تحليل القدرة التنافسية لعينة من المصارف التجارية العراقية في تحقيق العوائد المصرفية للمدة (2004 – 2019)

أ . د . بتول مطر عبادي / جامعة القادسية / كلية الادارة والاقتصاد

ألباحث : احمد كامل بنيه

Analysis of the competitiveness of a sample of Iraqi commercial banks in achieving banking returns for the period (2004-2019)

By the student
Ahmed Kamel Bennia
Supervision By
ph . Dr.
Batoul Mutar Ibadi

المستخلص:

أجرية هذه الدراسة على عينة من المصارف التجارية في العراق اختيرت على وفق عدة أسس وهي ثلاثة مصارف تجارية خاصة و التعرف على نشاط المصارف التجارية في العراق من خلال الوصول والاقتراب من نقاط القوة والضعف لأدائها والتعرف على قدرتها التنافسية ، اذ تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس الى تحليل القدرة التنافسية واهميتها في قطاع المصارف التجارية العراقية في رفع كفاء العمل للقطاع المالي وزيادة عوائده المالية والتي تسهم بدورها في زيادة إمكانيات الاستثمار مما ينعكس ايجاباً على القطاع الاقتصادي بالعموم و تشخيص العوامل التي تسهم في زيادة قدرة المصارف التنافسية وكفاءتها في تحقيق العوائد لكل من المالكين والمودعين والمستثمرين المتعاملين معها اذ وسعيا لتحقيق هذه الهدف اعتمد البحث على مؤشرات توضح القدرة التنافسية لهذه المصارف وبيان أدائها المالي. كما بين ان المصارف التجارية في العراق ماتزال بعيدة عن أهداف السياسات الاقتصادية، اذ اظهرت النتائج أن المصارف عينة البحث ذات تنافسية محدودة من خلال مؤشريً الامان والسيولة، لذلك ضرورة اهتمام الجهاز المصرفي العراقي بالانفتاح ومواكبة التطورات المصرفية العالمية وذلك لتطوير الاداء المالي والوقوف على نقاط القوة والضعف للوصول الى قطاع مصرفي سليم .

Abstract:

This study conducted on this picture through this survey conducted by this, answer from investment in business, and as in the field of investment For each of the owners, depositors and investors dealing with them, as in order to achieve this goal, the research relied on indicators that show the competitiveness of these banks and their financial performance. He also showed that the commercial banks in Iraq are still far from the objectives of economic policies, as the results showed that the banks of the research sample have limited competitiveness through the indicators of safety and liquidity, so the need for the Iraqi banking system to pay attention to openness and keep pace with global banking developments in order to develop financial performance and identify strengths and weaknesses To reach a healthy banking sector.

المقدمة:

تعد دراسة القدرة التنافسية في القطاع المصرفي من الموضوعات ذات الأهمية الاقتصادية لما لها من دور في تحسين كفاءتها و تحقيق العوائد ، وذلك من خلال ترسيخ الدور التنافسي وتحقيق التميز في العمل المصرفي ، وقد حظيت تنافسية المصارف بالكثير من الاهتمام على الصعيد العالمي والعربي ولاسيما في ظل التطورات المتسارعة للتقانة والاتصالات والنمو المتزايد للتكنولوجيا التي أسهمت في الانفتاح الاقتصادي، ووضعت القطاع المالي عموماً والمصرفي خصوصاً أمام العديد من التحديات التنافسية و الكثير من الفرص التي توفر الميزات التنافسية للأداء على الصعيد العالمي والإقليمي والمحلي. لان القطاع المصرفي العراقي من القطاعات الاقتصادية المعاصرة لما له من دور فعال في التنمية وادارة الاقتصاد على المستوى المحلي والعالمي ، وفي مختلف الاصعدة والميادين التنموية والاستثمارية. اذ تعد المصارف التجارية من اهم اركان ذلك القطاع ، اذ تشكل العوائد المصرفية بما فيها من العائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول مؤشرات هامة لتقييم الأداء الربحي للمصارف.

مشكلة الدراسة:

تعد المصارف التجارية ركنا أساسيا يعتمد عليها الاقتصاد في البيئة العراقية والتي تتعرض لمخاطر متعددة انعكاسا لوقعها الاقتصادي والسياسي، إذ توجد عدة عوامل تؤثر بشكل مباشر على استمرارية عملها، وهذا الأمر يتعلق بخصوصية النظام المصرفي وبالتالي تختلف في فلسفة وأدوات عملها، أن الانتشار الواسع للمصارف في العراق ضمن بيئة مصرفية يسودها التنافس المصرفي التجاري يثير عدة تساؤلات حول مدى دور القدرة التنافسية في تحقيق العوائد .

أهداف الدراسة:

يهدف البحث بشكل أساس إلى تقييم الأداء المالي للمصارف التجارية الخاصة العراقية باستخدام عدد من النسب المالية التي تنطوي تحت كل مؤشر من مؤشرات القدرة التنافسية ، فضلا عن دراسة أثر مؤشرات القدرة التنافسية في عوائد الأسهم للمصارف عينة البحث والمقارنة بينهما.

- هل يوجد تأثير لمؤشرات القدرة التنافسية على عوائد الأسهم للمصارف التجارية الخاصة عينة البحث ؟ وهل الأداء المالي للمصارف التجارية الخاصة في العراق يعطيها التفوق في استخدام مؤشرات القدرة التنافسية؟

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية البحث من التركيز على أحد المواضيع الهامة وهو تحليل القدرة التنافسية لعينة من المصارف التجارية العراقية في تحقيق العوائد والمخاطر المرتبطة بأنشطتها الحالية والمستقبلية. إن الوقوف على حقيقية الأداء المالي الفعلي للمصارف التجارية عينة البحث المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية من خلال تقييم أدائها باستخدام مؤشرات القدرة التنافسية يمثل محور اهتمام السلطات الرقابية فضلا عن إدارة المصرف والجهات المهنية المحاسبية والمستثمرين الحاليين والمتوقعين والمودعين والمقرضين ومستخدمي القوائم المالية بشكل عام .

فرضيات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وتحقيق أهدافه تم صياغة الفرضيات الأتية :

الفرضية الأساسية الأولى - هنالك دور للقدرة التنافسية في تحقيق العوائد للمصارف التجارية عينة البحث للمدة (2004 -2019م) .

ويتفرع من الفرضية الأساسية الأولى الاتي:

الفرضية الفرعية الأولى: هنالك دور لمؤشر الامان في تحقيق العوائد للمصارف التجارية عينة البحث للمدة (2004 -2019م) .

الفرضية الفرعية الثانية: هنالك دور لمؤشر السيولة في تحقيق العوائد للمصارف التجارية عينة البحث للمدة (2004 -2019م) .

الفرضية الأساسية الثانية- لا يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية لمؤشرات القدرة التنافسية على عوائد الأسهم للمصارف التجارية الخاصة عينة البحث في العراق للمدة (2004 -2019م) .

ويتفرع من الفرضية الأساسية الثانية الاتي:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية لمؤشر الامان على عوائد الأسهم للمصارف التجارية الخاصة عينة البحث في العراق.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية لمؤشر السيولة على عوائد الأسهم للمصارف التجارية الخاصة عينة البحث في العراق.

الفرضية الأساسية الثانية- لا يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية لمؤشرات القدرة التنافسية على عوائد الأسهم للمصارف التجارية الخاصة عينة البحث في العراق للمدة (2004 -2019م) .

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الاستنباطي في الجانب النظري مع الاستعانة بالأسلوب الكمي لتحليل البيانات والتوصل الى نتائج .

حدود الدراسة:

أ - الحدود المكانية:

وتتمثل باختيار عينة من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية.

