويات التنمية المالية.

6- ان التطورات في النظام المصرفي العراقي والمكاسب المتحققة في مجال الاصلاح المصرفي مازالت دون مستوى معالجة الإشكاليات الجوهرية في هيكل الجهاز المصرفي، مما ينعكس في ضعف أسس المنافسة المصرفية لعدم اكتمال شروط المنافسة في السوق المصرفي، الا ان تطور المؤشرات الأساسية والنسب المعيارية للقطاع المصرفي العراقي تؤشر تحسن نسبي في خصائص السوق المصرفي ونمو ايجابي نسبي محدود في متطلبات المنافسة المصرفية.

7- من خلال نتائج قياس المنافسة المصرفية في العراق، يتضح أن المصارف الحكومية مركزة للغاية (احتكار)، وان المنافسة ضعيفة بين هذه المصارف، وكذلك يتضح أنّه توجد تركزات لدى المصارف الخاصة بضمنها الأجنبية، أي أنَّ المنافسة بين هذه المصارف هي منافسة احتكارية وأنَّ التركزات لدى المصارف الخاصة الإسلامية هي تركزات معتدلة، أي أنَّ المنافسة بين المصارف الإسلامية المحلية هي منافسة احتكارية.

ان مستويات المنافسة المصرفية المتدنية في العراق خلال مدة الدراسة هي نتيجة طبيعية لتواضع التطور الإيجابي في القطاع المصرفي واستمرار مظاهر التشوه في بنية القطاع المصرفي وضعف مواكبته للتطورات المصرفية الحديثة، وهو ما انعكس سلبا على النمو في العراق.

ثانيا: التوصيات

في ضوء معطيات البحث ونتائجها يمكن تقديم التوصيات الاتية:

١-ان مستوى المنافسة في السوق المصرفي هو المحدد الأساسي لدور القطاع المصرفي في النمو لاقتصادي من خلال قنوات تأثير عوامل المنافسة المصرفية على مستوى اتاحة التمويل والتداول للأنشطة الاستثمارية والإنتاجية بما يدعم نمو الناتج في القطاعات المختلفة.

٢-ضرورة تحسين مستويات المنافسة المصرفية بوصفها من متطلبات التحول لاقتصاد السوق في البلدان النامية، اذ ان التحسن في مستويات المنافسة المصرفية يمارس أثره في تطور أداء المصارف وتحسن جودة خدماتها ومواكبتها للتطورات الحديثة في التكنلوجية المالية وأنظمة العمل المصرفي، وبالتالي تحقيق وظيفة النظام المصرفي في التخصيص الكفء للموارد المالية مما يساهم في تحفيز النمو الاقتصادي.

٣- ضرورة رسم سياسات اصلاح مصرفي تدعم مواجهة مخاطر الهشاشة المالية في السوق المصرفي نتيجة المستويات العالية الاحتكار في السوق المصرفي، وتعزيز المنافسة المصرفية من خلال اصلاح شامل في النظام المالي.

٤-تعزيز التطورات في النظام المصرفي العراقي والمكاسب المتحققة في مجال الاصلاح المصرفي لترتقي الى مستوى معالجة الإشكاليات الجوهرية في هيكل الجهاز المصرفي، مما ينعكس في توفر أسس المنافسة المصرفية واكتمال شروط المنافسة في السوق المصرفي، من خلال تحسين التطور في المؤشرات الأساسية والنسب المعيارية للقطاع المصرفي العراقي لتؤشر المزيد من لتحسن النسبي في خصائص السوق المصرفي ونمو ايجابي نسبي متصاعد في متطلبات المنافسة المصرفية.

٥-إعادة رسم دور المصارف الحكومية في السوق المصرفي من خلال، حصر تخصص المصارف الحكومية بتمويل التنمية، وفسح المجال للمصارف الخاصة في تقاسم الحصص في السوق المصرفية وفق برنامج اصلاح شامل لتوفير متطلبات السوق المصرفي التنافسي، ونظام رقابة وتوجيه فعال من السلطة النقدية.

