The Administration & Economic College Journal
For Economics & Administration & Financial Studies
Vol.14,N3, P P. 328-347
ISSN PRINT 2312-7813
ISSN ONLINE 2313-1012
مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية
والإدارية والمالية
المجلد ١٤، العدد٣تشرين الاول ٢٠٢٢ ص ص ٣٢٨-٣٤٧

The impact of electronic services on some profitability indicators, a case study of the Al-Ahly (Bank of Baghdad for the period (2008-2020

*اثر الخدمات الالكترونية في بعض مؤشرات الربحية دراسة حالة مصرف بغداد الاهلي للمدة (٢٠٠٨-٢٠٢٠)

**سرور راقي محمد ** أ. م. د حيدر علي محمد الدليمي

Abstract : The Research aims to identify the impact of electronic services on some profitability indicators, a case study of Bagdad for the period (2008-2020), as well as to know the difference in the evaluation of each of the electronic services represented by the indicators that were relied upon , namely (the number of electronic , the number of electronic) as well as profitability indicators ,which include ratios(return on total assets ,return on equity, net interest margin) through the optimal use of resources and access to the highest return with the lowest risk and lowest cost.

The approach and performance enrich the theoretical aspect.it relied on the deductive and descriptive approach , relying on Arab and foreign sources. The financial method was used to extract the valuable indicators based on the indicators and ratios that the research considered.

The study proved the existence of a positive relationship between the study variables are affected in an upward manner during the last years of the research period, expressing the extent of the contribution of electronic services to raising the banking return

*بحث مستل
**جامعة بابل – كلية الادارة والاقتصاد .

and the banks, as it increased in (2019) the ratio and a rate of change reached (100%) to reach (0.006) due to the increase in profit and at a rate of change of (1.72%) I .e .profit change in total assets and thus led to an increase in the percentage.

It was concluded from the following that electronic services are characterized by speed , low cost and risk factor, which increases the number of these services , which affects the economic activity of the bank.

المستخلص : يهدف البحث الى التعرف على اثر الخدمات الالكترونية في بعض مؤشرات الربحية دراسة حالة مصرف بغداد الاهلي للمدة (٢٠٠٨-٢٠٢٠) فضلا عن معرفة الاختلاف في تقيم كل من الخدمات الالكترونية المتمثلة بمؤشراته التي اعتمد عليها وهي(عدد اجهزة الصراف الالي ،عدد البطاقات الالكترونية) وكذلك مؤشرات الربحية والتي تتضمن، بنسب ، (العائد على اجمالي الموجودات، العائد على حقوق الملكية، هامش صافي الفائدة) من خلال استعمال الامثل للموارد والوصول الى اعلى عائد بأدنى مخاطرة وبأقل تكلفة.

المنهج والاداء اغناء الجانب النظري اعتمد المنهج الاستنباطي والوصفي بالاعتماد على المصادر العربية والاجنبية واستعملت الطريقة المالية لاستخراج المؤشرات القيمة لمؤشرات البحث بالاستناد الى المؤشرات والنسب التي نظر لها في البحث ،

اثبتت الدراسة وجود علاقة ايجابية بين متغيرات الدراسة حيث نلاحظ ان اغلب المتغيرات تتأثر بشكل تصاعدي خلال السنوات الاخيرة من مدة البحث معبرا عن مدى اسهام الخدمات الالكترونية في رفع العائد المصرفي وقدرة المصرف على المواجهة ومنافسة المصارف الاخرى اذ ارتفعت في عام (2019) النسبة بمعدل تغير بلغ (100%) لتصل النسبة الى (0.006) وذلك بسب ارتفاع الربح بمعدل تغير (1.72%) أي تغير الربح بمعدل اكبر من التغير في اجمالي الموجودات وبالتالي ادى الى ارتفاع النسبة

نستنتج مما يأتي ان الخدمات الالكترونية تمتاز بالسرعة وانخفاض التكلفة وعنصر المخاطرة مما يزيد من عدد مستخدمي هذه الخدمات مما يؤثر على نشاط الاقتصادي للمصرف

المقدمة : أن المصارف التجارية الخاصة منها العامة تسعى لتحقيق كفاءة ادائها من خلال تبني خدمات الكترونية حديثة التي تتجسد الياتها وفقا للأهداف التي تسعى اليها المصارف المذكورة في الجهاز المصرفي بصورة عامة ومصرف بغداد بصورة خاصة تعد الخدمات المصرفية الحديثة ولا

سيما الالكترونية وسائل متطورة انتجتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي وسائل منافسة للخدمات التقليدية ، لذلك تعمل المصارف على تحسين كفاءة ادائها من خلال استراتيجيات تنافسية ، عندما لجت المصارف الى تبني الخدمات الرئيسية مثل الاقراض والاستثمار والتي تعدها مصدرا رئيسا لتحقيق الربحية وفق اسس واعتبارات معينة استغال الموارد المتاحة بهدف تحسين كفاءة ادائها .

اولا// منهجية البحث

١: مشكلة البحث

١-أي الخدمات الالكترونية اكثر تأثير وارتباط على مؤشرات الربحية في مصرف بغداد

٢: اهمية البحث :تمكن اهمية البحث في معرفة تقدير الخدمات الالكترونية باستخدام مؤشرات معينة في بعض مؤشرات الربحية التي يقدمها مصرف بغداد لرفع اداء المصرف

٣: هدف البحث :يركز البحث على دراسة وتحليل وبيان العلاقة بين الخدمات الالكترونية على بعض مؤشرات الربحية في مصرف بغداد

٤: فرضية البحث :ينطلق البحث من فرضية مفادها ان هناك اثر ايجابي للخدمات الالكترونية على بعض مؤشرات الربحية

٥ : حدود البحث

١- الحدود المكانية العراق (مصرف بغداد)

٢- الحدود الزمانية (2008-2020)

اولا // الجانب النظري : تؤدي الخدمة الالكترونية دورا مهما في تصميم الخدمات وتسويقها ،حيث انها ذات اهمية لكل من مقدمي الخدمة والمستفيدين تؤكد الاتجاهات المعاصرة على ضرورة الاهتمام بالخدمات المصرفية لأنها اهم الوسائل التي يمكن من خلالها تحقيق الميزة التنافسية والشريان الحيوي الذي يوفر للمصرف المزيد من العملاء وربحية عالية وقدرتها على البقاء والنمو والاستمرار.