ب - الحدود الزمانية:

وتتمثل بالمدة (2004-2019) لعينة المصارف المختارة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بكافة شركات القطاع المصرفي المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، أما عينة الدراسة فقد اقتصرت على (3) مصارف تجارية خاصة خلال المدة (2004-2019) أن المصارف عينة الدراسة جميعها مدرجة في سوق العراق للأوراق المالية ووجود تقارير مالية متكاملة ومدققة من أجهزة التدقيق الخارجي. اذ كانت من أكثر المصارف نشاطا في التداول لأسهمها خلال السنوات واقلها انقطاعا للتداول من المصارف الأخرى. و لم يتم تحويل نوعية ملكية المصارف أو دمجها خلال مدة الدراسة. وأن المصارف عينة الدراسة تتوافر فيها جميع البيانات وأسعار أغلاق سنوية. قدم إدراج معظم المصارف عينة البحث في سوق العراق للأوراق المالية.

المبحث الاول / مدخل مفاهيمي للقدرة التنافسية

(المفهوم ، الاهمية ، الابعاد ، المحددات)

The first topic: a conceptual introduction to competitiveness

First-1: The concept of competitiveness:

أولاً –1: مفهوم التنافسية :

أسهم دخول الاقتصاد العالمي في نظام اقتصاد السوق إلى ظهور مفهوم التنافس بوصفه عنصراً يشير إلى قدرة المؤسسة على التنافس لتحقيق أهدافها في ظل تعدد الأنشطة وتطورها، فالميزة التنافسية سمة تتصف بها المؤسسة والتي إذا ما ترسخت توفر لديها قدرة فاعلة على التنافس وتقديم أفضل ما لديها من إمكانات. ومن هنا كان لابد من التوضيح بأن الميزة التنافسية ما هي إلا بنية تثبت أقدام القدرة التنافسية المستدامة للمؤسسات بتنوع قطاعاتها. اذ تعرف الميزة التنافسية بأنها:" القدرة التي تمكن المؤسسة من التحمل و المواجهة الإيجابية للمنافسة، وتوسيع الحصة السوقية لها"(De boislaudelle,1998:71).

ويرى كوتلر ""Kotler" أن القدرة التنافسية هي "مقدرة المنظمة على أداء التنافسية بالشكل الذي يصعب على منافسيها تقليده، و يمكن تحقيق الميزة التنافسية بواسطة تنفيذها لوظائف تعمل على خلق قيمة في مجالات تقليل الكلف مقارنة بمنافسيها أو العمل على أدائها بأساليب تقود إلى التمييز"(شيخ وبدر،34:2004).

تعرّف الميزة التنافسية بأنها أي شيء تقوم به المؤسسة دون غيرها على نحو جيد باحيث يميزها بشكل خاص عند مقارنتها بالجهات المنافسة. وتتمثل بقدرة المؤسسة القيام بشيء معين الذي لا يمكن للشركات المنافسة القيام به، أو امتلاكها لشيء ترغب فيه الشركات المنافسة ويصعب عليها بلوغه (David ,2011:9).

وقد أشار بارني (2006)Barney إلى الميزة التنافسية بأنها:" تقال عندما تمتلك المؤسسة تمكنها من تطبيق استراتيجية خلق قيمة غير مطبقة بشكل متزامن من قبل أي من المنافسين الحاليين أو المحتملين" ، ذلك أن المؤسسة تتمتع بالميزة التنافسية عندما تكون قادرة على خلق قيمة اقتصادية أكثر من منافسيها. وتشير القيمة الاقتصادية بدورها؛ إلى الفرق بين القيمة المحقَّقة لسلعة ومجموع التكاليف لكلّ وحدة. وبلك يكون مقدار الميزة التنافسية للشركة هو الفرق بين خلق القيمة المحقَّقة وتكاليف إنتاج السلعة أو الخدمة مقارنةً بمنافسيها المباشرين. وإذا كانت القيمة الاقتصادية المحقَّقة أكبر من منافسيها، الشركة تتمتع بميزة تنافسية؛ أما إذا كانت مساوية لمنافسيها، تكون الشركة في حالة تعادل تنافسي؛ وإذا كانت أقل من الشركات المنافسة، فهي تعاني من عجز تنافسي(Rothaermel, 2008: 204). وتمتلك المؤسسة ميزة تنافسية على منافسيها عندما تكون ربحيتها أعظم وأكبر من الربحية المتوسطة لكل الشركات في صناعتها (Hills &Jones,1989:4).

أولاً–2– اهمية القدرة التنافسية: First-2- The importance of competitiveness

بعد التعرف على أبرز تعاريف ومفاهيم القدرة التنافسية ينبغي التعرف على أهمية القدرة التنافسية . في الاقتصاديات المعاصرة أصبحت التنافسية أكثر ضرورة فهي تؤثر في الشركات التي تحتاج إلى تنمية فضلاً عن مجرد البقاء في السوق ، كما وتؤثر على الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائفهم أو أعمالهم

كما تؤثر في الأمم التي ترغب في استدامة مستويات معيشة أفرادها وزيادتها . ومما عزز من مناخ التنافس ورسخ القناعة بأهمية التنافسية تلك التغيرات الحاصلة على النشاط البشري من مختلف جوانبه ، في التنظيم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي فضلاً عن التطورات العلمية والتكنولوجيا (النسور ، ٢٠٠٩ : ١٩) . وتتبع أهمية القدرة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين وتعزيز الإنتاجية والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء وتحسين مستوى المستهلكين عن طريق تخفيض التكاليف والأسعار ، فضلاً عن أن التنافسية تساعد على القضاء على أهم العقبات التي تواجه تحسين الكفاءة والإنتاجية ، إلا وهي مشكلة السوق المحلي ، والتي تحول دون الاستفادة من وفورات الحجم الكبير وعليه فأن توفير البيئة التنافسية تعتبر وسيلة فعالة لضمان الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي وتحسين مستويات المعيشة (4 : 2013 ، Elasrag) .

أولاً-3- أبعاد القدرة التنافسية: **First-3- Characteristics of Competitiveness**

تتحدد أبعاد الميزة التنافسية بعدة نقاط وهي:

1-السعر: ويمثل القيمة النقدية المدفوعة مقابل امتلاك المنتَج وهي القيمة التي يتبادلها مع المستهلك للحصول على المنافع، من خلال التركيز على مفهوم القيمة والمنافع في تحديد السعر ، فالمنفعة تنتج القيمة والقيمة تقاس بالسعر.

2-الخدمات الجديدة : هي المكونات الأساسية الاستراتيجية التي يتم تطويرها من قبل المؤسسة لضمان الاستمرار في أعمال تؤدي إلى اشباع حاجات العملاء.

3-تحسين الجودة: وهي الميزات والخصائص التي يتمتع بها المنتج أو الخدمة التي تسهم في تلبية حاجات العملاء وتتضمن السعر والأمن والتوفير والاعتمادية ومن الجدير بالذكر أن المؤسسات قد لا تستطيع المنافسة في جميع هذه الجوانب فقد تتميز بجانب منها فيتوفر لديها عنصر التركيز التنافسي.

4-السرعة في تقديم الخدمة: يعد عامل الزمن هاماً جداً في الاستجابة للزبائن وهو بالوقت ذاته عامل خطر على جودة ومستوى الخدمة وما يتعلق بها من تكاليف ن ويمكن للمؤسسة حساب كلفة عملية تقديم الخدمة والتعرف على الأخطاء المرتبطة بها من خلال قياس مقدار الزمن لحصول العملاء على الخدمات المطلوبة.

5-الحصة السوقية: وتعد مقياساً للتمييز بين الرابحين والخاسرين من خلال حساب نصيب المؤسسة من مبيعات الخدمات في السوق مقارنة مع المنافسين، وتشير إلى نسبة مبيعات أو عوائد المؤسسة خلال فترة من الزمن، أما السوق فهم جميع المستهلكين الذين يتشابهون في حاجاتهم ورغباتهم ولديهم المقدرة على القيام بعملية التبادل لهذه الحاجات(عبيدات،2014:15-14)

وقد فرضت التغيرات والتطورات المستمرة أبعاداً جديدة تتناسب معها فبات التركيز بشكل أكبر على جودة المنتج بما تتضمنه من سرعة تسليم ومرونة وابداع والتي تسهم حقاً في تحقيق الميزة التنافسية من خلال توافر قدرات تنافسية في خدمات المؤسسة(Porter,1998:16-17).

