

قیاس وتحليل أثر الخدمات المصرفية في دعم القطاع السياحي في إقليم كردستان – العراق

م.م. به شدار نايف محمود البنك المركزي العراقي / فرع إقليم كردستان

تأريخ أستلام البحث: ٢٠٢٥/١١/١

تأريخ موافقة النشر: ٢٠٢٥/١١/٢٥

الملخص:

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع الخدمات المصرفية في إقليم كردستان وقدرته على تطوير القطاع السياحي، فضلاً عن دراسة وتحليل أثر تلك الخدمات المصرفية كالائتمان والخدمات الإلكترونية في تطوير القطاع السياحي في إقليم كردستان، وتوصلت الدراسة إلى إن زيادة الائتمان المصرفي والخدمات الإلكترونية لها تأثيرات مضاعفة على الإيرادات السياحية بدرجة كبيرة وأن هذا التأثير المضاعف في زيادة منح الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية الإلكترونية يسهم بشكل كبير في زيادة عدد المجمعات والفنادق السياحية في إقليم كردستان، فضلاً عن وجود معوقات قانونية وإدارية حكومية في الإقليم ولا سيما مايتعلق بالمشاريع السياحية، فعلى سبيل المثال: عدم منح سند ملكية المشروع للمستثمرين يؤدي إلى تخوف المصارف وعدم اعتبار تلك المشاريع ضمن الرهونات العقارية.

الكلمات المفتاحية: الائتمان، الخدمات الإلكترونية المصرفية، إيرادات القطاع السياحي، عدد المجمعات والفنادق في إقليم كردستان.

المقدمة:

شهدت الخدمات المصرفية في الآونة الأخيرة تطورات كبيرة ومتسارعة في مختلف جوانب الصناعة المصرفية نتيجة توافر السببولة والتقدم التكنولوجي الذي جعل هذا القطاع من العناصر الأساسية في عملية التقدم والتطور التي شهدتها بقية القطاعات الصناعية والخدمية الأخرى، وذلك عن طريق مجموعة متعددة ومتنوعة من الخدمات المالية التي تقدمها، من أبرزها الائتمانية والخدمات الإلكترونية باعتبارهما من العناصر الأساسية لنجاح أي مشروع في مختلف القطاعات ومنها القطاع السياحي، ونظراً للأهمية الاستراتيجية للقطاع المصرفي، أصبح من الضروري أن يحظى القطاع السياحي في إقليم كردستان بدعم من قبل المصارف العاملة في الإقليم، وذلك بالنظر إلى الأثر الكبير الذي يتركه هذا القطاع على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، فضلاً عن إمكانية الاستغلال الأمثل للمقومات السياحية التي يمتلكها الإقليم، منها الطبيعية والأثرية التي تؤدي بدوره إلى تفعيل بقية أنواع السياحة في الإقليم وكذلك دعم القطاعات الأخرى.

أولاً: مشكلة البحث:

أصبح القطاع السياحي من القطاعات المهمة في العراق، وفي ضوء ذلك وبالرغم من تمتع إقليم كردستان بالعديد من المزايا المؤثرة في نشوء صناعة سياحية متقدمة كالمواقع السياحية فضلاً عن الطبيعة الجغرافية إلا أن تلك المزايا بحاجة إلى تطوير

لمواكبة التطور والحدثة في المجال السياحي بصورة عامة، وتساعد في استغلال تلك المزايا والمقومات السياحية في إقليم كردستان بالشكل الأمثل، وتكمن مشكلة البحث في الإجابة عن السؤالين الآتيين:

أ- هل هنالك أثر للانتمان المصرفي في دعم القطاع السياحي في الإقليم؟

ب- هل هنالك أثر للخدمات الإلكترونية في دعم القطاع السياحي في الإقليم؟

ثانياً: أهمية البحث:

تظهر أهمية البحث في ضوء أهمية تطور القطاع المصرفي تكنولوجياً وتزايد المستعملين للخدمات المصرفية، وتحليل إمكانية تقديم القطاع المصرفي تشكيلة من الخدمات المصرفية الائتمانية والرقمية لدعم الصناعة السياحية وتطويرها في إقليم كردستان- العراق، بالشكل الذي يساهم في استغلال القطاع السياحي لرفع معدلات الجذب السياحي وزيادة الإيرادات السياحية والمجمعات والفنادق.

ثالثاً: أهداف البحث:

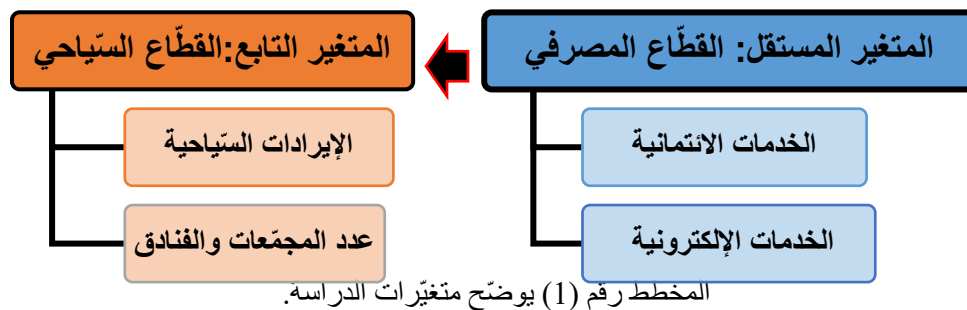
يهدف البحث إلى:

- 1- تحليل واقع الخدمات المصرفية في إقليم كردستان وقدرته على تطوير القطاع السياحي.
- 2- دراسة وتحليل أثر الخدمات المصرفية كالانتمان والخدمات الإلكترونية في تطوير القطاع السياحي.