١-مفهوم الخدمات الالكترونية : ان التطورات التي شهدها العالم والتقدم الصناعي والاستثماري ، كان لابد على المصارف من مواكبة التطور في تقديم الخدمات الحديثة التي تتلاءم مع اهدافها ووظائفها من خلال توظيف كل امكانياتها في جذب التقنية الحديثة للمصارف وتدريب العاملين على طريقة استخدامها لتلبيه حاجات الزبائن من الخدمات المصرفية وتقديمها بأسهل الطرق واسرعها ، حيث تعرف الخدمات الالكترونية بأنها ما إذا كان الزبائن لديهم توقعات كافية عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم باستخدام التكنولوجيا الحديثة، وفهمهم الفعلي للفوائد التي يحصلون نتيجة حصولهم على هذه الخدمة (AL.Hawarim (2006-p24))وكذلك تعني الخدمات الالكترونية بانها الخدمات التي

يحصل عليها المستفيد تلقائيا من خلال معدات او تقنية محددة عبر شبكة الاتصال بما في ذلك خدمات الوصول الى قواعد البيانات المختلفة وخدمات الموقع(Kasper(2006-p3)

٢: قنوات توزيع الخدمات المصرفية الالكترونية : تجدر الاشارة الى ان استخدام الية الدفع الالكترونية التي تقدم من خلال قنوات توزيع الخدمة المصرفية بشكل كامل من بداية اختيار الخدمة من العميل مرورا بإجراءات اتمامها وانتهاء بشكل الكتروني كامل مثل القيام بدفع فاتورة الهاتف عن طريق الصراف الالي او النصف الكترونية مثل قيام العميل بالسحب من المدين او الدائن نقدا على هذا الحساب الكترونيا بالخصم بقيمة المبلغ المسحوب بينما يستلم النقود الورقية فعلياً (الغندور (٢٠٠٣،ص٩٧).

أ.الصراف الآلي: وهي تلك الاجهزة التي يمكن نشرها في اماكن مختلفة سواء على الحائط او بشكل مستقل ومتصلة بشبكة الكمبيوتر الخاصة بالمصرف يستخدم العميل بطاقة بلاستيكية او بطاقة ذكية للحصول على خدمات متنوعة للاستفادة من خدمات الصراف الالي التي تتطلب الحصول على (Master Card) أو (Visa Cardboard).

إذ أن أهم الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي هي:

- السحب والايداع النقدي
- ايداع الشيكات
- دفع الفواتير والتحويل من الحسابات
- تغيير الرقم السري
- الاستفسار عن اسعار العملات
- الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقا، مثل البطاقة التي تسمح بالدخول للأنترنيت.
- الاستفسار عن الارصدة، مثل طلب كشف حساب.

ب.نقاط البيع الالكترونية: وهي عبارة عن ماكينات تنتشر في المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف انواعها وانشطتها، ويمكن للعميل استخدام البطاقات البلاستيكية او البطاقات الذكية لإجراء المدفوعات عن طريق الخصم من حسابه الكترونيا عن طريق تمرير البطاقة داخل الاجهزة المتصلة بكمبيوتر المصرف.

ت.الصيرفة المنزلية: وهي الكمبيوتر الشخصي الموجود في المنزل او في العمل او في أي مكان متصل بجهاز كمبيوتر المصرف، بحيث يمكن للعميل اكمال العمليات المصرفية المطلوبة، من خلال كلمة سر (Password) او رقم السري (Pin Number) أو كليهما من اتمام العمليات المصرفية المطلوبة.

ث.الصيرفة المحمولة: وهي تلك الخدمات المصرفية التي يتم توفيرها من خلال الهاتف المحمول بوساطة تطبيق معد مسبقا عن طريق المصرف باستخدام العميل رقما سريا يتيح له الدخول الى حسابه للاستعلام عن أرصدة وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.

ج.نظام السويفيت والتحويل : ان نظام السويفيت هو جمعية غير ربحية تهدف الى نقل الاموال الدولية بسرعة وسهولة وبصورة امنه إذ انشئت من خلال قانون بلجيكي بدأ عملياته في اواخر السبعينيات ويمكن تعريفة ايضا بأنه نظام عالمي يمكن فيه الربط بين بنوك المراسلة او البنوك العالمية مع البنك وذلك بأرسال واستقبال الرسائل المالية وغير المالية عبر هذه الشبكة (سفر ، ٢٠٠٦ ، ١٥٧)اما نظام التحويل الالكتروني للأموال فهو عملية نقل الاموال من خلال وسيلة الالكترونية كالحاسوب او الهاتف او الشريط المغناطيسي، وان ما يميز النظام الحديث عن النظام القديم هو السهولة والسرعة اذ اصبحت جميع المدفوعات تنجز دون الحاجة الى ازعاج الاشخاص في كتابة الشيك او الدفع نقدا

ثانيا: ابعاد الخدمات المصرفية الالكترونية :هناك العديد من الابعاد التي وضعت من الكتاب والباحثين من خلال دراساتهم وابحاثهم لقياس جودة الخدمات الالكترونية المصرفية، اعتمدت الباحثة على بعض مؤشرات الخدمات الالكترونية نتيجة عدم استجابة مصرف بغداد للمساعدة في الحصول على مؤشرات جودة الخدمات الالكترونية لذلك تم الاعتماد على اهم المؤشرات وهي

الصراف الالي ATM: وهي الالات يمكن نشرها بأماكن مختلفة سواء بشكل مستقيم او بالجدار وتكون متصلة بحاسب المصرف ،ويقوم الزبون بأستخدام البطاقة البلاستيكية او البطاقة الذكية للحصول على الخدمات التي يحتاجونها، ولكي يتم الاستفادة من خدمات الصراف الالي يتطلب الحصول على بطاقات سواء كانت ماستر كارد، فيزا كارد

فيزا كارد Visa Cred: وهي تعد الشركة الرائدة في نظام الدفع في العالم وهي تمنح تسهيلات للبنوك في اصدار بطاقة الدفع في العالم ، إذ ان اغلب المحلات التجارية الكبيرة تتعامل بها كوسيلة للدفع،

وهي على ثلاثة انواع منها، بطاقة الفيزا الفضية، بطاقة فيزا الذهبية، بطاقة الفيزا الكترون إذ بلغ مجموع البطاقات التي تصدرها شركة الفيزا في الولايات المتحدة سنة 1996 (510.5)مليون بطاقة ، لتصل عدد البطاقات في عام 2005الى (1.5) مليار بطاقة ولها 24مليون نقطة تعامل ، إذ بلغ عدد اعضائها لنفس السنة 21000 عضو مؤسس يتوزعون في 150 بلد.

ماستر كارد Master Card: تعرف بطاقات الماستر كارد بأنها بطاقات دفع مصرفية عالمية، وتشمل هذه البطاقات عدة علامات تجارية وهي (MasterCard) :و (Maestro) و(Cirrus)، وتقوم هذه العلامات التجارية على أساس التعاون مع المؤسسات المالية والبنوك التي تصدر هذه البطاقات وأيضاً مع التجار الذي يقبلون التعامل مع هذه البطاقات، ويوجد أكثر من ٢٨ مليون موقع

يقبل التعامل والدفع من خلال بطاقات الماستر كارد، ومن الجدير بالذكر بأنّ شركة الماستر كارد لا تقوم بإصدار البطاقات ولا تفرض أية رسوم سنوية لحاملي البطاقة ، لكنّها بالمقابل تضع سياسات خاصّة تتعلّق بالدفع وإعادة الشحن.