أولاً–4– مؤشرات القدرة التنافسية: **First-4 Dimensions of Competitiveness**

يوضح كل من سيلفا و تاداشي (Silva& Tadahsi,2005) وجود عدد من المؤشرات تشير إلى امتلاك المؤسسة للميزات التنافسية منها حجم المبيعات ورضا العملاء وتنوع المنتجات والربحية والحصة السوقية، ولعل أكثرها تداولاً هي مؤشرات الحصة السوقية وحجم المبيعات والربحية لتوفر البيانات الخاصة لاحتساب هذه المؤشرات نظراً لكونها كمية يسهل قياسها ومقارنتها بفترات زمنية مختلفة، وفيما يأتي عرض لكل منها:

اولاً–الحصة السوقية: وهي النسبة المئوية التي تسيطر عليها المنظمة من إجمالي السوق من خدمة، أو منتج أو عدد من المنتجات، أو عدد عملاء القطاع أو سوق معين.

ثانياً– حجم المبيعات: يمكن عد حجم المبيعات من مؤشرات السوقية الهامة، وتحاول الكثير من المؤسسات تحديد حجم معين من المبيعات تحاول الوصول إليه، وذلك بغاية متابعة الأداء العام لها ودرجة النجاح في تحقيق الأهداف.

ثالثاً– الربحية: ويمكن تعريفها من خلال الإشارة إلى العلاقة بين ارباح المنظمة والاستثمارات التي عملت على توليد هذه الأرباح(العتوم،2009:39).

أولاً–5– محددات الميزة التنافسية: **First-5- Competitiveness Indicators**

حدد بورتر (Porter,1985) ستة محددات للميزة التنافسية والتي تتفاعل معاً وتؤثر وتتأثر فيما بينها وهي:

1–عناصر الإنتاج: وهي المدخلات المهمة اللازمة لإنشاء صناعة ما وهي تنطوي على عناصر أساسية كالموارد البشرية والموارد الطبيعية الموارد المالية وهي لا تمثل ميزة تنافسية لأنه من السهل تقليدها، أما للشكل الثاني فهي العناصر المطورة وهي ذات أهمية تنافسية كبيرة وتنطوي على إيجاد عمالة مؤهلة ومبدعة وآليات العمل المميزة والنظم الإدارية الفريدة.

2–ظروف الطلب المحلية: وتتمثل بهيكل الطلب ومعدل النمو الخاص به وعلى مدى التوافق مع الطلب العالمي ويتميز بأهميته المرتفعة لأنه يحفز المؤسسة على تطوير المنتجات والخدمات ومستوى جودتها المقدمة للعملاء.

3–الصناعات المكملة والداعمة وتعد من المحددات الهامة نظراً لكونها أحد أسباب نجاح عدد كبير من الصناعات، وتعد ذات ميزة تنافسية عالية ولاسيما عندما تشترك مع التكنولوجيا والمدخلات والعملاء وقنوات التوزيع والبيع، مما يؤدي إلى تخفيض التكلفة وبالتالي تخفيض سعر البيع مما يزيد الميزة التنافسية، ويتيح فرصة لتبادل المعلومات والأفكار وفرص التطور وتوليد منتجات جديدة.

4–استراتيجية المؤسسة وشكل المنافسة المحلية: ويرتبط هذا المحدد بالاستراتيجية المتبعة من قبل المؤسسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وما يتوفر من تشجيع محلي يسهم في زيادة المنافسة ويلعب دوراً في تحديد القدرة التنافسية.

5–دور الحكومة: اذ تلعب الحكومات دوراً هاماً من خلال سن التشريعات والقوانين التي توفر بيئة تجارية مشجعة وملائمة للاستثمار

6-دور الصدفة: تلعب الصدفة دوراً هاماً في تطوير الخدمات والمنتجات أو الأفكار بشكل غير متوقع وخارج عن سيطرة المؤسسة ومنها الاكتشافات التقنية، الأحداث السياسة، وتغير أسعار المواد الخام وأسعار الصرف والنقد(Porter,1985:86).

المبحث الثاني // الإطار المفاهيمي للعوائد في المصارف التجارية

The second topic // The conceptual framework of returns in commercial banks

أولاً- مفاهيم حول العوائد في المصارف التجارية:

First - Concepts about returns in commercial banks:

تعد المصارف التجارية من القطاعات الاقتصادية المهمة في أي بلد، من خلال تقديمها لمجموعة من الخدمات المتنوعة المتمثلة في الوساطة المالية، وادارة المخاطر الائتمانية وغيرها من الخدمات، والتي تسهم بشكل فعّال في تسيير عجلة النمو الاقتصادي، لذلك فإن سلامة القطاع المصرفي و استقراره يؤثر بشكل إيجابي على سلامة واستقرار الاقتصادات المحلية المختلفة(Dalniela &Brian,2010:6).

ويعد الهدف الرئيس للمصارف التجارية هو تحقيق الأرباح وتعظيمها شأنها في ذلك شأن أي منظمة أعمال تسعى إلى زيأدة ثروة مالكيها وزيادة القيمة السوقية لأسهمها، اذ أن المصارف التجارية تلجأ عادةً إلى تحقيق هذا الهدف من خلال زيادة قيمة الإيرادات والعوائد إلى أكبر حد أو تخفيض التكاليف إلى أقل حد ممكن، أو القيام بالإجرائيين معاً(الرشدان،54:2012).

يعرف العائد بأنه " المردود الذي حققه الاستثمار، ويأخذ معناه من نسبته إلى الأموال التي ولدته". وهو المقابل الذي يطمح المستثمر الحصول عليه مستقبلاً نظير استثماره لأمواله" (زريفة ،2012: 14).

وللربحية مفهوم واسع يغطي عدة مجالات، يطبق على كل عمل اقتصادي تستعمل فيه الإمكانيات المادية والبشرية والمالية ويعبر عنها بالعلاقة بين النتيجة والإمكانيات المستعملة أي بما يعرف بمقياس الانتاجية (مصطفى ومراد ،2013 :37).

يمكن تعريف الربحية بأنها: "العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنشأة والاستثمارات التي أسهمت في تحقيق هذه الأرباح ، وتعد الربحية هدفاً ومقياساً للحكم على كفاءة المنشأة على مستوى الوحدة الكلية أو الوحدات الجزئية وتقاس من خلال العلاقة بين الأرباح والمبيعات أو من خلال العلاقة بين الأرباح والاستثمار الذي أسهم في تحقيقها والتي تمثلها قيمة الموجودات أو حقوق الملكية". (عقل،42:1998).

تقيس الربحية مدى قدرة المنشأة على تحقيق العائد المناسب على الاموال المستثمرة في أنشطتها، وفي تحليل ربحية المنشأة يتوجب مراعاة العنصرين الاساسيين اللذان يحددان تلك الربحية و هما قدرة المنشأة على الرقابة على التكاليف ، وكفاءة إدارة المنشأة في استخدام الاصول على توليد المبيعات (مطر ،43:2016).

قرارات الربحية في المصارف التجارية: **Profitability Decisions in Commercial Banks**

أولاً-2- المؤشرات المالية للقدرة التنافسية: **Second: Types of Bank Returns**

انطلاقاً من تعريف القدرة التنافسية بكونها قدرة المصارف على الوفاء بمتطلبات الزبائن والمتعاملين معها، خلق قناعة لديهم بأن خدماتهم هي الأفضل من خلال تنوعها وجودتها وقلة التكلفة ولتحديد ذلك لابد من وجود مؤشرات لتقييم الأداء بالاعتماد على القوائم المالية ويمكن تصنيفها إلى أربعة محاور هي مؤشرات السيولة ، مؤشرات النمو، مؤشرات الأمان ، ومؤشرات المردودية.