رابعاً: فرضية البحث:

وبناءً على مشكلة البحث يمكن صياغة فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

- 1- لا يوجد تأثير معنوي على الخدمات المصرفية المتمثلة في الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية الإلكترونية والقطاع السياحي المتمثل في إيرادات القطاع السياحي وعدد المجمعات والفنادق في إقليم كردستان.
- 2- يوجد تأثير معنوي على الخدمات المصرفية المتمثلة في الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية الإلكترونية والقطاع السياحي المتمثل في إيرادات القطاع السياحي وعدد المجمعات والفنادق في إقليم كردستان.



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على متغيرات الدراسة.

خامساً: أسلوب ومنهجية البحث:

بغية التوصل إلى هدف البحث والتحقق من الفرضيات، تم الاعتماد على استعمال:

أ- المنهج الوصفي: لجمع وتحليل البيانات النظرية وتوضيح الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة.

ب- المنهج التحليلي: لتحليل البيانات الكمية المتوفرة لعينة البحث واختبار العلاقة بين المتغيرات باستعمال أدوات وأساليب إحصائية.

سادسا: حدود ونطاق البحث:

يتمثل حدود الدراسة في:

- الحدود الزمانية: وهي للسنوات (2019- 2021) وذلك لعدم توفر البيانات للسنوات الأخرى في هيئة إحصاء إقليم كردستان وهيئة السياحة في الإقليم.

- الحدود المكانية: وهي المصارف والفنادق العاملة في إقليم كردستان-العراق.

- عينة الدراسة: تركز الدراسة على عينات من المصارف الخاصة العاملة في إقليم كردستان-العراق(مصرف الإقليم التجاري، مصرف كردستان الإسلامي، مصرف جيهان الإسلامي، مصرف المنصور للاستثمار، بنك ببلوس، مصرف بيروت والبلاد العربية) التي لديها محافظ ائتمانية سياحية وخدمات مصرفية إلكترونية (عدد الحسابات المفتوحة، وعدد البطاقات المصرفية، وعدد الصرافات الآلية ATM).

3/ تحليل ومناقشة الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت أثر الخدمات المصرفية وأهميتها في دعم القطاع السياحي منها:

1- دراسة (سماكة، 2010) هدفت إلى تقييم العمليات المصرفية التقليدية والشاملة التي تعتمد عليها المصارف العاملة في محافظة النجف وقدرتها على تمويل القطاع السياحي وسبل الارتقاء بها، وكذلك بيان أهمية القطاع السياحي وأنواعه في دعم الاقتصاد الوطني، وتوصلت إلى أن المستثمرين في القطاع السياحي يفضلون اللجوء إلى المشاركة مع شركاء آخرين للحصول على التمويل اللازم بدلاً من اللجوء إلى المصارف للحصول على تلك الأموال، وكذلك حجم التمويل الذي تقدمه المصارف للقطاع السياحي دون المستوى المطلوب.

2- دراسة (Bayona&Rua, 2019) هدفت إلى تحليل البيانات في إسبانيا لاستعمالهم الإنترنت في العمليات التجارية ومنها السفر وآلية تحصيل الإيرادات السياحية عن طريق عمليات الدفع، وتوصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية عامل جذب للسياحة الدولية، وزيادة في الإيرادات السياحية، كما تقلل من درجة التخصص في هيكل الصادرات للدولة، وتقلل من القدرة النسبية للسياحة في توليد العملة الأجنبية مقارنة بالقطاعات الأخرى.

3- دراسة (Yadav, et al, 2020) هدفت إلى تحليل مدى تأثير القطاع السياحي بالتجارة الإلكترونية في الهند عن طريق أنظمة الدفع الإلكتروني المستعملة في المجال السياحي ومنها الهاتف المحمول ومدى استعداد السياح لاستعمال الجهاز المحمول كوسيلة دفع، فضلاً عن تحديد الآليات التي تدير هذه العمليات، وتوصلت الدراسة إلى أنه في المستقبل القريب لن تكون الخدمات المصرفية الإلكترونية مجرد وسيلة مقبولة لإدارة الحسابات بل ستصبح الخيار المفضل للتعاملات المصرفية، وتعدّ الخدمات الإلكترونية عبر الإنترنت مفيدة وفعالة للمصارف والزبائن (السائحين) على حدّ سواء، وأنّ الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت أصبحت ضرورة في قطاع السياحة إذ لا يمكن تنفيذ أيّ نشاط سياحي بكفاءة من دون وجود هذه الخدمات الرقمية.

4- دراسة (Mahomadrizoevna, 2022) هدفت إلى التعرف على أهمية الائتمان النقدي في الابتكارات الجديدة في المجال السياحي والمعوقات التي تواجهها في أوزبكستان، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تطوير وتحليل الدعم الائتماني الذي تمنحه المصارف حسب القطاعات الاقتصادية، فضلاً عن ضرورة جذب رؤوس الأموال المقترضة بالاعتماد على الائتمان التجاري،

وصعوبة التزام الشركات السياحية بمواعيد تسديد القروض، وأنه لا يزال هناك العديد من المشاكل التي لم يتم حلها والمتعلقة بالدعم المالي والائتماني للمؤسسات السياحية التي أدت بها في الغالب إلى ان لا ينتج منتجات سياحية مما أدى إلى عدم قدرتها في التأثير على كمية الطلب في تقديم الخدمات السياحية.

5- دراسة (Ololade, et al 2022) هدفت إلى تقييم الائتمانيات الممنوحة من قبل المصارف على الواقع السياحي وتطويرها في نيجيريا ، وتوصلت الدراسة إلى أنّ مواقع الجذب السياحي في نيجيريا تواجه تحديات تمويلية كبيرة أدت إلى تراجع الاهتمام بالقطاع السياحي وضعف نموه، كما أنّ التسهيلات والائتمانات المصرفية تمثل عاملاً أساسياً في تفعيل الإمكانات الكامنة واستغلال الفرص الاستثمارية المتاحة في هذا القطاع الحيوي، وأهمية قيام المؤسسات المصرفية بتبسيط الإجراءات وتذليل العقبات المرتبطة بعمليات منح الائتمان، بما يسهم في تحفيز الاستثمارات السياحية وتعزيز التنمية الاقتصادية المستدامة.