٢- مؤشرات الربحية :تعكس هذه المقاييس الأداء الكلي للمصارف التجارية، إن هذه المقاييس تساعد على تحديد مدى قدرة المصارف التجارية على توليد الأرباح والتي تمثل بدورها المقياس لمدى فعالية السياسات الاستثمارية والتمويلية والتشغيلية لإدارة المصارف التجارية(Bolten,1981,p82). لذا فأن هذه المؤشرات تكون مهمة لكل من يهتم بمعرفة قوة إيرادات المصرف. ويمكن قياسها باستخدام عدد من المؤشرات واهم هذه المؤشرات ما يلي:

أ- معدل العائد على اجمالي الموجودات: Return On Assets (ROA)

ويسمى أيضا معدل العائد على الاستثمار وذلك لأن الموجودات الكلية (هي الأموال المستثمرة في العمليات التشغيلية) وان ارتفاع هذا المؤشر يدل على كفاءة سياسات المصرف الاستثمارية ويقيس هذا المعدل كفاءة إدارة المصرف وقدرتها على تحقيق أرباح صافية من توظيف موجودات المصرف ، ويستخدم هذا المؤشر للحكم على كفاءة ادارة المصرف في استخدام موجوداته واسلوب توظيف الاموال لدية (Rose,1999,p158)، وان انخفاضه يسبب ارتفاع نفقات التشغيل او استخدام سياسات استثمار وائتمان دفاعية تقلل من توليد الارباح ويحسب من خلال المعادلة التالية:

$$\text{معدل العائد على الموجودات } (\text{ROA}) = \frac{\text{صافي الربح قبل الضريبة}}{\text{اجمالي الموجودات}} \quad \dots (1)$$

ب- معدل العائد على حق الملكية: Return On Equity Capital (ROEC)

يبين هذا المعدل العوائد المتحققة إلى المساهمين في المصرف. ويعد أهم المقاييس لأنه يتأثر بكيفية تحقيق المصرف لمعظم العوائد الأخرى أي انه يقيس كفاءة المصرف في استخدام الأموال. ومن وجهة يشير ارتفاع هذا المعدل الى سلامة الأداء وتشجيع أصحاب المصالح المختلفين على التعامل مع اموال المالكين، ويمكن ان يكون ارتفاعه دليل للمخاطرة العالية الناجمة عن زيادة الرافعة المالية، بينما يشير انخفاضه الى تمويل متحفظ من القروض ويحسب من خلال المعادلة التالية:

$$\text{معدل العائد على حق الملكية } (\text{ROEC}) = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{حق الملكية}} \quad \dots\dots (2)$$

ت- هامش صافي الفائدة :Net Interest Margin

تعد هذه النسبة مئوية، وهي الفرق ما بين دخل الفائدة ومصاريف الفائدة مقسومة على الموجودات المدرة للعائدة والتي تمثل (الموجودات الايرادية) إذ تؤدي زيادة هذه النسبة الى قدرة الموجودات على توليد هامش فائدة المصرف أي قدرة المصرف على توظيف أمواله في استثمارات وقروض ذات عائد مرتفع وتحتسب وفق الصيغة الاتية (سعيد ، ٢٠١٨،ص١٤٢)

$$\text{نسبة هامش صافي الفائدة} = \frac{\text{الفوائد الدائنة} - \text{الفوائد المدينة}}{\text{الموجودات المدرة للعائد}} - \dots (3)$$

ثانيا // تحليل تطور الخدمات الالكترونية واثرها على بعض مؤشرات الربحية في مصرف بغداد للمدة (2008-2020)

١ : تحليل مؤشرات الخدمات المصرفية الالكترونية

تحليل تطور عدد الخدمات الالكترونية

أ- الصراف الآلي ATM : يعتمد مفهوم الالة على وجود الجانب الرئيسي للمصرف اذ يمكن استقبال بيانات العميل وبمجرد قيام العميل بإدخال البطاقة في الآلة تقوم الآلة بعد ذلك بإعطاء استجابة آنية تتمثل في الخدمات المصرفية (كالسحب والايداع النقدي ، وايداع الشيكات....الخ) وكذلك العديد من الخدمات المتطورة (شاهين ، ٢٠١٠،ص٥١٩)، حيث تعد زيادة خدمات الدفع الالكتروني من الأهداف الرئيسة التي يسعى لها المصرف الى زيادها وذلك لأجل ادخال اكبر عدد من الافراد داخل النظام المالي ومحاولة زيادة العمليات داخل النظام المالي واستخدام أدوات الدفع الالكتروني والتخلص من التعامل بالنقد تدريجيا .

من خلال الجدول (١) نلاحظ وجود تباين في اعداد اجهزة الصراف الآلي في الارتفاع الدائم وذلك نتيجة الخدمات التي يقدمها وانجاز الاعمال بسرعة ، حيث بلغ عدد اجهزة الصراف الآلي في عام (2008) (12) جهاز صراف الي ، وارتفع الى (19) جهاز في عام (2009) ونسبة (2.31%) وذلك نتيجة انتشار الوعي المصرفي لدى الزبائن وادراكهم بمدى اهمية هذه الاجهزة من حيث انجاز العمليات المصرفية بأسرع وقت وكذلك تقليل التكاليف التي يتحملها الزبون مقارنته بذهابه الى المصرف نفسة ، وايضا الامان وحماية للزبون من تقليل عملية الاختلاس والسرقة التي من الممكن ان يتعرض لها الزبون واستمرت اعداد اجهزة ATM بالانتشار والتوسع خلال الاعوام (2010) ،(2011) ،(2012) ،(2013) الى (2014) حيث ازدادت من (23) الى (44)،(57) ،(70) ،(83) جهاز على التوالي وبنسبة اهمية بالغة (2.80%) و(5.37%) و(6.95%) و(8.54%) و(10.13%) على التوالي وذلك لكي يلبي طموحات الزبائن ،ويواكب المستجدات العالمية في هذا الاطار ،

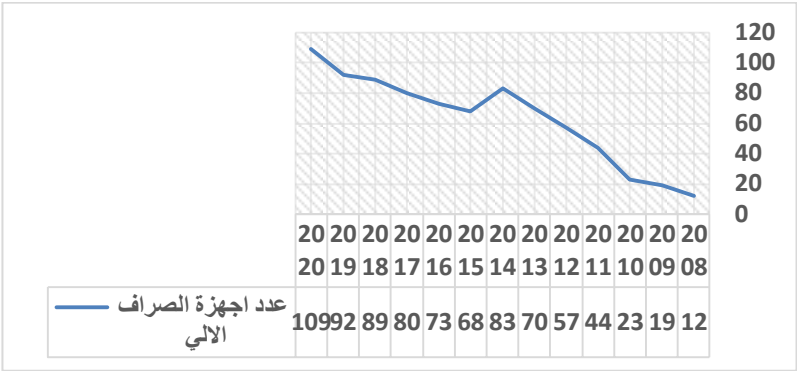
الجدول (١): تحليل تطور عدد أجهزة الصراف الآلي (وحدة)

السنة	عدد اجهزة الصراف الآلي	الاهمية النسبية %
2008	12	1.46
2009	19	2.31
2010	23	2.80
2011	44	5.37
2012	57	6.95
2013	70	8.54
2014	83	10.13
2015	68	8.30
2016	73	8.91
2017	80	9.76
2018	89	10.86
2019	92	11.23
2020	109	13.30
معدل النمو السنوي المركب %	20.18	