تم الاعتماد على مؤشري فقط (مؤشر الأمان ، مؤشر السيولة)

جدول (1-1) مؤشرات أداء المصارف

Table (1-1) performance indicators of banks

المؤشر	التسمية	طريقة حسابها
المردودية	معدل العائد إلى حقوق الملكية	النتيجة السنوية الصافية /حقوق الملكية
	معدل العائد على إجمالي الأصول	النتيجة السنوية الصافية/مجموع الأصول
	معدل العائد على الأموال المتاحة	النتيجة السنوية الصافية / حقوق الملكية +الودائع
	نسبة الأرباح الموزعة إلى الملاك	أرباح السهم / حقوق الملكية
	نسبة الفوائد الأصول المتاحة للتوظيف	(فوائد القروض، فوائد الودائع)/الأموال المتاحة
	التسمية	طريقة حسابها
النمو	معدل نمو الأصول	(مقدار نمو الأصول /مجموع الأصول)* 100
	معدل الرفع (مضاعف حق الملكية)	مجموع الأصول / حقوق الملكية (الأموال الخاصة)
	معدل الاحتفاظ بحق الملكية	حقوق الملكية /(النتيجة الصافية – الأرباح الموزعة)
	التسمية	طريقة حسابها
الأمان	قابلية المصرف على رد الودائع	(حقوق الملكية/ إجمالي الودائع)*100
	معدل حقوق الملكية للأصول الخطرة	حقوق الملكية/ مجموع استثمارات الأوراق المالية
	هامش الأمان مقابل مخاطر الاستثمار	حقوق الملكية/ مجموع استثمارات الأوراق المالية
	التسمية	طريقة حسابها
السيولة	نسبة السيولة النقدية إلى الودائع الجارية	(السيولة النقدية / مجموع الودائع الجارية)*100
	نسبة السيولة النقدية إلى أجمالي الودائع	(السيولة النقدية / إجمالي الودائع)*100
	نسبة الودائع الجارية إلى مجموع الودائع	(الودائع الجارية /مجموع الودائع)*100
	نسبة الودائع الجارية إلى حقوق الملكية	(الودائع الجارية/ حقوق الملكية)*100

(خالص ، 2004: 390-395).

ويعد كل من مؤشر العائد على حقوق الملكية Return on equity (ROE) ، والعائد على حقوق الأصول Return on assets (ROA) من أبسط المؤشرات لإظهار المردودية والنتيجة الصافية وبدورها تدل على التنافسية. لأن مجموع المنتجات المصرفية هي مولدة للنشاط المصرفي بما فيها الخدمات خارج الميزانية والتي تعد المحدد الأول للمردودية وتغير او تحرك بعض من هذه المنتجات يمكن أن يحدث تغيرات في المردودية (Olivier,2005:214). ويسمح العائد المصرفي الصافي Net banking income (PNB) وهو الفرق بين النواتج والتكاليف المصرفية من تقييم قياس مساهمة المصارف في خلق الميزة التنافسية. والتخلص من النواتج الوسيطة وتكاليف الاستغلال واقساط الاهلاكات من الناتج المصرفي الصافي. ويتم ذلك من خلال تحديد النتيجة الخام للاستغلال والتي تدل على قدرة المصارف على توليد هامش بعد تجريد تكاليف الموارد والتشغيل. فالمخاطر التي تظهر عند سحب أقساط الإهلاكات الصافي المؤونات الاستغلال والحصول على النتيجة الجارية قبل الضريبة تشير إلى مخاطر ارتفاع المؤونات والتي تشير إلى تدني نوعية العملاء في المصرف الذي يواجه مخاطر نظامية ما يدفع بالمصرف إلى تأمين جزء من استحقاقاتهم (بوبكر،2010: 83). كما أنها يمكن أن ترتبط بسياسة الحوكمة ولا سيما تلك التي تتعلق بتغطية المخاطر من قبل المصارف المركزية ، اذ تلتزم المصارف بأخذ بعض المستوى من المؤونات، والنتيجة النهائية هي التي تسمح بتثمين قدرة المصارف على توليد نشاطاته وفوائدها التي تشكل احتياطياً لرفع النشاط والتوزيع على المساهمين. ويرتبط الارتقاء في النتيجة الصافية بعدة عناصر تمكن من الحكم على الأداء الماضي والمستقبلي للمصارف (Olivier,2005: 214).

1- تطبيق وتحليل مؤشرات القدرة التنافسية على المصارف عينة الدراسة :

سيتم تقييم أداء المصارف عينة البحث والمؤلفة من ثلاثة مصارف تجارية للمدة (2004 – 2019) من خلال احتساب النسب المالية المختارة بوصفها معبراً عن مؤشرات القدرة التنافسية ،لأنها الأكثر شهرة والأوسع انتشارا واستخداما وكما يأتي :

1-تحليل مؤشر الأمان : 1- Analyze the safety index

يحدد هذا المؤشر مدى القدرة والصلابة على مواجهة المخاطر والمشاكل والصدمات التي تتعرض لها المؤسسات المالية وتصيب بنود الميزانية العمومية التابعة لها، إذ يأخذ مؤشر الأمان بعين الاعتبار المخاطر المالية التي تتعرض لها المؤسسة المالية ،إذ دعت لجنة بازل إلى أن تكون نسبة كفاية رأس المال هو (12%) حداً ادنى مطلوباً للكفاية، فكلما كانت نسبة الكفاية المالية ادنى من النسبة المقررة قد تتعرض تلك المصارف إلى المشاكل بسبب افتقادها لمقومات الأمان والسلامة بسبب هذا الانخفاض، بالمقابل نجد أن نسبة الارتفاع في النسبة المالية المقررة قد يعطي السلطات القدرة على مواجهة المخاطر واستيعاب الخسائر المحتملة أو حال وقوعها بسبب نشاطها الائتماني وإبقاء المصرف في بر الأمان، وتم اختيار معادلة قابلية المصرف على رد الودائع المتمثلة بـ**(حقوق الملكية / أجمالي الودائع)***100% والتي تعبر عن مدى اعتماد المصرف على حقوق المالكين بوصفها مصدراً للتمويل إذ تبين في الوقت ذاته قدرة المصرف على رد الودائع التي حصل عليها من الأموال المملوكة للمصرف ويوضح الجدول (2-1) مؤشر الامان لمصارف العينة للمدة(2004 – 2019) :

جدول(2-1)

مؤشر الامان للمصارف التجارية العراقية عينة الدراسة للمدة (2004-2019)

السنة	الشرق	بابل	سومر التجاري
	Ratio	Ratio	Ratio
2004	10%	258%	135%
2005	127%	203%	24%
2006	150%	208%	168%
2007	122%	185%	161%
2008	132%	43%	221%
2009	17%	142%	204%
2010	18%	143%	198%
2011	27%	299%	20%
2012	30%	268%	151%
2013	37%	395%	187%
2014	86%	722%	192%
2015	83%	782%	29%
2016	108%	463%	39%
2017	81%	721%	30%
2018	61%	393%	33%
2019	96%	216%	43%
Mean	74%	340%	115%

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على التقارير المالية السنوية للمصارف التجارية عينة البحث للمدة(2004-2019)
واستخدام المعادلة التالية : (حقوق الملكية / أجمالي الودائع)*100%

أ- مصرف الشرق الأوسط :

أولا : بلغت قيمة الوسط الحسابي لمؤشر الأمان خلال سنوات البحث **(74%)** حسب معادلة قابلية المصرف على رد الودائع ، وبذلك حصل المصرف بموجبها على التصنيف (3) بين المصارف عينة البحث للمدة (2004-2019) .