6- دراسة (Zhang, et al, 2023) هدفت إلى تحليل تأثير الشمول المالي الرقمي على تطور السياحة عن طريق استعمال بيانات بانل تغطّي (256) مدينة على مستوى المقاطعات في الصين أثناء المدة من 2011 إلى 2019. وتوصلت إلى أنّ الشمول المالي الرقمي يعزّز نمو السياحة عن طريق دعم تطوير المؤسسات السياحية وزيادة الإنفاق الاستهلاكي لدى الأفراد، كما تظهر التحليلات أنّ أثر الشمول المالي الرقمي أكثر وضوحاً في المناطق الشرقية التي فيها مدن تجارية وصناعية وفي المدن الكبرى، وأنّ الأبعاد الثالثة للشمول المالي " اتساع نطاق التغطية، وعمق الاستعمال، ومستوى الرقمنة" تُحدث جميعها أثراً إيجابية على القطاع السياحي.

المبحث الأول: الإطار النظري للخدمات المصرفية في دعم وتطوير القطاع السياحي

1- مفهوم المصارف وأهميتها:

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على عمل المصارف منها قانونية ومنها اجتماعية واقتصادية بحيث تحكم وتنظم أعمالها، إذ إنّ المصرف " عبارة عن مؤسسة مالية مهمتها تجميع المدخرات من الأفراد والوحدات الاقتصادية التي لديها فائض واستعمالها في القروض والتسهيلات المصرفية المختلفة من قبل الأفراد أو الوحدات الاقتصادية التي تحتاجها، فضلاً عن تقديم خدمات أخرى (Dinesh, 2018, p745) لذا تركز على أهمية الخدمات المصرفية باعتبارها أحد روافد الاقتصاد الوطني الذي يسهم في تنميته عن طريق دعم القطاعات المختلفة وزيادة التنافس بينها.

2- أنواع المصارف:

هناك العديد من المصارف التي تعمل في النظام المالي العالمي منها المصارف العراقية التي تقدم خدماتها إلى الزبائن من الأفراد والشركات والحكومات، وتختلف هذه المصارف بعضها عن بعض بناءً على الأسس القانونية، والملكية، والجنسية، وطبيعة النشاط التي تقدمها، إذ تنقسم المصارف من حيث النشاط والشكل القانوني إلى مصارف تجارية، ومصارف استثمارية، ومصارف إسلامية، ومصارف صناعية، ومصارف زراعية، ومصارف الائحة والإقراض (مامندي، 2012: 3)، أما من حيث الملكية فتتنقسم إلى مصارف القطاع العام، ومصارف القطاع الخاص، ومصارف مختلطة (جاسم والخفاجي، 2021: 164).

3- الخدمات المصرفية :

يشير مصطلح الخدمات المصرفية إلى العديد من الخدمة والمنتجات المقدمة من قبل المؤسسات المالية والمصارف التي تساعد الأفراد والشركات على إدارة أموالهم وتحقيق أهدافهم المالية، إذ تُعرّف الخدمة المصرفية " بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة التي تُدرَك من قبل الأفراد أو المؤسسات

عن طريق دلالاتها، وقيمتها النفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وتشكل في الوقت نفسه مصدراً لربحية المصرف، وذلك عن طريق علاقة تبادلية بين الطرفين ("الطاهر وعبدالله، 2019: 83)، ويحدد إمكانية تقييم جودة الخدمة المصرفية عن طريق " الملموسية" إذ تشمل عناصر مادية للخدمة كبنى المصرف والأجهزة التقنية والمقاعد والإضاءة ومظهر العاملين، والاعتمادية" التي تشمل قدرة المصارف على تقديم الخدمات في الوقت المحدد الذي يطلبها العميل على أن تكون بأعلى دقة، أما "الاستجابة" فتتمثل في القدرة على التعامل بصورة فعالة مع احتياجات الزبائن والاستجابة لشكاوهم ومعالجتها بأسرع وقت، وكذلك "التعاطف" يتمثل بدرجة الاهتمام بالزبائن ولا سيما فيما يتعلق بمشاكلهم وتقديم الخدمات لهم حسب حاجاتهم ورغبتهم، فضلاً عن "الامان" عن طريق إشعار الزبائن بأن الخدمات المقدمة من المصارف خالية من الخطورة (اوسو وبطرس، 2008: 18).

3-1 أنواع الخدمات المصرفية: يوجد العديد من أنواع الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التي تختلف باختلاف طبيعة نشاطها، لذا يمكن تحديد أبرز الخدمات المصرفية في الآتي:

3-1-1 الخدمات التقليدية: وتشمل تلك الخدمات التي لازالت تقدمها المصارف باعتبارها جزءاً أساسياً من وظيفتها التي تشمل، شراء وبيع وتحصيل الأوراق التجارية لصالح الزبائن، وتقديم الخدمة الاستشارية لهم من دراسة أو جدوى لتطوير المشاريع الخاصة بهم، والدفع نيابة عن غيرهم، وشراء وبيع العملات الأجنبية، وتأجير الخزائن، وتحويل الأموال للخارج، والإتجار، هذا فضلاً عن الخدمات الائتمانية التي تسهم في تمويل ودعم المشروعات التنموية والتي تؤدي خدمة كبيرة لصالح المجتمع وتطويره (الشمري ونعمة، 2016: 37) إذ يمكن اعتبار الائتمان المصرفي من أهم الخدمات التي تقدمها المصارف والتي يمكن اعتبارها بأنها قدرة المصارف على تقديم التسهيلات من أجل تلبية احتياجات الأفراد ومنشآت الأعمال لممارسة نشاطاتها مقبل حصول تلك المصارف على عوائد معينة بأجال مختلفة ومحددة (Durdu & Zhong, 2023: 5)، وينقسم الائتمان إلى نوعين:

أ- **الائتمان النقدي:** وهو تمويل المصارف لمنشآت الأعمال والأفراد عن طريق منح قروض وفق اتفاق بين المصرف والمقترض وشروط تتعلق بألية التسديد والمدة والفوائد والضمانات على أساس القوانين والتعليمات (مجيد وآخرون، 2025: 1060) وينقسم الائتمان النقدي إلى: (خليل و خليل، 2024: 186).