المصدر: البنك المركزي /دائرة المدفوعات /قسم العمليات المصرفية والالكترونية /شعبة الدفع الالكتروني (2008-2020)

- الاهمية النسبية من عمل الباحثة استنادا على الصيغة الاتية = $\frac{\text{الجزء}}{\text{الكل}} \times 100$
- وعادت النسبة الى الارتفاع بقية الاعوام القادمة وذلك نتيجة ادراك مدى اهميتها والعوائد التي تجبى من خلالها حيث استمرت في الارتفاع من (8.91%) و(9.76%) الى (10.86%) و(11.23%) و(13.30%) على التوالي خلال الاعوام (2016) و(2017) و(2018) و(2019) و(2020) ازداد توسع انتشار الاجهزة من (73) الى (80)، (89)، (92) الى (109) جهاز وبين من خلال هذه الارقام مدى توسع وتطور الوعي المصرفي لدى الزبائن ، وبلغ معدل النمو السنوي المركب نسبة معنوية (20.18) للدلالة على اتجاه هذه النسبة نحو الزيادة في السنوات الاخيرة

شكل (١): تطور عدد أجهزة الصراف الآلي



المصدر: من عمل الباحثة استنادا الى جدول رقم (١)

ب-بطاقات الالكترونية : تعد بطاقات الالكترونية من اكثر البطاقات شيوعا في الاستخدام للأغراض اداء المقابل في التجارة الالكترونية والتقليدية ومن اهم البطاقات التي يتعامل بها المصرف هي كالآتي:

(أ) Visa Card: تصدرها شركة الفيزا العالمية وهذه البطاقة هي بطاقة متجددة، وبإمكان حاملها ان يسدد كل التزامات البطاقة خلال مدة السماح، وبطاقة الفيزا هي الاكثر انتشار على الاطلاق، واعداد حاملها بالملاين، تتعامل مع ملاين المنشآت والمحلات التجارية وأجهزة الصراف الآلي، وتتيح بطاقة الفيزا والمقدمة من مصرف بغداد لحاملها إمكانية الوصول الى حسابه المصرفي على مدار ٢٤ ساعة وبأي مكان في العالم من خلال القيام بالعمليات التالية:

- ✓ سحب الاموال من حساب حامل البطاقة بدون الحاجة الى القيام بأي من العمليات المصرفية المتعارف عليها حيث تتم عملية السحب هذه مباشرة على اجهزة الصراف الآلي (Automated Teller Machine) والمتوفرة محليا وعالميا
  والحاملة لشعار الفيزا (النجار ، ٢٠٠٦،ص١١٨).

- ✓ شراء الخدمات والمنتجات من التاجر ومن غير الحاجة الى استخدام النقد وعبر ما بأجهزة نقاط البيع (P O S) والتي تكون متوفرة محليا وعالميا وايضا ولدى ملايين المحلات التجارية .
- ✓ شراء منتجات والخدمات عبر الانترنت وتتم جميع هذه العمليات ضمن سقف محدد للبطاقة والمعروف بالحد الاعلى للشراء اليومي ويكون محدد من قبل المصرف وذلك للحد من أي مخاطر او اخطاء ناتجة عن استخدام البطاقة

أ- Master Card: تأتي هذه البطاقة في المرتبة الثانية بعد بطاقة فيزا كارد من حيث درجة انتشارها، وهي أيضا تتعامل مع ملايين المنشآت والمحلات التجارية، وهذه البطاقة أيضا متجددة مثل الفيزا كارد .

من خلال جدول (٢) نلاحظ وجود تباين ما بين الارتفاع والانخفاض في كلا البطاقتين حيث بلغ عدد البطاقات الموزعة لفيزا كارد خلال عام (2008) عدد (42) الف بطاقة بنسبة اهمية (3.96%) بينما بلغ عدد البطاقات الموزعة للماستر

الجدول (٢): تطور عدد البطاقات الائتمانية (الف وحدة)

السنة	Visa Card	الأهمية النسبية %	Master Card	الأهمية النسبية %
2008	42	3.96	16	1.75
2009	53	5.00	22	2.41
2010	72	6.80	41	4.50
2011	86	8.12	54	5.92
2012	98	9.26	68	7.46
2013	103	9.73	67	7.35
2014	107	10.11	88	9.65
2015	99	9.35	61	6.69
2016	51	4.82	77	8.45
2017	77	7.27	98	10.75
2018	83	7.84	103	11.30
2019	90	8.50	106	11.63
2020	97	9.16	110	12.07
معدل النمو السنوي المركب %	7.22		17.42	

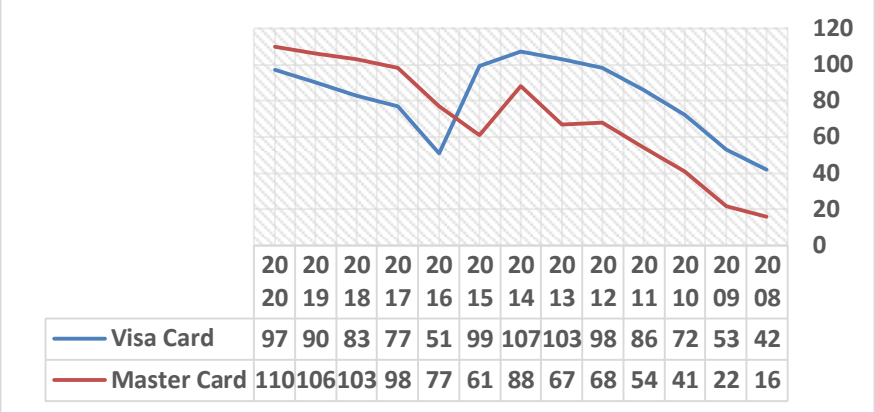
المصدر: البنك المركزي /دائرة المدفوعات /قسم العمليات المصرفية والالكترونية /شعبة الدفع الالكتروني (2020-2008)

- الاهمية النسبية من عمل الباحثة استنادا على الصيغة الاتية = $\frac{\text{الجزء}}{\text{الكل}} \times 100$

كارد (16) الف بطاقة وبنسبة اهمية (1.75%) ، وفي عام (2009)ارتفعت عدد البطاقات الموزعة للفيزا كارد الى (53) الف بطاقة ،وايضا ارتفاع عدد بطاقات الموزعة للماستر كارد الى (22) الف بطاقة ويرجع السبب في ذلك زيادة الوعي المصرفي لدى الزبائن لما تقدمة هذه البطاقات من خدمات من ناحية تخفيض التكاليف ورسوم التي تفرض عليها ، والسرية الامان لدى حاملها من الضياع والسرقة وانخفاض المعوقات التي من الممكن ان يتعرض لها الزبون ، وتقليل الوقت والجهد في انجاز الخدمات التي يحصل عليها الزبون ، واستمرار في الارتفاع لكلا البطاقتين خلال العوام (2010)، (2011)، (2012)، (2013) الى (2014)على التولي حيث ارتفعت عدد بطاقات الفيزا كارد من (72) الف الى (86) ، (98) ، (103)، (107) الف على التوالي ، مقابل ارتفاع الماستر كارد من (41) الف الى (54) الف و (68) الف بطاقة ويرجع السبب في ذلك الى زيادة خدمات الدفع