ثانيا **:** من خلال احتساب نسبة قابلية المصرف على رد الودائع لمصرف الشرق الأوسط نلاحظ أن هنالك نسب أمان جيدة ومتذبذبة إذ كانت اعلى نسبة سجلت خلال سنة 2006 هي (150%) ويعود السبب بذلك لزيادة النشاط الائتماني للمصرف، كذلك سجل انخفاضاً في أجمالي الودائع عن السنة السابقة بـ(50,710) مليار دينار بينما كانت ادنى نسبة مسجلة لمصرف الشرق في سنة 2004 بمقدار **(10%)** وهي نسبة غير جيدة بوصفها نسبة أمان لمواجهة مخاطر سحب الودائع غير المتوقع والتي دعت لجنة بازل إلى أن تكون نسبة كفاية راس المال هو (10.5%) و (12%) حسب البنك المركزي العراقي بوصفه حداً ادنى مطلوباً للأمان .

ب- مصرف بابل :

أولا : بلغت قيمة الوسط الحسابي لمؤشر الأمان خلال سنوات البحث **(340%)** حسب معادلة قابلية المصرف على رد الودائع ، وبذلك حصل المصرف بموجبها على التصنيف (1) بين المصارف عينة البحث خلال المدة (2004-2019) .

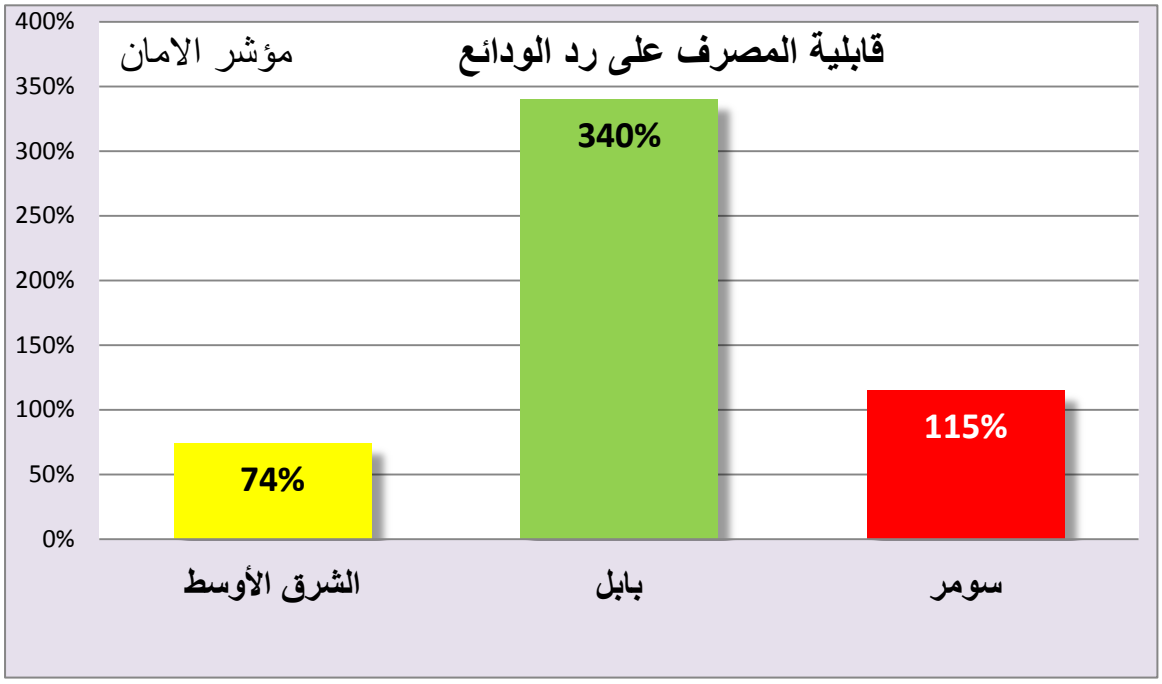
ثانيا : اعتبر مصرف بابل من المصارف ذات الامان العالي من خلال قدرته على رد الودائع فقد سجل مصرف بابل نسبة كفاية راس المال جيدة اذ وصلت الى حدود بلغت ضمن الحد الادنى بموجب التعليمات والمعاير البنك المركزي العراقي والنسبة التي حددها البنك المركزي العراقي (12%) اذ كانت اعلى نسبة مسجلة (782%) في سنة 2015 وسبب ذلك يعود الى زيادة اجمالي الودائع لسنة 2015 بمبلغ قدره (4,942) مليار دينار عن السنة السابقة 2014 وكذلك زادت حقوق الملكية عن السنة السابقة بمبلغ قدره (54,580) مليار دينار بينما كانت ادنى نسبة مسجلة (43%) في سنة 2008 وهي نسبة جيدة لمواجهة مخاطر سحب الودائع غير المتوقع وبالتالي حماية اكبر وابقاء المصرف في بر الامان لكن ارتفاعها بأضعاف المعدل المطلوب له اثار عكسية في تعطيل الأموال وعدم استثمارها بالشكل المطلوب.

ج- مصرف سومر التجاري :

أولا : بلغت قيمة الوسط الحسابي لمؤشر الأمان خلال سنوات البحث **(115%)** حسب معادلة قابلية المصرف على رد الودائع ، وبذلك حصل المصرف بموجبها على التصنيف (2) بين المصارف عينة البحث خلال المدة (2004-2019) .

ثانيا : حقق مصرف سومر التجاري نسباً جيدة في كفاية رأس المال إذ يعد من المصارف ذات الامان العالي من خلال قابلية على رد الودائع لذلك سجل مصرف سومر التجاري نسبة امان جيدة اذ وصلت الى حدود بلغت ضمن الحد الادنى بموجب التعليمات ومعاير البنك المركزي العراقي والنسبة التي وضعها (12%) اذ كانت اعلى نسبة مسجلة (221%) في سنة 2008 وسبب ذلك يعود الى زيادة النشاط الائتماني للمصرف من خلال زيادة الائتمان النقدي وكذلك زادت حقوق الملكية عن السنة السابقة بمبلغ قدره (227.187) مليار دينار بينما كانت ادنى نسبة مسجلة (20%) في سنة 2011 وهي نسبة جيدة لمواجهة مخاطر سحب الودائع الغير متوقع وبالتالي حماية اكبر وابقاء المصرف في بر الامان وسبب الانخفاض يعود الى انخفاض حقوق الملكية عن السنة السابقة بمبلغ قدره (-751,792) مليار دينار وبعدها بدأ مصرف سومر التجاري بالانخفاض والتذبذب بالسنوات (2021. 2013 .2014 .2015. 2016. 2017 .2018. 2019) مقارنةً بأعلى نسبة مسجلة خلال مدة البحث (2004 - 2019) .

وفقا لما سبق نجد أن هناك نمواَ واضحاً في نسبة معادلة قابلية المصرف على رد الودائع للمصارف عينة البحث إذ وصلت إلى حدود بلغت ضعف الحد الأدنى بموجب تعليمات ومعايير الرقابة المصرفية للجنة بازل ، وهذا يشير إلى أن المصارف عينة البحث تمتلك رأس مال قوياً قادراً على امتصاص والحد من المخاطر المحتملة من سحب الودائع والتحكم بها، وبالتالي توفير حماية أكبر لكن ارتفاعها بأضعاف المعدل المطلوب له أثار عكسية على مقدار الأرباح المتحققة ، ويدل على وجود أموال غير مستثمرة وبالتالي يؤدي إلى تجميد وتعطيل موارده المتاحة وكان الترتيب الخاص بالأمان لنسبة قابلية المصرف على رد الودائع تنازليا كالاتي (بابل ، مصرف الشرق الأوسط ،سومر) ويوضح الشكل(1) ما سبق ذكره.