- القروض التجارية: التي تلجأ إليها منشآت الأعمال لغرض تمويل جزء من رأس مالها العامل أو الجاري، وهي قصيرة الأجل.
- القروض الصناعية: وهي التي تُقدّم إلى المنشآت الصناعية والمهن، لتغطية شراء المواد الأولية التي تمنح بأجل متوسط أو طويل.
- القروض العقارية: وهي التي تمنح للأفراد ومنشآت الأعمال لتمويل المشاريع العقارية، وعادة ما تكون ضخمة ومُدَّهاً طويلةً قد تصل إلى (15) سنة.
- القروض الزراعية: وهي مخصّصة للمشاريع الزراعية عن طريق تمويل شراء الآلات والمعدات والمواد الزراعية، وتكون موسميّة.

ب- **الائتمان التعهدي:** هو ما يُعرَفُ أيضاً بالتسهيلات الائتمانية غير المباشرة، أي قيام المصرف بمنح الائتمان للعملاء سواءً أكانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين بناءً على طلبهم، وهي تأخذ أشكالاً غير مباشرة باعتباره عملية تُعْهَدُ بالدفع وليس دفْعاً فعلياً (محمد وآخرون، 2025: 670) ويشمل:

- الاعتمادات المستندية: تعهّد يُصدِرهُ المصرف بناءً على طلب المشتري (المستورد) إذ يتم دفع مبلغ معيّن عن طريق مصرف آخر إلى الشخص المستفيد (البائع) وضمن مدّة محدّدة مقابل تقديم المستندات مع الالتزام بالشروط والتعهدات الخاصة بالاعتماد المستندي(علي وعبدالرزاق، 2023: 601)
 - خطابات الضمان: عرّفها قانون التجارة العراقي رقم(30) لسنة 1980 على "أنه تعهّد يُصدّر من المصرف بناءً على طلب أحد المتعاملين معه (الأمر) بدفع مبلغ معيّن أو قابلٍ للتّعين لشخص آخر (المستفيد) من دون قيدٍ أو شرطٍ إذا طُلب منه ذلك أثناء المدّة المعيّنة في الخطاب ويُحدّد في خطاب الضمان العرض الذي صدر من أجله" (كاظم، 2024: 237)
- وبناءً على ما سبق فإنّ خدمات الائتمان تختلف باختلاف طبيعة عمل المصرف، منها إسلامية وتجارية وأنّ هذا الاختلاف يترتّب عليه اختلاف في الشروط والمدّة ونسبة الفائدة والضمانات، وآلية التمويل، كما أنّ الائتمان النقدي يشمل التمويل المباشر كالسحب على المكشوف، والسلف، في المصارف التجارية، والمرابحة والمضاربة والقرض الحسن في المصارف الإسلامية، ويضيف (فارس وسعد، 2025: 195) أنّ الائتمان وفق الغرض معيّن يشمل التمويل الاستثماري والتمويل التجاري، والتمويل الاستهلاكي، أما الائتمان وفقاً لمعايير القطاع المستفيد الذي يشمل التمويل الشخصي، والتمويل العيني، والتمويل فوق معيار طبيعته.
- 3-2-1 الخدمات الرقمية:** وهي منهج أعمال قائم على منصات يتّم عن طريقها توفير البيانات والعمليات ووظائف الأعمال ضمن منظومة تضمّ عملاء أو مطورين خارجيين أو شركات ناشئة في مجال التقنيات المالية أو شركاء، وتتسم الخدمات التي يتم تقديمها باستعمال هذا المنهج بأنها خدمات مالية، وقد تُقدّمها مصارف وأطراف خارجية، إذ إنّ ضغوط السوق تُمثّل محرّكاً رئيسياً لنضج الخدمات المصرفية الرقمية عن طريق ضغوط الزبائن أي توقعات الزبائن بشأن مستوى الخدمات التي ينبغي إتاحتها في القنوات الرقمية، وكذلك ضغوط المنافسين إذ إنّ تأجج "سباق التسلح الرقمي" بسبب المصارف التي قررت الاستفادة من قنواتها الرقمية بصفتها ميزة تنافسية جوهرية (Deloitt, 2018: 12).
- 3-3-1 فوائد الخدمات المصرفية الإلكترونية:** أعاد مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية صياغة سياسات وإجراءات الخدمات المصرفية بصورة عامة وذلك نتيجة التطور والتقدّم الكبير في هذا المجال فكان لها عدّة فوائد منها:
- 1- وصول المصارف إلى كافة الزبائن، وتمكينهم من طلب أي خدمة مصرفية من دون التقيد بمكان أو زمان محدّد، مما يؤدي إلى الاستغناء عن فتح فروع للمصارف والعمليات الورقية وزيارة فروع المصارف.
 - 2- إنّ ربط الحسابات المصرفية مع المنصّات أو التطبيقات والخدمات الخارجية مثل (تطبيقات الدّفع الإلكتروني أو منصّات الاستثمار أو المتاجرة الإلكترونية والمحافظ الرقمية) يتيح للزبون إجراء عمليات الدّفع أو التحويل المباشر للأموال، واستقبال الأموال أو السداد التلقائي، وتتبع وإدارة الأموال، واستعمال خدمات مالية مبتكرة. (Shah&Wadia, 2023: 2)
 - 3- إنّ تكلفة تقديمها تكون منخفضة مقارنة بالخدمات التقليدية، ومنها تكاليف التشغيل، والمتمثلة بتقليل حجم الفروع والمكاتب، والتكاليف الاستهلاكية، ممّا يعني أنّ تقليل كلفتها وتحسين جودتها من أهم العوامل التي تؤدي إلى جذب الزبائن وزيادة قدرة المصرف على المنافسة.
 - 4- على الرّغم من زيادة حجم العمليات المصرفية فإنّ الخدمات الإلكترونية تُسهّل من مراقبة العمليات المصرفية وتدقيقها وربطها مع بعض، ومن ثمّ توفّر لإدارة المصارف القدرة على التحكّم والمراقبة على تلك العمليات بسهولة.