الالكتروني التي يسعى المصرف الى زيادها وذلك لإدخال اكبر عدد من الافراد داخل النظام المالي ومحاولة زيادة العمليات داخل النظام المالي واستخدام ادوات الدفع الالكتروني ، والتخلص من التعامل بالنقد تدريجيا ، اما في عام (2015) نلاحظ انخفاض اعداد التوزيع لكلا البطاقتين حيث انخفضت اعداد توزيع بطاقات الفيزا كارد الى (99) بطاقة وبنسبة (9%) ، مقابل انخفاض الماستر كارد الى (61) الف بطاقة وبنسبة (7%) ويرجع السبب في ذلك نتيجة الوضع الاقتصادي والامني الذي مر به العراق مما ادى الى تراجع عداد كبيرة من الزبائن من التعامل بتلك البطاقات ، ولكن خلال الاعوام الاخيرة من مدة البحث نلاحظ عودة ارتفاع عدد البطاقات الموزعة لكلا النوعين حيث ارتفع بطاقات الفيزا كارد من (83) الف الى (90) ،(97) الف بطاقة على التوالي، مقابل ارتفاع عدد بطاقات الماستر كارد من (103) الف الى (106) ،(110) الف بطاقة خلال اعوام (2017) و(2018) و(2019) على التوالي، نتيجة الدقة والسرعة التي يحصل عليها الزبون مقابل استخدام هذا النوع من البطاقات ، وايضا نتيجة العمل المستمر على تطوير خدمات الكترونية جيدة تساعد هذه الخدمات على تحسين الاداء والجودة للزبائن ، وتقليل المخاطر السيولة ومخاطر السوق والتشغيل ومخاطر الائتمان التي تعد من اهم المخاطر التي من الممكن ان يتعرض لها الطرف المقابل في معاملاته المالية في الوفاء بالتزاماته اضافة الى انه من الممكن ان يكون السبب هو زيادة التكلفة النقدية في العراق استجابة الى زيادة الانفاق العام والعرض الكلي فكانت النتيجة هي زيادة اعداد بطاقات الماستر كارد ، اما معدل النمو السنوي المركب فقد بلغ احصائية معنوية بالنسبة للفيزا كارد (7.22) وللماستر كارد (17.42) للدلالة على اتجاه زيادة هذه النسبة خلال الاعوام الاخيرة

الشكل (٢): تطور عدد البطاقات الائتمانية



المصدر: من عمل الباحثة استنادا الى جدول رقم (٢)

ومن خلال الشكل البياني اعلاه نلاحظ ان عدد البطاقات كل من الماستر كارد والفيزا كارد بلوغهم عند ادنى نقطة في عام (2008) واعلى نقطة في عام (2020) ويعود السبب في ذلك نتيجة التطور التكنولوجي الذي رافق هذه المدة ، وكذلك تطور اعداد مستخدمي كلا البطاقتين

٢: تحليل مؤشرات الربحية (العائد المصرفي) : هناك ثلاث انواع من مؤشرات كفاءة اداء مهمة كل من المالك والمستثمر معا وهي: معدل العائد على اجمالي الموجودات، ومعدل العائد على حقوق الملكية، نسبة صافي هامش الفائدة في مصرف بغداد للمدة (2008-2020)، حيث تعد الربحية مؤشرا نهائيا لجميع العمليات المصرفية وانشطة اداء المصرف (لطفي ، ٢٠٠٧،ص٩٨)

أ-معدل العائد على اجمالي الموجودات :يقيس هذا المؤشر معدل العائد على الاموال المستثمرة في الموجودات بعد دفع الضرائب المترتبة علية، فهو مؤشر يعكس كفاءة الادارة في تشغيل الموجودات، حيث يشير ارتفاع هذا المؤشر الى كفاءة العمليات في المصرف واستخدام الادارة لسياسات استثمار وائتمان هجومية تساهم في توليد الارباح، اما في حالة انخفاضه فانة يشير الى ارتفاع نفقات التشغيل او استخدام سياسات الاستثمار وائتمان دفاعية تقلل من توليد الارباح (Gitman, 2009,p68) ، حيث حددت النسبة المعيارية لهذا المؤشر (6%) من قبل البنك المركزي ، ويحتسب وفق الصيغة الاتية:

$$\text{معدل العائد على اجمالي الموجودات} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضرائب}}{\text{اجمالي الموجودات}}$$

يبن الجدول (٣) وجود تباين في هذه النسبة ما بين الارتفاع والانخفاض من عام الى أخر حيث شهد عامي (2008) و(2009) الى نسبة منخفضة على التوالي بمعدل تغير من (-40%) الى (-60%) وذلك نتيجة ازمة المالية التي شهدتها خلال هذين العامين مما اثرت على صافي الأرباح سلبا وبلغت النسبة المعيارية (0,005%) ، وفي عام (2010) انخفضت النسبة (0.01) وكذلك بنسبة معيارية مساوية لنسبة العائد المحددة من قبل البنك المركزي العراقي وذلك لانخفاض صافي الارباح مقابل ارتفاع في حجم اجمالي الموجودات وكذلك بلوغ النسبة المعيارية (0.01%) وهي قريبة من النسبة التي فرضها المصرف ، وفي عام (2011) ارتفعت النسبة (0.02) بمعدل تغير (100%) وذلك نتيجة ارتفاع صافي الارباح وانخفاض اجمالي الموجودات ، وفي عام (2012) انخفضت هذه النسبة بمعدل (-50%) اذ بلغت (0.01) بالرغم من الزيادة الحاصلة في الربح بمعدل تغير (19.76) الا ان الزيادة في الموجودات كانت اكبر بكثير منها بمعدل تغير (48.60%) مما أدى الى انخفاض هذه النسبة،

الجدول (٣): معدل العائد على اجمالي الموجودات

السنة	معدل العائد على اجمالي الموجودات	معدل التغير %
2008	0.03	-----
2009	0.01	66.66-
2010	0.01	0

2011	0.02	100
2012	0.01	-50
2013	0.01	0
2014	0.01	0
2015	0.003	-70
2016	0.01	233.33
2017	0.005	-50
2018	0.003	-40
2019	0.006	100
2020	0.02	233.33
معدل النمو السنوي المركب %	-3.32	

المصدر: مصرف بغداد، النشرة السنوية، للمدة من (2008-2020)

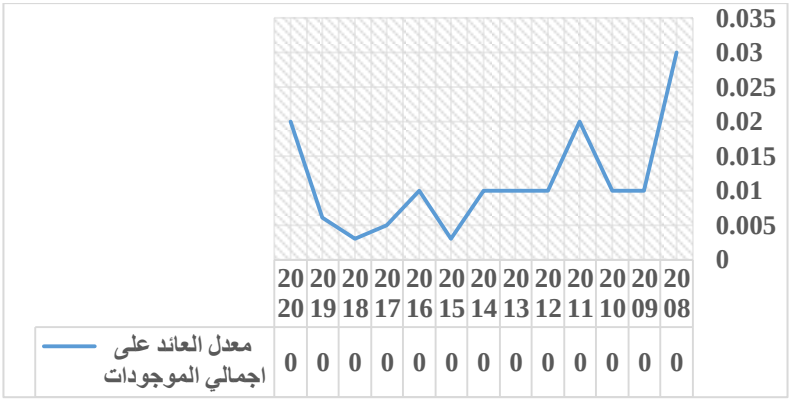
-معدلات التغير: من عمل الباحثة باستخدام الصيغة الاتية = $\frac{\text{السنة القادمة}-\text{السنة السابقة}}{\text{السنة السابقة}} \times ١٠٠$