المصدر من أعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الجدول (2-1)

شكل(1)

افضليه المصارف خلال معادلة قابلية المصرف على رد الودائع لمؤشر الامان في عينة من المصارف التجارية العراقية للمدة (2004-2019)

2- Analysis of the liquidity index : 2- تحليل مؤشر السيولة

يمثل مؤشر السيولة قدرة المصرف على مواجهة التزاماته المالية بشكل أساس ،لتلبية طلبات المودعين والائتمان (القروض والسلف) لتلبية رغبات المجتمع وهذا يتطلب توفير نقد سائل وبشكل كاف وفي الوقت المناسب ، أو من خلال تحويل الموجودات إلى نقد وبأسرع وقت ممكن و بأقل خسارة ممكنة ولكي يعد الموجود سائلا يجب أن يتوافر لديه شرطان أساسيان الأول قابليه التحويل إلى نقد وبأسرع وقت ممكن والشرط الثاني هو تخفيض الخسارة إلى اقل ما يمكن عند التحويل إلى نقد ويجب تحقق الشرطين وبخلاف ذلك لا يعد الموجود سائلا، ولقياس مؤشر السيولة تم اختيار نسبة (**السيولة النقدية / أجمالي الودائع**)*100 والتي تقيس نسبة السيولة النقدية للشركة لمعرفة قدرتها على سداد ديونها قصيرة الأجل نقدا أو بواسطة موارد شبه نقدية مثل الأوراق المالية ويوضح الجدول (3-1) مؤشر السيولة لعينة المصارف المختارة للمدة(2004 – 2019) .

جدول(3-1)

مؤشر السيولة للمصارف التجارية العراقية للمدة (2004-2019)

السنة	الشرق	بابل	سومر التجاري
	Ratio	Ratio	Ratio
2004	55%	136%	729%
2005	42%	109%	71%
2006	69%	93%	50%

104%	232%	52%	2007
286%	95%	50%	2008
76%	340%	79%	2009
145%	353%	74%	2010
123%	414%	73%	2011
141%	515%	75%	2012
176%	221%	76%	2013
182%	226%	98%	2014
22%	245%	103%	2015
32%	146%	131%	2016
29%	113%	129%	2017
37%	39%	102%	2018
38%	7%	117%	2019
140%	205%	83%	Mean

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على التقارير المالية السنوية للمصارف التجارية عينة البحث للمدة(2004-2019)
واستخدام المعادلة التالية : (السيولة النقدية / أجمالي الودائع)*100

أ. **مصرف الشرق الأوسط :**

أولا : بلغت قيمة الوسط الحسابي لمؤشر السيولة خلال سنوات البحث (**83%**) حسب معادلة السيولة النقدية إلى إجمالي الودائع ، وبذلك حصل المصرف بموجبها على التصنيف (3) بين المصارف عينة البحث للمدة (2004-2019) .

ثانيا **:** من خلال احتساب السيولة النقدية إلى إجمالي الودائع لمصرف الشرق الأوسط نلاحظ أن هنالك نسب أمان جيدة ومتذبذبة إذ كانت اعلى نسبة سجلت خلال سنة 2019 هي (117%) ويعود السبب بذلك لزيادة النشاط الائتماني للمصرف من خلال منح القروض دليل على كفاية الرصيد النقدي لمواجهة المخاطر في المنح، كذلك انخفض إجمالي الودائع عن سنة 2018 بـ(160,367) مليار دينار بينما كانت ادنى نسبة مسجلة لمصرف الشرق في سنة 2005 بمقدار (**42%**) وهي نسبة جيدة لمواجهة مخاطر انخفاض السيولة خلال مدة البحث ،وتعود أسباب الانخفاض إلى زيادة أجمالي الودائع بمبلغ (116,713) مليار دينار عن سنة 2004 .

ب- مصرف بابل :

أولا : بلغت قيمة الوسط الحسابي لمؤشر السيولة خلال سنوات البحث (205**%**) حسب معادلة السيولة النقدية إلى إجمالي الودائع ، وبذلك حصل المصرف بموجبها على التصنيف (1) بين المصارف عينة البحث للمدة (2004-2019) .

ثانيا **:** بما ان مؤشر السيولة يمثل قدرة المصرف على مواجهة التزاماته المالية بشكل اساس وهذا يتطلب توفير نقد سائل بشكل كافٍ لذلك عند احتساب السيولة النقدية الى إجمالي الودائع لمصرف بابل نلاحظ ان هنالك نسب امان جيدة واخرى متفاوتة ومنخفضة جداً خلال سنوات البحث(2004 - 2019) اذ كانت ادنى نسبة منخفضة (7%) في سنة 2019 ويعود سبب ذلك زيادة اجمالي الودائع في سنة 2019 بمبلغ قدره (57,301) مليار دينار ولم تقابلها زيادة في النقد او الائتمان في السنة السابقة 2018 ولذلك عدم تمكن مصرف بابل من تلبية التزامته المالية لقلة سيولته النقدية المتوفرة لدى المصرف اذ بلغت السيولة النقدية لسنة 2019 بمبلغ (9.258) مليار دينار بينما كانت السيولة النقدية لسنة 2018 بمبلغ قدره(27,298) مليار دينار بانخفاض مقداره (18,040) مليار دينار عن سنة 2019 لذلك تسبب هذا الانخفاض للمصرف مشاكل في ممارسة عملياته المصرفية والاعمال الاخرى الخاصة بالمصرف بينما كانت اعلى

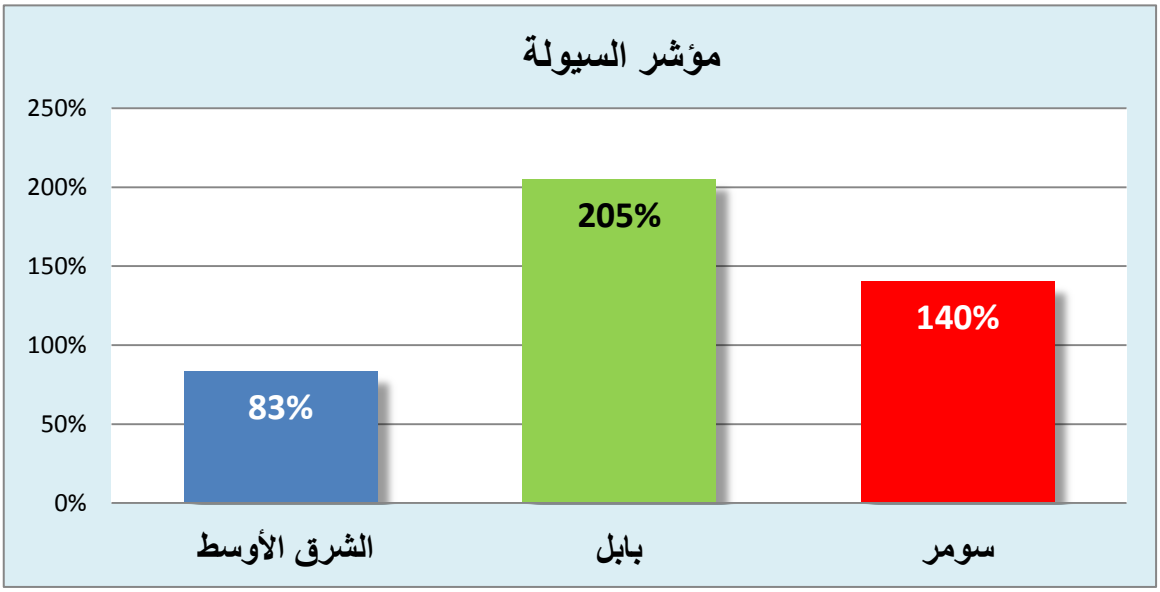
نسبة مسجلة (515%) للمصرف اعلاه في سنة 2012 ويعود سبب الارتفاع لزيادة السيولة النقدية سنة 2012 عن السنة السابقة 2011 بمبلغ قدره (67,195) مليار دينار وزيادة النشاط الائتماني للمصرف من خلال منح القروض دليل على كفاية الرصيد النقدي في سنة 2012 .