3-1-4 أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية: عرّفت لجنة بازل للرقابة المصرفية الخدمات المصرفية الإلكترونية " بأنها تشمل جميع تلك الخدمات التي تتوفر في المنتجات والخدمات المصرفية بالتجزئة والصغيرة القيمة، فضلاً عن المدفوعات الإلكترونية الكبيرة وغيرها من الخدمات المصرفية التي يتم تقديمها إلكترونياً " (Imola&Iisac, 2014: 51) إذ صنّفت جمعية المصرفيين الأمريكيين ومؤسسة تأمين الودائع الفدرالية الأمريكية أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية ومدى تأثيرها على انتشار الخدمة المصرفية إلى ثلاثة أنواع، كالآتي: (Agbeve, at all,2025: 459).

- أ- الخدمات المصرفية عبر الهاتف: أسهمت في تحسين إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية بشكل كبير ولا سيما في المناطق النائية.
- ب- المنصات الإلكترونية: أسهمت في تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية وتعزيز الثقافة المالية.
- ت- المحافظ الرقمية: تعمل على تحسين كفاءة المعاملات وأمانها وتقليل تكاليفها.



اسحن رسم (1) يوضح انواع الخدمات المصرفية في العراق

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير البنك المركزي العراقي.

4/ مؤشرات قياس الأداء المصرفي:

يمكن تعريف الأداء المصرفي بأنه المستوى القابل للقياس فيما يتعلق بالاستقرار المالي للمصرف، وأن مؤشرات قياس هذا الأداء تختلف من دراسة إلى دراسة أخرى، إذ يوضح (Monea, 2016: 71) بأن مؤشرات قياس هذا الأداء تتمثل في نسبة رأس مال المصرف إلى الأصول، والعائد على الأصول، والعائد على حقوق الملكية، وهامش الربح الإجمالي، وهامش صافي الأصول، ونسبة النفقات إلى الدخل، والزيادة في حقوق المساهمين، ونسبة الملاءمة المالية، ونسبة السيولة، ويُضيف (Rehman, et al, 2020: 113) أن رأس المال الفكري أحد أهم مؤشرات قياس الأداء المصرفي وعنصر حيوي لتحقيق المزيد من التنافسية والاستدامة المالية، أما (Abaidoo& Anyigba,2020:237) فإنه يُقسّم المؤشرات إلى فئتين: مؤشر الربحية التي يتم قياسها بواسطة العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE) ومؤشر الكفاءة التشغيلية باستعمال صافي هامش الفائدة (NIM). ويتضح مما سبق أن تقييم أداء المصارف مهمة صعبة بسبب تعدد الجوانب التي يتوجب أخذها في الاعتبار وأن عملية التقييم مهمة لجميع المستعملين مثل المساهمين والدائنين والزبائن، ومن أجل تحسين أداء المصارف يتوجب دراسة وقياس المؤشرات الأكثر أهمية واعتبارها مؤشرات رئيسية، إذ أوضح البنك المركزي العراقي وعن طريق الإنذار المبكر مؤشرات أداء المصارف التي تم اختيارها على أساس التقارير الدولية والدراسات العلمية والأخذ بنظر الاعتبار طبيعة النظام المالي في العراق.

المبحث الثاني : تحليل واقع الخدمات المصرفية والقطاع السياحي في إقليم كردستان

أولاً/ القطاع المصرفي في إقليم كردستان :

تُعدُّ الخدمات المصرفية في إقليم كردستان جزءاً من النظام المصرفي العام في العراق، إذ يشمل هذا القطاع في الإقليم مجموعةً متنوعةً من المصارف الحكومية والتجارية والإسلامية والأجنبية التي تخضع لإشراف وتنظيم البنك المركزي العراقي، عدا المصارف الحكومية التابعة لوزارة المالية والاقتصاد في حكومة إقليم كردستان، وان هذه المصارف تقدّم العديد من خدماتها للأفراد والشركات بموجب القوانين واللوائح المصرفية في العراق، إذ تبلغ عدد مصارف القطاع العام والخاص بفروعها العاملة في إقليم كردستان (93) مصرفاً حكومياً وتجارياً وإسلامياً وأجنبياً، ويتركز أغلبها في مدينة أربيل إذ تبلغ (49) مصرفاً، و(24) في مدينة السليمانية و(20) في مدينة دهوك.

الجدول (رقم 1) يوضّح تطوّر كثافة الجهاز المصرفي في إقليم كردستان للسنوات (2019-2021)

المجموع	المصارف الأجنبية			المصارف الخاصة			المصارف الحكومية	السنة	المحافظة
	المجموع	الإسلامية	التجارية	المجموع	الإسلامية	التجارية	الاتحادية		
59	14	2	12	43	12	31	2	2019	أربيل
59	11	2	9	46	14	32	2	2020	
49	8	2	6	39	14	25	2	2021	
20	3	0	3	15	6	9	2	2019	السليمانية
26	2	0	2	22	10	12	2	2020	
24	2	0	2	21	8	13	1	2021	
8	0	0	0	8	1	7	0	2019	دهوك
12	0	0	0	12	4	8	0	2020	
20	0	0	0	20	9	11	1	2021	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير مصرفية.