اما خلال عامي (2013) و(2014) على التوالي استقرت النسبة بلغت (0.01) ، وفي عام (2015) انخفضت النسبة كثيرا بمعدل تغير (-70%) وسبب هذا الانخفاض يرجع الى انخفاض صافي الربح بعد الضرائب كثيرا من (27,781) مليون دينار في عام (2014) الى (5,717) مليون دينار في عام (2015) ويرجع ذلك نتيجة الاضطرابات التي حدثت في العراق ودخول داعش في نهاية (2014) وتوقف عمل بعض الفروع التي تقع في المناطق غير المستقرة امنيا وسرقة اموال فروع المصرف الموجودة في الموصول في عام (2015) ومن عمليات التحرير والتقشف التي شهدتها المصروفات كل ذلك اثر بشكل مباشر على صافي الربح ، وفي عام (2016) عادت النسبة الى ما كانت علية في عام (2014) بمقدار (0.01) اذ ارتفعت بمعدل تغير (233.33%) وذلك لارتفاع مبلغ صافي الربح بعد الضرائب ، واستمر هذا الانخفاض خلال عامي (2017)و(2018) لتصل النسبة على التوالي من (0.005)الى (0.003) بمعدل تغير (-50%) لعام (2017) و(-40%) لعام (2018) وذلك نتيجة انخفاض صافي الربح بعد الضرائب بشكل ملحوظ من (20,245) مليون دينار في عام (2016) الى (6,122) مليون دينار في عام (2017) و(4,152) في عام (2018) ، في عام (2019) ارتفعت النسبة بمعدل تغير بلغ (100%) لتصل النسبة الى (0.006) وذلك بسب ارتفاع الربح بمعدل تغير (1.72%) ويعود ذلك ارتفاع معدل تغير الربح بمعدل اكبر من التغير في اجمالي الموجودات وبالتالي ادى الى ارتفاع النسبة ، وفي عام (2020) انخفضت النسبة من الى (0.02) وبعدل تغير (233.33) رغم ارتفاع صافي الربح بعد الضرائب الا ان التغير في اجمالي الموجودات كان اكبر من العام الماضي وذلك نتيجة الاوضاع الصحية التي شهدها العراق نتيجة انتشار

مرض كورونا مما اثر سلبا على معدل العائد على اجمالي الموجودات وايضا انخفاض صافي الربح المصرف بسبب الاوضاع الاقتصادية والسياسية التي يتعرض لها العراق .

وبناء على ما تقدم نجد ان معدل العائد على اجمالي الموجودات قد تذبذب خلال مدة البحث بين الارتفاع والانخفاض اذ تراوحت النسبة ما بين (0.02) كحد اعلى في عام (2020) و كحد في عام (2015) و(2018) وذلك نتيجة نمو وانكماش صافي الربح بعد الضرائب وكذلك اجمالي الموجودات بسب الاوضاع السياسية والامنية الغير مستقرة التي شهدها العراق من حروب خلال مدة البحث المتمثلة في عام (2008) وعامي (2014) و(2015) وكذلك الاوضاع الاقتصادية السيئة المتمثلة في ارتفاع اسعار النفط وحالة التضخم والانكماش وانتشار الامراض منها مرض كورونا في الاقتصاد العراقي ككل ، وبلغ معدل النمو السنوي بنسبة معنوية (-3.32) للدلالة على تذبذب معدل العائد وعدم استقراره خلال مدة البحث .

الشكل (٣): معدل العائد على اجمالي الموجودات



المصدر: من عمل الباحثة استنادا الى جدول (٣)

ب-معدل العائد على حقوق الملكية : ويشير هذا المعدل الى مقدر الذي يحققه المساهمون على اموالهم الموظفة في راس مال المصرف، حيث اذا كانت قيمة المؤشر عالية دل ذلك الامر على كفاءة قرارات الاستثمار والتشغيل في المصرف ويحاول المصرف الاحتفاظ بهذه النسبة عند معدلاتها الثابتة ومرعاه ما يقرره البنك المركزي الذي يدعم رفعها لتوفير الحماية لأموال المودعين،

وقد حددت النسبة المعيارية لهذا المؤشر (4%) من قبل البنك المركزي ويتم احتساب معدل العائد وفق الصيغة الاتية (عبدالسلام ،٢٠٠٧،ص١٧):

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضرائب}}{\text{حقوق الملكية}}$$

بين الجدول (٤) وجود تباين في النسب خلال مدة المدة ما بين الارتفاع والانخفاض من عام الى اخر، اذ بلغت في عام (2008) بنسبة منخفضة في العائد (22%) وذلك نتيجة ارتفاع حقوق الملكية مقابل ارتفاع في صافي الربح ولكل بمعدل اقل مما اثر سلبا على الارباح بمعدل تغير (-11) في عام (2008) وبلغت النسبة المعيارية التي حددها البنك المركزي (0.55%) وهي نسبة مرتفعة نتيجة الوضع الذي شهده خلال العام ، واستمر الانخفاض في النسبة خلال عامي (2009)و(2010) حيث انخفضت من (14%) في عام (2009) الى (11%) في عام (2010) وذلك لارتفاع حقوق الملكية كثيرا حيث ارتفعت من (109,169)مليون دينار الى (118,788) مليون دينار مقابل انخفاض في صافي الربح قبل الضريبة ، وفي عام (2011) ارتفعت النسبة الى (15%) بمعدل تغير (36.36)، ثم انخفضت تدريجيا النسبة خلال الاعوام (2012) و(2013) و(2014) و(2015) على التوالي لتصل الى (12%) و(11%) و(9%) و(2%) وذلك لارتفاع حقوق الملكية كثيرا حيث ارتفعت من (139620) مليون دينار عام (2011) الى (207,253) مليون دينار في عام (291,263) مليون دينار في عام (2013) ثم الى (292,419) مليون دينار في عام (2014)، وبالرغم من ارتفاع الربح الا ان الارتفاع كان بنسب صغيرة مقارنة بالملكية وبمعدل تغير هو (19.76%)