ج- مصرف سومر التجاري :

أولا : بلغت قيمة الوسط الحسابي لمؤشر السيولة خلال سنوات البحث (140%) حسب معادلة السيولة النقدية إلى إجمالي الودائع ، وبذلك حصل المصرف بموجبها على التصنيف (2) بين المصارف عينة البحث للمدة (2004-2019) .

ثانيا **:** بما ان مؤشر السيولة يمثل قدرة المصرف على مواجهة التزامته المالية بشكل اساس وهذا يتطلب توفير نقد سائل بشكل كافٍ لذلك عند احتساب السيولة النقدية الى اجمالي الودائع لمصرف سومر التجاري نلاحظ ان هنالك نسبة السيولة جيدة واخرى متفاوتة ومنخفضة جداً خلال سنوات البحث (2004 - 2019) اذ كانت ادنى نسبة مسجلة (22%) في سنة 2015 ويعود سبب ذلك الى ضعف تخطيط السيولة في المصرف وزيادة اجمالي الودائع في سنة 2015 بمبلغ قدره (78.584) مليار دينار عن السنة السابقة قابلها انخفاض في السيولة النقدية بمبلغ قدره (-4.119) عن سنة السابقة بينما كانت اعلى نسبة مسجلة (729%) للمصرف اعلاه في سنة 2004 ويعود سبب الارتفاع لزيادة السيولة النقدية على اجمالي الموجودات في نفس السنة وزيادة النشاط الائتماني للمصرف من خلال منح القروض دليل على كفاية الرصيد النقدي في سنة 2004 .

يتضح مما سبق أن المصارف عينة البحث تميل بشكل عام إلى عدم التوسع في السيولة النقدية قياسا بالودائع المتاحة لها ، وذلك من باب الاحتياط والتمتع بهامش امأن عال كذلك اتباع سياسة متزنة في عرض حجم السيولة النقدية قياسا بحجم الودائع فضلا عن أن المصارف لديها مصادر مؤكدة تمكنها من الحصول على الأموال بشروط جيدة لمقابلة الالتزامات الحالية والمستقبلية وكان الترتيب الخاص بالسيولة لنسبة السيولة النقدية إلى أجمالي الودائع تنازليا كالاتي (بابل ،سومر ، الشرق الأوسط) ويوضح الشكل(2) افضليه المصارف عينه البحث بحسب مؤشر السيولة استنادا لما ذكر سابقا.



المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الجدول (3-1)

شكل(2)

افضليه المصارف عينة الدراسة خلال مؤشر السيولة للمدة (2004-2019)

2- مقارنة المصارف عينة البحث من خلال مؤشرات القدرة التنافسية للمدة (2004 -2019)

بعد إن تم احتساب مؤشرات القدرة التنافسية المتضمنة (المردودية، نمو الموجودات، الأمان ،السيولة) نبين من خلال الجدول (4-1) الحصيلة النهائية بين المصارف المتنافسة عينة البحث وهي كالاتي :

جدول (4-1)

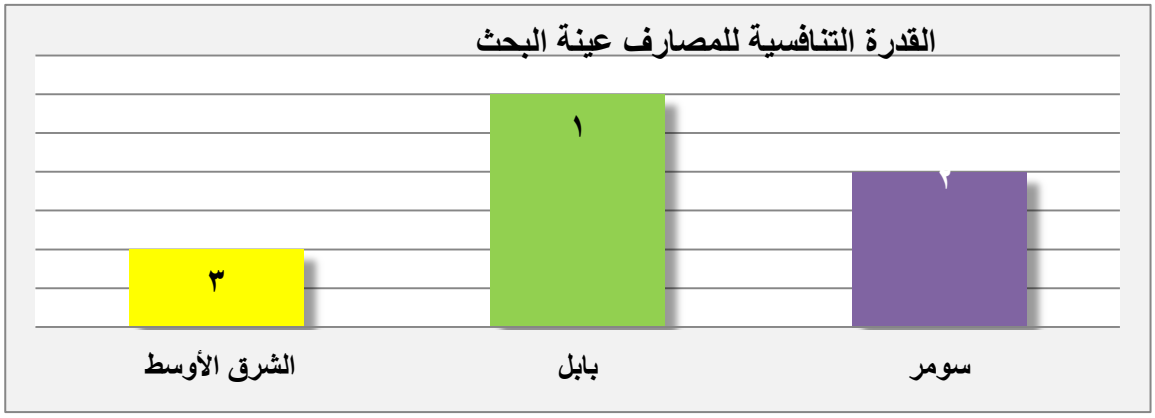
القدرة التنافسية للمصارف التجارية عينة الدراسة للمدة (2004- 2019)

المصارف	مؤشرات القدرة التنافسية				
	الأمان		السيولة		المركز
	Ratio	CI	Ratio	CI	CI
الشرق الأوسط	74%	3	83%	3	3
بابل	340%	1	205%	1	1
سومر التجاري	115%	2	140%	2	2

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد الجداول (3-1:4)

المصدر من أعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الجدول (4-1)

شكل(4) افضليه المصارف عينة الدراسة حسب مؤشرات القدرة التنافسية للمدة (2004-2019)



ومن خلال الشكل (4-1) نلاحظ أن المصارف المتنافسة عينة البحث كانت بالترتيب الاتي تنازليا (مصرف بابل ،مصرف سومر التجاري وأخيرا مصرف الشرق الأوسط) إذ تفوق مصرف بابل من خلال مؤشرات القدرة التنافسية على بقية المصارف وذلك بسبب تحقيق نسب جيدة بمؤشر الأمان إذ سجل نسبة (340%) كذلك سجل مصرف بابل نسبة عالية لمؤشر السيولة واصبح متفوقا أيضا عن المصارف عينة البحث بنسبة سيولة جيدة بـ(205%) وبذلك كان المصرف متفوقا في مؤشرات القدرة التنافسية بين المصارف عينة البحث خلال المدة (2004 – 2019).

الاستنتاجات :

1- تهدف سياسة التنافسية الى ايجاد بيئة تنافسية في الاسواق المحلية والعالمية من خلال تعزيز المستوى التنافسي وتحقيق فاعلية في الاسواق المصرفية .

2- استقطاب اكبر عدد من العملاء لزيادة المستوى التنافسية والذي ينعكس على تحفيز المصارف لتقديم الخدمات المصرفية المبتكرة بأسعار تنافسية .

3- للتنافسية دور فعال لتطوير الاداء المصرفي وتدعيم المراكز المالية للمصارف التجارية وزيادة حدة المنافسة بين المصارف التجارية عينة البحث من خلال التحليل المالي عن طريق المؤشرات المالية (مؤشر الامان ، مؤشر السيولة) التي طبقت في هذا البحث .

4- على الرغم من أن المصارف التجارية في العراق لها باع طويل وتاريخ عريق بالعمل المصرفي إلا أنها لازالت محدودة النشاط وضعيفة الفاعلية في الاقتصاد ، على الرغم من كثرة عدد المصارف التجارية في العراق إلا انه لايزال الاعتماد الكلي على نشاط المصارف الحكومية .

5- لا تزال المصارف التجارية في العراق بعيدة عن أهداف السياسات الاقتصادية فهي بعيدة كل البعد عما يتطلبه الاقتصاد فهي تقوم بخدمة ما تتطلبها أهدافها الخاصة .إن المصارف التجارية العراقية تعاني العمليات المصرفية فيها من إجراءاتها الطويلة والروتينية واستغراقها وقتاً طويلاً لأدائها إلى جانب تعدد المستويات الإدارية التي تمر بها العملية لغرض إنجازها ، وهذا يؤدي بالتأكيد إلى زيادة تكاليف الخدمة المصرفية ومصروفاتها الثانوية بالتالي سيؤدي إلى انخفاض الأرباح .