1/ التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية في إقليم كردستان العراق:

تواجه الخدمات المصرفية العراقية كما في بقية الدول العديد من التحديات والمخاطر التي تحد من إمكانيات تطويرها والارتقاء بخدماتها التي تنعكس بصورة كبيرة على الواقع الاقتصادي والتطوير في العراق، إذ حدّد العديد من الباحثين هذه التحديات التي تنطبق على الخدمات المصرفية في الإقليم أيضاً وهي:

- الجانب الائتماني: تمثل الديون المتعثرة أحد أبرز المشاكل التي تواجه المصارف إذ تبلغ (19.9%) من رأس المال في المصارف و(21%) من إجمالي قروضها والتي تؤدي إلى ارتفاع نسبة الفوائد، فضلاً عن غياب الدور الحكومي في تعزيز قدرات المصارف الحكومية من ناحية الاقتراض إذ تبلغ مجموع رؤوس أموالها (800) مليار دينار عراقي (عدا المصرف العراقي للتجارة)، وكذلك ضعف إقبال قطاع العمّال للاستثمار في القطاعات الإنتاجية الأساسية، كما أنّ مسألة ضمانات القروض تشكّل أحد أبرز المشاكل نتيجة عدم تنوّع موجودات قطاع الأعمال التي تتمثل أغلبها بالمباني والأراضي، ومن ثمّ وجود كيانات رسمية وغير رسمية تمارس الائتمان كمنح السلف والقروض التي تُعرف بـ "صيرفة الظل" وأصبحت تنافس المصارف التي بدأت تركز على عملية بيع وشراء العملات الأجنبية على حساب التركيز الائتماني نتيجة الربح المضمون(العلاق، 2023: 408).

- الجانب الخدمي: تأخر المصارف الحكومية في اقتناء أنظمة مصرفية شاملة وربط فروعها مع بعض، فضلاً عن سياسة التمييز الحكومي للمصارف، وكذلك عدم تجانس الخدمة المقدّمة مع المتطلبات والحاجات الاقتصادية كالقيام بتقديم خدمات ثانوية على حساب مهامها الرئيسية ومنها توزيع رواتب المتقاعدين وإعانات الرعاية الاجتماعية، مع غياب المؤسسات الساندة للجهاز المصرفي كشركات التأمين على الودائع والقروض (سعد، 2015: 31).

- الجانب الإداري: تنشأ هذه التحديات نتيجة النقص في الكادر الفني ذات الخبرة في المجال المصرفي، والحدّ من فاعلية اتخاذ القرارات المناسبة للإصلاح ولا سيّما في إدارة المصارف الحكومية نتيجة النّحّم والسيطرة الحكومية، وكذلك ترهّل الهيكل الإداري فيها، وغياب استراتيجية مصرفية فعّالة وخطط سنوية (العزاوي، 2019: 263).

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد تحديات أخرى منها: وجود (92) مصرفاً حكومياً مرتبطاً بوزارة المالية والاقتصاد في حكومة إقليم كردستان إذ إنّ هذه المصارف محدودة الخدمة، وإنّ الخدمات التي تقدّمها لا تتعدّى فيما يتعلّق بالأموال الحكومية فهي لا تخضع لقوانين وتعليمات البنك المركزي العراقي بالتالي عدم قدرتها على إجراء أية تعاملات خارجية، وعدم شمولها بمبادرة وخطط ودعم البنك المركزي العراقي، وكذلك غياب الحكومة جعل منها مجرد دوائر تابعة لها، وإنّ تعامل الزبائن يكون بحذر وعدم الثقة، واستعمال النقد عوضاً عن الخدمات الرقمية؛ نتيجة لافتقارها لها، علاوة على عدم وجود أية علاقة للمصارف الحكومية في الإقليم مع المصارف داخل وخارج العراق، ممّا أدى إلى انعدام الجانب الائتماني فيها لمدة طويلة؛ نتيجة عدم تلقي أيّ دعم حكومي بسبب الوضع الاقتصادي، فضلاً عن انخفاض الكثافة المصرفية في إقليم كردستان إذ يبلغ مصرفاً واحداً لكل (65000) نسمة.

2/ إجراءات البنك المركزي العراقي لإصلاح الخدمات المصرفية في العراق:

نصّت المادة (401- الإشراف على المصارف) من قانون البنك المركزي رقم (56) لسنة 2003 على أن يكون للبنك المركزي العراقي سلطةً على ترخيص وتنظيم عمل المصارف والإشراف عليها وعلى فروعها، وانطلاقاً من هذه المسؤولية اتخذ البنك المركزي العراقي العديد من الخطوات والإجراءات سعياً منها لتغيير الواقع المصرفي في العراق، منها ما يتعلّق بتطوير البنية التحتية المصرفية، وتطوير التنظيم في القطاع المصرفي، والشمول المالي*

الجدول رقم (2) يوضّح الخدمات المصرفية الحديثة لعينة المصارف للسنوات (2019-2021)

* للمزيد من المعلومات يرجى الاطلاع على تقرير الاستقرار المالي 2021، العدد الثاني عشر، و البنك المركزي العراقي 3، "الخطة الاستراتيجية، 2016-2020، والبنك المركزي العراقي 4، "تقرير الاستقرار المالي لعام 2020، العلاق، على محسن اسماعيل، "إدارة البنك المركزي العراقي من هامش الماضي إلى متن المستقبل" دارعدنان للطباعة والنشر، العراق، 2021

ت	المصرف	2019	2020	2021
1	الصراف الآلي	98	120	126
2	عدد البطاقات المصدرة	30782	41271	28894
3	الحسابات المفتوحة	22457	41707	48750
4	القروض الممنوحة	844	825	637

المصدر/ البنك المركزي العراقي - فرع إقليم كردستان- تقرير الشمول المالي لعام 2022.

ثانياً: قطاع السياحة في إقليم كردستان-العراق.