للعام (2012) و(27.75%) للعام (2013) وانخفض في عام (2014) بمعدل تغير كان (-13.36 %) ، اما في عام (2015) كان الانخفاض في صافي الربح اكبر من الانخفاض في الملكية حيث بلغ معدل التغير (-8.18%) ادى الى انخفاض النسبة في هذا العام ، وارتفعت النسبة خلال عام (2016) الى (7%) وذلك لارتفاع الربح الى (5,717) مليون دينار ، واستمر الحال في الارتفاع والانخفاض خلال عامي (2017) و(2018) على التوالي حيث انخفضت النسبة من (2%)الى (1%) وتمثل النسبة في عام (2018) ادنى نسبة تسجل خلال مدة البحث، وذلك بسب بلوغ صافي الربح ادنى مبلغ ، بدأت ترتفع النسبة خلال عامي الاخير حيث ارتفعت من (2%) الى (10%) وذلك لارتفاع صافي الربح بالرغم من الارتفاع في الملكية حيث تبين اثر الخدمات الالكترونية من زيادة السرعة التي تودي الى انجاز العديد من المعاملات وتقليل الوقت والجهد بتقديم افضل الخدمات لزبائنه في العراق وتقليل من المخاطر وذلك بالاعتماد على ادوات ومقاييس كافية ومناسبة للتعريف والابلاغ عن المخاطر

الجدول (٤): معدل العائد على حقوق الملكية

السنة	معدل العائد على حقوق الملكية	معدل التغير %
2008	0.22	----
2009	0.14	36.36-
2010	0.11	21.42-
2011	0.15	36.36

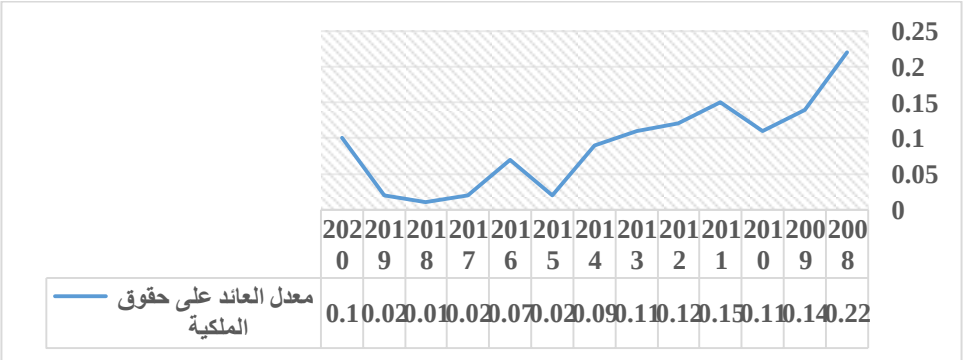
2012	0.12	20-
2013	0.11	8.33-
2014	0.09	18.18-
2015	0.02	77.77-
2016	0.07	250
2017	0.02	71.42-
2018	0.01	50-
2019	0.02	100
2020	0.10	400
معدل النمو السنوي المركب %	-6.35	

المصدر: مصرف بغداد، النشرة السنوية، للمدة من (2008-2020)

-معدلات التغير: من عمل الباحثة باستخدام الصيغة الاتية = $\frac{\text{السنة القادمة}-\text{السنة السابقة}}{\text{السنة السابقة}} \times ١٠٠$

وتأسيسا على ما تقدم نجد ان معدل العائد على حقوق الملكية قد تذبذب خلال مدة البحث ما بين الارتفاع والانخفاض اذ تراوحت النسبة ما بين (1%) كحد أدنى في عام (2018) و(15%) كحد اعلى في عام (2011) ويعود ذلك الاختلاف نتيجة نمو صافي الربح بعد الضرائب وكذلك حقوق الملكية(١)، وان النسبة المثلى تحققت في عام (2018) وهي مساوية لنسبة معدل العائد على حقوق الملكية . وبلغ معدل النمو السنوي نسبة معنوية احصائيا (-6.35) للدلالة على اتجاه هذه النسبة نحو الانخفاض في السنوات الاخيرة من مدة البحث

الشكل (٤): معدل العائد على حقوق الملكية



المصدر: من عمل الباحثة استنادا الى جدول (٤)

ج-نسبة صافي هامش الفائدة :ان هذه النسبة تقيس نسبة العائد الصافي من الفوائد التي حققتها الموجودات العاملة، وزيادة هذه النسبة تعني الزيادة قدرة الموجودات على توليد هامش فائدة للمصرف

(الخفاجي ،٢٠٢١،ص٧٧)، لا توجد نسبة معيارية لهذا المؤشر صادرة من قبل البنك المركزي لكونه من المصارف الاهلية ، ويتم احتسابها وفق الصيغة الاتية:

$$\text{نسبة صافي هامش الفائدة} = \frac{\text{الفوائد الدائنة – الفوائد المدينة}}{\text{الموجودات المدرة للعائد}}$$

بين الجدول (٥) وجود تباين في هذه النسبة ما بين الارتفاع والانخفاض من عام الى اخر، في عام (2008) بلغت النسبة (22%) بسب ارتفاع الفائدة خلال هذه السنة رغم ارتفاع اجمالي الموجودات الا ان ذلك لم يمنع من ارتفاع الفائدة ، وانخفضت النسبة الى (9%) وذلك بسب انخفاض الفائدة مقابل انخفاض في اجمالي الموجودات الا ان الانخفاض في الفائدة كان اكبر وفي عامي (2010)و(2011) اصحبت (8%)و(11%) على التوالي ارتفعت النسبة وذلك بسب ارتفاع الفوائد الدائنة من (33.107) مليون دينار في عام (2010) الى (48,229) مليون دينار في عام (2011) بالرغم من ارتفاع اجمالي الموجودات ، الا ان الارتفاع الفائدة كان اكبر ،

الجدول (٥): نسبة صافي هامش الفائدة

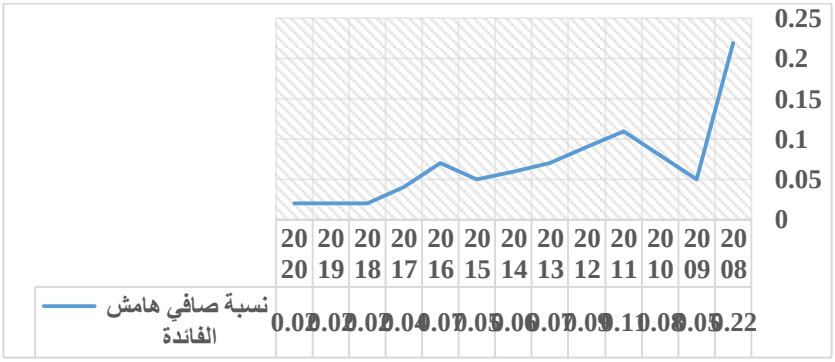
السنة	نسبة صافي هامش الفائدة	معدل التغير %
2008	0.22	----
2009	0.05	77.27-
2010	0.08	60
2011	0.11	37.5
2012	0.09	18.18-
2013	0.07	22.22-
2014	0.06	14.28-
2015	0.05	16.66-
2016	0.07	40
2017	0.04	42.85-
2018	0.02	50-
2019	0.02	0
2020	0.02	0
معدل النمو السنوي المركب %	18.11-	

المصدر: مصرف بغداد، النشرة السنوية، للمدة من (2008-2020)

-معدلات التغير: من عمل الباحثة باستخدام الصيغة الاتية = $\frac{\text{السنة القادمة–السنة السابقة}}{\text{السنة السابقة}} \times ١٠٠$