6- اثبت الجانب التطبيقي للبحث ان كافة المصارف عينة البحث تحتفظ بنسب مرتفعة من كفاية رأس المال والسيولة بالمقارنة مع النسب المعيارية التي وضعها البنك المركزي العراقي نسبة 12% دنيا وعلى المصارف التجارية ان الاتصل دونها لتوفير الحماية لمساهمي ومودعي المصرف على حد سواء من غير الالتفات الى وضع حدود عليا لتلك النسب المعيارية ، مما يدل على وجود اموال غير مستثمرة .

التوصيات :

من خلال ما ذكر أعلاه من استنتاجات ينبغي على الباحث وضع بعض التوصيات أو المقترحات والتي قد تسهم في وضع الحلول لخروج المصارف التجارية العراقية من أزمتها التي تحدد بالقدرة التنافسية والعوائد ومعاناتها والعراقيل التي تحيط بها :

1- ضرورة تطوير المصارف عينة البحث لقدرتها التنافسية لمواكبة التطورات العالمية والوصول للأسواق المصرفية العالمية او قريبة منها .

2- ضرورة مواكبة التطورات التكنلوجية في تقديم الخدمات المصرفية التقليدية والحديثة لغرض استقطاب اكبر عدد من العملاء والفائدة منها تعظيم الربحية .

3- ازالة الحواجز والقيود لتشجيع دخول منافسين جدد للسوق المصرفية والذي ينعكس ايجابا على تطوير القطاع المصرفي العراقي وتحفيز المصارف لتطوير كفاءتها وانتاجياتها .

4- على إدارة المصارف التجارية عينة البحث أن تقوم بجهد أكبر من خلال وضع خطط إستراتيجية تكون موضوعية وتلامس الواقع الاقتصادي للمصرف والاقتصاد العراقي ، فضلاً عن تطوير هيكلها المصرفي من خلال إستشارة المختصين والخبراء بالسياسات المصرفية والتطوير المصرفي سواء في داخل أو خارج العراق . لأن هذه المصارف هي من تقع على عاتقها مسؤولية تطوير نشاطها وإصلاح الخلل في هيكلها المصرفي ولا تنتظر من أحد أن يقوم بوضع الخطط لتطوير هذه المصارف والنهوض بها .

5- على إدارة المصارف التجارية التدريب وتنمية مهارات العاملين في هذه المصارف لأن العمل المصرفي الحديث يحتاج إلى خبرة ومعرفة متخصصة ، وهو ما يفقده الكثير من العاملين في هذه المصارف وعلى وجه التحديد مجال تكنولوجيا المعلومات الحديثة والصيرفة الإلكترونية لأننا نعيش في حالة من التطور السريع والتكنولوجيا المتنافسة بالتالي ستوفر للمصرف أنخفاضاً في المصروفات مثال ذلك نظام المقاصة الالكترونية .

6- أما فيما يخص مؤشر الأمان فقد أتضح بأن المصارف الخاصة كانت مغالية ومبالغة نوعاً ما في تدعيم هذا المؤشر ، لذا فعلى المصارف الخاصة الاهتمام بهذا المؤشر لكن بحدود المعقول وتوفير الأموال المعطلة الاستثمار في جوانب أكثر ربحية . وذلك من خلال أتباع النسب القانونية الموضوعة من قبل الجهات الحكومية الرقابية .

7- أما فيما يخص مؤشر السيولة فقد أتضح أن المصارف التجارية جيدة جداً وتتوافق نوعاً ما مع النسب المقررة من قبل البنك المركزي العراقي . بالتالي فأن المصارف التجارية تعاني من مشكلة دعم الثقة بها والسمعة الطيبة فهي تحاول تقوية وتمتين هيكلها المالي وجانب أو نسب الأمان ، لكن ما أنها كانت مبالغة في تدعيم هذا المؤشر والسبب يعود لتخوفها الاستثمار بالأموال وعدم تيقنها وتوقعاتها بسياسات وخطط وأهداف الاقتصاد العراقي ، بالتالي كل ذلك لن يخدم مصالح الاقتصاد العراقي والتنمية الاقتصادية .

ثانيا: المصادر العربية

أ : الكتب

1- إدريس، وائل محمد صبحي و الغالبي، طاهر محسن منصور، **"الإدارة الاستراتيجية ، المفاهيم - العمليات "**، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع،2011.

2- حنفي، عبد الغفار وقرياقص ، رسمية ،**" أسواق المال"**، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر،2000

3- رشيد ،عبد المعطي رضا و جودة ، محفوظ أحمد،**" إدارة الائتمان "**، دار وائل للطباعة و النشر ، الأردن، 1999.

4- الزيداني ، جميل،**" أساسيات في الجهة از المالي ,المنظور العملي"** ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن،1999 .

5- صاحب ، رضا أبو حمد، **" إدارة المصارف مدخل تحليلي كمي معاصر"**، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن،2002.

6- عقل ، مفلح **" مقدمة في الإدارة المالية "** معهد الدراسات المصرفية ، عمان الأردن ،1998.

7- الغالبي، طاهر محسن منصور ، ادريس ،وائل محمد صبحي،**" الإدارة الاستراتيجية :منظور منهجي متكامل "**، الطبعة الثانية ،دار وائل للنشر والتوزيع ،عمان: الأردن ،2009.

8- مطر ، محمد ،**" الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والائتماني الأساليب والأدوات والاستخدامات العملية"** . ط4،عمان : دار وائل للنشر والتوزيع،2016.

ب : الرسائل والاطاريح الجامعية :

1- بوبكر مصطفى، **"حالة تقييم تنافسية الجهة از المصرفي الجزائري في الفترة 1995- 2006"**، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر ،2010.

1- شيخ فؤاد نجيب و بدر، فادي محمد،**" العلاقة بين نظم المعلومات و الميزة التنافسية في قطاع الأدوية الأردنية"**، مجلة الإدارة العامة، لمجلة رقم 44 ، العدد 3 السعودية، سبتمبر، 2004.
2- عبيدات ، سماح **"دور الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية"** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة البقاء التطبيقية ،السلط ،الأردن ،2014.
3- العتوم، محمد فوزي، **" رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردنية"** ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن ، 2009.
2- عقل ،مفلح **" مقدمة في الإدارة المالية "** معهد الدراسات المصرفية ، عمان الأردن ،1998.
3- مصطفى ، عبد اللطيف ، ومراد ، عبد القادر،**" أثر استراتيجية البحث والتطوير على ربحية المؤسسة الاقتصادية"**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ،2013: 27-44 .

د : الوثائق والتقارير الرسمية

1- قانون البنك المركزي العراقي (56) لسنة 2004 .

2- التقارير السنوية لمصرف بابل للمدة (2004 – 2019) .

3- التقارير السنوية لمصرف سومر التجاري للمدة (2004 – 2019) .

4- التقارير السنوية لمصرف الأشرف الاوسط العراقي للمدة (2004 – 2019) .

Third: foreign sources

1- Dalniela، L and Brian، W. (2010) .Opportunity Costs and Non Scale Free Capabilites: Profit Maximization Corporate Scope and Profit Mangers. Strategic Management Journal، 31 (7).
2- David, Fred R., 2011, Strategic management concepts and cases. (13Th Ed). New Jersey: Pearson Education.
3- De boislaudelle, Henri mahé,1998." dictionnaire de gestion, ed:économica, Paris: P71.
4- Olivier PASRTE Et Autres,2005, La Nouvelle Economie.
5- Porter, M. E.,1985, Competitive Advantage, free Press, New York. (Porter,1985:86.)
6- Porter, M. E.,1985, Competitive Advantage, free Press, New York.
7- Porter, Michaei,1998, Changing Paitdrns of International Completion, California Management Review, Vol. 26, No.2.
8- Rothaermel, Frank T ,2008, Competitive advantage in technology intensive industries, advances in the study of entrepreneurship, innovation and economic growth. Advances in the Study of Indentureship , Innovation and Economic Growth, 18, 201- 225, by Elsevier LTD.