٦-اعتماد نتائج قياس المنافسة المصرفية في العراق، لتقييم مستويات المنافسة بين هذه المصارف مع مراعاة خصوصية المنافسة بين المصارف الإسلامية المحلية، وطبيعة نشاطها القائم على صيغ التمويل غير الربوية والمنافسة غير السعرية، عبر التشريعات التي تحمي خصوصية السوق المصرفي الإسلامي وتعزز من مميزاته في التمويل غير الربوي.

قائمة المصادر:

(١) فريد النجار، المنافسة والترويج التطبيقي، بدون طبعة، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية,٢٠٠٠,ص٢٠.

(٢) سوزان بوكس وفيل إيقانز، ترجمة ميشيل دانو، المنافسة والتنمية قوة الأسواق التنافسية، ط١, الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت- لبنان,٢٠١٠,ص١٨.

(٣) توفيق محمد عبد المحسن، بحوث التسويق وتحديات المنافسة الدولية، بدون طبعة، دار النهضة العربية، بدون بلد نشر, ٢٠٠١,ص١٥٢.

(٤) هبة عبد المنعم, كريم زايدي, المنافسة المصرفية والشمول المالي في الدول العربية, صندوق النقد العربي ,٢٠٢٠ يونيو, ص٥- ٦.

(٥) شهبون وفاء، التحرر المالي وتأثيره على النمو الاقتصادي دراسة قياسية لحالة الجزائر ١٩٧٠ – ٢٠١٤، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة ابي بكر بلقايد ،٢٠١٥ -٢٠١٦، ص ٢١ - ٢٢.

(6)Boone, J ,A New Way to Measure Competition, The Economic Journal, Vol. 118 , No. 531,2008,P1245-1261.

(7)Schiersch, Alexander, and Ehmcke, Jens Schmidt ,Empiricism Meets Theory– Is the Boone-Indicator Applicable? , German Institute for Economic Research, No. 1030,2010 ,P2

(8)Tabak, M Benjamin, The relationship between banking market competition and risk-taking: Do size and capitalization matter? Working Paper Series, Brasília, No. 261,2011, P7.

(9)Barbara , Kolomaznikov, Measuring Market Power: The Czech Market of Mobile Operators , Institute of Economic Studies , Charles University in Prague2015,P12.

(10) Amidu Mohammed, and Wolfe, Simon, Does Bank Competition and Diversification Lead to Greater Stability? Evidence from Emerging Markets , Review of Development Finance , No. 32013,

P154.

(1) Biker , Jacob , Spierdijk, Laura, and Finnie , Paul, The Impact of Market Structure , Contestability and Institutional Environment on Banking Compe-

tition, De Nederlandsche Bank, Working Paper, No. 156,2007 ,P1

(12)Doll , Maurice, Bank concentration, competition and financial stability, Master Thesis, Tilburg School of Economics and Management, University of Tilburg,2010 ,P12.

(13) Beck T, Bank competition and financial stability: friends or foes?, World Bank Policy Research Working Paper, 2008.4656 ,
(14) Paolo Coccorese ,OP,Cit p11-12

(5) Cetorelli N,Real effects of bank competition,Journal of Money, Credit and Banking,2004 ,(3)36, P543 - 558.
(6) Cetorelli N. and P.E. Strahan ,Finance as a barrier to entry: Bank competition and industry structure in local U.S. markets, Journal of Finance,(1)61 , ,2006P 437- 461.
(17)Asante, Stephen , Agyapong , Daniel and Adam, Anokye ،Bank Competition, Stock Market and Economic Growth in Ghana, International Journal of Business Administration, 2011،Vol. 2, No. 4.

18Bijoy Rakshit, Samaresh Bardhan, does bank competition promote economic growth? EmpiricaI evidence from seIected South Asian countries, may2019, p207.

: https://www.researchgate.net/publication/333311979