وانخفضت النسبة تدريجيا خلال الاعوام (2012) و(2013)و(2014) و(2015) على التوالي حيث انخفضت من (9%) و(7%) و(6%)الى (5%) وذلك بسب ارتفاع عائد الموجودات خلال هذه الاعوام مقابل انخفاض الفائدة حيث استمرت الفائدة في الانخفاض في عامي (2014)و(2015) من (45,134) مليون دينار في عام (2013) الى (44,882) مليون دينار وفي عام (2014) ثم الى (25,607) مليون دينار في عام (2015) ووصل الفرق بين الهيكل المكون للنسبة الى اعلى مبلغ بمقدار (639,043) مليون دينار في عام (2014)، وارتفعت النسبة في عام (2016) الى (7%) وذلك لارتفاع الفائدة مقابل انخفاض عائد الموجودات انخفاضا كبيرا وبمعدل تغير بلغ (-39.55%) ، وفي الاعوام الاخيرة (2017)و(2018)و(2019) و(2020) نلاحظ انخفاض الفائدة الى (4%)واستقرار النسبة خلال الاعوام الثلاثة الاخيرة حيث اصبحت (2%) وهي تمثل ادنى نسبة تسجل خلال مدة البحث وذلك بسب انخفاض) . الفائدة مقابل ارتفاع في العائد المدر للموجودات من (243,337) مليون دينار في عام (2017) الى (369,509) مليون دينار في عام (2020

الشكل (٥): نسبة صافي هامش الفائدة



المصدر: من عمل الباحثة استناداً على الجدول (٥)

وبناء على ما سبق نجد ان نسبة هامش الفائدة قد تذبذب ما بين الارتفاع والانخفاض خلال مدة البحث اذ تراوحت النسبة ما بين (22%) كحد اعلى في عام (2008) و(2%) كحد أدنى خلال الاعوام (2018) و(2019) و (2020) والسبب يعود الى الاختلاف ما بين العناصر الموجودات المدرة للعائد من استثمار اوراق تجارية والاستثمارات واجمالي القروض والسلف وكذلك الاختلاف في النمو ما بين الفوائد الدائنة والفوائد المدينة. وبلغ معدل النمو السنوي نسبة غير معنوية (-18.11) وذلك بسب تذبذب النسبة اجمالا وميلها الى الانخفاض.

الاستنتاجات

١- ان الخدمات الالكترونية تمتاز بالسرعة وانخفاض التكلفة وعنصر المخاطرة مما يزيد من عدد مستخدمي هذه الخدمات

٢- يتضح انه اجمالي عدد الصراف الالي يأخذ اتجاها تصاعديا خلال الاعوام الاخيرة وتبين هذه الارقام مدى التوسع وتطور الوعي المصرفي لدى الزبائن ، حيث بلغ معدل النمو السنوي المركب نسبة معنوية (20.18) للدلالة على اتجاه هذه النسبة نحو الزيادة خلال السنوات الاخيرة

٣- يتضح ان عدد بطاقات الالكترونية التي تشمل (الفيزا كارد ، ماستر كارد) اخذ الاتجاه التصاعدي خلال السنوات الاخيرة من مدة البحث وذلك نتيجة العمل المستمر على تطوير الخدمات الالكترونية والتي تقلل من عامل المخاطرة وكذلك مخاطر الائتمان والتي تعد من اهم المخاطر التي يتعرض لها الطرف المقابل في معاملاته المالية والوفاء بالتزاماته

٤- بلغت نسبة العائد على اجمالي الموجودات كحد ادنى خلال عامي (2015,2018) كحد ادنى وذلك نتيجة نمو وانكماش صافي الربح بعد الضرائب وكذلك اجمالي الموجودات بسب الاوضاع الاقتصادية والسياسة الغير مستقرة

٥- بلغت نسبة هامش صافي الفائدة خلال الاعوام (2018,2019,2020) ادنى نسبة وذلك نتيجة اختلاف ما بين عناصر الموجودات المدرة للعائد من استثمار اوراق تجارية والاستثمارات واجمالي القروض السلف

التوصيات

١- تقليل المخاطر في مجال تقديم الخدمات الالكترونية من قبل الموظفين وذلك من خلال اخضاعهم الى دورات تدريبة في مواجهة المشاكل التقنية.

٢- تحليل كلفة تنصيب الخدمات الالكترونية والعائد منها من اجل تحليل نطاق الخدمات الحالية منها

٣- اجراء تقييم دوري للخدمات الالكترونية من اجل معرفة نقاط القوة والضعف فيها ومدى ملائمتها للمستوى التكنلوجي .

المصادر

اولا:المصادر العربية

١- سعيد عبد السلام لفتة ، ادارة المصارف وخصوصية العمل المصرفي ، مطبعة الكتاب ،بغداد ،ط٣ ، ٢٠١٧-٢٠١٨،ص١٤٢

٢- سفر احمد ،العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية ،د. ط طرابلس – لبنان المؤسسة الحديثة للكتاب ،٢٠٠٦،ص١٥٧

٣- شاهين عبد الله ، نظم الدفع الالكتروني ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها ،٢٠١٠، مجلة جامعة الازهر سلسلة العلوم الانسانية ،غزة ،المجلد (١٢)، العدد(١) ، ص٥١٩.

٤- الغندور حافظ كامل ، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة، بيروت فكر ما بعد الحداثة ،٢٠٠٣، ص٨٧.
٥- لطفي امين السيد احمد ، المحاسبة والتحليل المالي في الفنادق، الدار الجامعية، مصر، الاسكندرية ،٢٠٠٧، ص ٩٨.
٦- محمود عبد السلام عمر، لجنة بازل بين التوجيهات القديمة والحديثة، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد ٤، العدد ١، يناير ١٩٩٦، سنة ٢٠٠٩، ص ١٧.
٧- مصفى حمودي كريم الخفاجي، ادارة السيولة ومخاطرها في المصارف التجارية وتأثيرها على العوائد، رسالة ماجستير في العلوم المالية والمصرفية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بابل، ٢٠٢١، ص ٧٧.
٨- محمود عبد السلام عمر ، لجنة بازل بين توجيهات القديمة والحديثة ،مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، المجلد ٤،العدد١، ٢٠٠٩،ص١٧
٩- مصرف بغداد، التقرير السنوي للمصرف ،٢٠١٨، ص١٥
١٠- النجار فريد ، وليد النجار واخرون ، وسائل المدفوعات الالكترونية- التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة ، ٢٠٠٦ ، الإسكندرية ،الدار الجامعية ،ص١١٨

ثانيا: المصادر الاجنبية

1- AL-Hawari, M: Ward, T,2006 the Effect." Automated Service Quality on Customer Satisfaction Marketing Intelligence and Planning, p24
2- Bolten , Steven E. & Robert, Connl L , "Essentials of Management Financial ; Principles & Practice" , Boston Dallas Genera , London ,1981, P,82-84
3- Gitman,Lawrence J, principles of managerial finance,12th Ed person-2009,p68
4- Kasper, H,,Helsdingen , V.P.,& Gabbott ,M. (2006) Service Marketing Management , a Strategic Perspective ,(2nd Ed).USA ,P 3
5- Rose, Peter –Commercial Bank Management – McGraw –Hill - 1999, 158.