1- مفهوم السياحة:

تُعرّف منظمة السياحة العالمية السياحة (WTO) السياحة بأنها "عبارة عن مجموعة من العلاقات وخدمات السفر والإقامة إلى ذلك الحد الذي لا يحتاج السائح إلى إقامة دائمية، ولا يترتب على سياحته أي نشاطٍ بأجر مدفوع، وأنّ السياحة تشمل العديد من الخدمات والمنتجات المرغوبة والمعروفة التي يتلقاها السائح في مكانٍ غير مكان إقامتهم المعتادة، ومن هذه المنتجات والخدمات وسائل الإقامة والنشاطات والمطاعم والمغريات الطبيعية والصناعية ووكالات السياحة والسفر والمكاتب الحكومية ووسائل النقل إذ تتداخل هذه المنتجات والخدمات بعضها مع بعض وتكمل بعضها بعضاً" (عبوي، 2016: 18)، ولهذه السبب وغيرها من الأسباب عُدتّ السياحة من قبل المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC) والمنظمة العالمية للسياحة (WTO) بأنها "أكبر صناعة في العالم" إذ يتم إنتاج (5%) من إجمالي الناتج المحلي في العالم عن طريق القطاع السياحي، كما أنّها تُمثّل (30%) من الصادرات العالمية (الدباش وحسن، 2019: 62).

2- واقع القطاع السياحي:

يملك العراق بصورة عامّة وإقليم كردستان بصورة خاصة موارد طبيعية وخصائص سياحية متنوّعة ومتعدّدة تجعلها من المناطق الواعدة والوجهة السياحية المفضّلة لدى العراقيين، كما أصبحت في الآونة الأخيرة وجهةً سياحيةً لدول الجوار للعراق ولا سيّما سكان المناطق الحدودية لتركيا وإيران الذين تربطهم علاقات اجتماعية عديدة مع سكان الإقليم، كما أنّ البيانات الإحصائية الصادرة من وزارة التخطيط - الجهاز المركزي للإحصاء لسنة 2021 - كما في الجدول رقم (4) - تُظهر واقع البنى التحتية للفنادق والمجمّعات السياحية التي تجعل من الإقليم المركز الرئيسي للنشاط الفندقي والسياحي، ولا سيّما مع وجود حجم العمالة التي يتناسب مع حجم البنى التحتية السياحية، ويعكس أهمية القطاع السياحي في الإقليم مصدراً مهماً لتوفير فرص العمل، ولا سيّما مع تزايد أعداد السائح، ومن ثمّ ارتفاع الإيرادات ممّا يجعل منها بيئة استثمارية جذّابة كما يلحظ في الجدول رقم (3) إذ تبلغ نسبة الاستثمار في القطاع السياحي في إقليم كردستان ما بين السنوات (2019-2021) أكثر من (8) مليار دولار سنسهم في جعل مدن الإقليم من المناطق السياحية الواعدة في المنطقة.

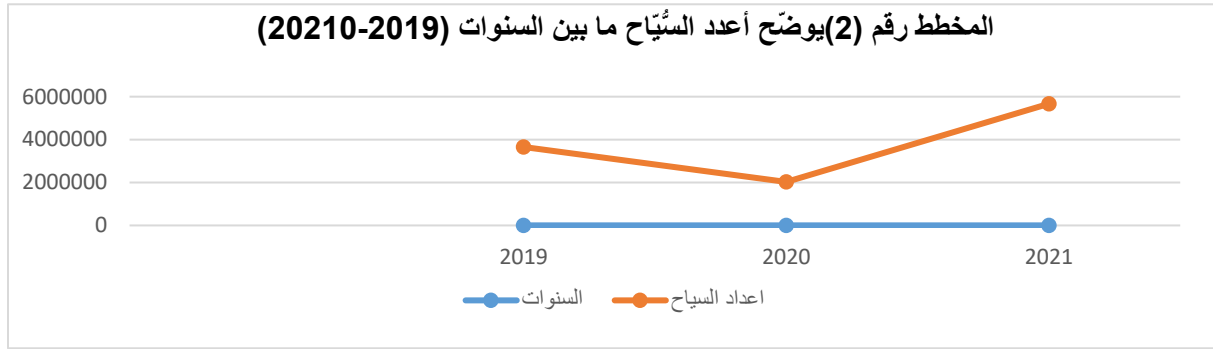
الجدول رقم (3) يوضّح نسبة الاستثمار في القطاع السياحي في إقليم كردستان للسنوات (2019-2021)

ت	المحافظة	2019	2020	2021
1	اربيل	\$997,366,000	\$23,723,000	\$6,952,776,908

2	السليمانية	\$3,497,000	\$88,129,000	\$24,182,991
3	دهوك	\$7,500,000	\$12,781,000	\$17,903,000
	المجموع	\$1,008,363,000	\$124,633,000	\$6,994,862,899
	الإجمالي (2021-2019)			\$8,127,859,114

*المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات من هيئة استثمار إقليم كردستان.

إذ إنّ بعض الفنادق في محافظات أربيل والسليمانية ودهوك تخضع للتصنيف الفندقي العالمي وكلها تعمل بسبب ارتفاع الطلب السياحي عليها. (صالح والصفار، 2021: 625)، ونتيجة لأهمية السياحة في الإقليم وارتفاع الطلب عليها وما تمتلكها من مقومات السياحة وإمكانية استثمارها تمّ تشريع قانون رقم (12) لسنة (2010) من قِبَل برلمان الإقليم والمسمى قانون وزارة البلديات والسياحة لإقليم كردستان-العراق الذي ينصُّ على تشكيل هيئة عامة للسياحة تتولّى إدارة وتنظيم السياحة في الإقليم، إذ تشير الإحصائيات الصادرة عن تلك الهيئة إلى زيادة أعداد السّياح المتوجّهين إلى الإقليم في السنوات الأخيرة كما في المخطط رقم (2).



وتتفق العديد من الدّراسات (سعد، 2015: 15) و(الدباش وحسن، 2019: 65)، و(العبد، 2021: 45)، و(صالح، الصفار، ومصطفى، 2022: 904) على أنّ عناصر السياحة الأساسية تتمثّل في نقاط معينة وأنها تتوفر في إقليم كردستان،

وهذه العناصر هي: " الموقع الجغرافي، والمناخ، والطبيعة، والمناطق الأحيائية، الأماكن الدينية"



الشكل رقم(2) يوضّح العناصر الأساسية للوجهات السياحية حسب منظمة السياحة العالمية

المصدر: (Khan et al, 2020: 23)

الجدول رقم(4) يوضّح المؤشرات الإجمالية لنشاط الفنادق ومجمّعات الإيواء السياحي حسب المحافظة لسنة 2021

المحافظة	عدد الفنادق والمجمعات السياحية	النسبة مقارنة ببقية المحافظات	عدد العاملين	النسبة مقارنة ببقية المحافظات	الأجور (بالآلاف)	النسبة مقارنة ببقية المحافظات	عدد النزلاء	النسبة مقارنة ببقية المحافظات
أربيل	462	20.0	1724	25.2	8667	29.1	23330730	19.2
السليمانية	310	13.4	1008	14.8	6695	22.5	3019651	24.9
دهوك	140	6.0	445	6.5	1375	4.6	318664	2.6
المجموع								

المحافظة	عدد ليالي المبيت	النسبة	مجموع الإيرادات (بالآلاف)	النسبة	مجموع المصروفات (بالآلاف)	النسبة
أربيل	3307888	18.5	192850	29	73825	28.8
السليمانية	4198374	23.4	183872	27.7	51883	20.2
دهوك	469365	2.6	24020	3.6	11032	4.3
المجموع	7975627	44.5	400742	60.3	136740	53.3

المصدر: وزارة التخطيط الاتحادي- الجهاز المركزي للإحصاء- 2021

7/ الدور الحكومي في دعم وتنمية القطاع السياحي:

يعتمد الدور الحكومي في دعم وتنمية السياحة على البلد والسياق الذي تتخذهما الحكومة وفقاً للتحديات والفرص المحلية والعالمية المتعلقة بالسياحة، ولتحقيق تلك الأهداف يتوجب عليها تحديد سياسات سياحية تسهم في هذا الدور للتطور المستمر مع تركيز أكبر على القدرة التنافسية واعتبارات الجودة والنمو المستدام، فالسياسة السياحية أصبحت أكثر تعقيداً في ظل اتساع نطاق السياسات المؤثرة في السياحة (Macallum, 2018: 24)، إذ يجب أن تكون السياسة السياحية قائمة على المساهمة الفعلية لقطاع السياحة في حلّ المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه الحكومات عن طريق تشجيع القطاع الخاصّ والعام في الاستثمار في المناطق السياحية بصورة عامة، وتطوير قاعدة البيانات السياحية، فضلاً عن دعم الحرف والصناعات التقليدية والترويج لها، وضبط جودة الخدمات السياحية (السعدي، 2012: 111) وكذلك تقديم الدعم والمساندة اللازمة للمشاريع السياحية الضخمة المدرة للدخل وتذليل العقبات أمامها، وتنمية الملاكات والقدرات البشرية التي تعمل في القطاع السياحي (Dar&Meht, 2019: 297) ولمواكبة التطورات في العالم يتوجب على الحكومات تطوير البنى التحتية والنقل بما يلبي كافة المتطلبات السياحية، وتشجيع ثقافة الدفع الإلكتروني في المقاصد السياحية، وتقوية إطار العمل الاستراتيجي مع مراعاة آثار الاقتصاد التشاركي على السياسات والأهداف السياحية، وبما تساعد الحكومة في تنظيم السوق (OECD, 2016: 3)، وكما يتوجب تحسين تنسيق الإجراءات على مختلف المستويات الحكومية لتبني سياسات متكاملة حول السياحة والابتكار لدعم التحول إلى الاستثمار السياحي والممارسات التمويلية الأكثر استدامة (OECD, 2018: 3) عن طريق السياسات النقدية التي تمنح ائتمانيات بأسعار فائدة مدعومة أو معدلات

صفريه للقطاع السياحي واتخاذ تدابير تُسهل حصولها على الائتمان وضمان استقرار العملة الوطنية (UNWTO, 2020: 8)، إذ إنّ عدم الوصول إلى الخدمات المصرفية أحد التحديات الرئيسية أمام تنمية السياحة إذ إنّ المفاضلة بين الأماكن المناسبة للسائح تعتمد على كمية الخدمات المتوفرة ولاسيما المصرفية (luan, et al,2023: 243).

ثالثاً/ دور الخدمات المصرفية في دعم القطاع السياحي في إقليم كردستان:

أصبحت الصناعة السياحية الحديثة في الوقت الراهن إحدى ركائز الاقتصاد العالمي لما شهده من توسع ونمو، إلا أنّ هذا القطاع ونتيجة أهميته بحاجة مستمرة إلى التطوير والتنظيم بالشكل الذي يساعد في تلبية احتياجات السائح وتوفير أقصى درجات الراحة والزفاهية لهم، فضلاً عن السياحة الطبيعية، وأنّ هذه المجالات السياحية تتطلب اهتماماً واستثماراً خاصاً لتحسين الخدمات اللوجستية والبنية التحتية بما في ذلك تسهيل وتطوير واستثمار السياحة لتزدهر وتسهم بشكل كبير في عملية التنمية الاقتصادية التي تتمثل عناصرها في السكان والقوى العاملة، وتراكم رأس المال، والموارد الطبيعية، والتقدم التقني، والإدارة والتنظيم (حمزة، 2015: 69)، ويمكن للمصارف أن تدعم القطاع السياحي في إقليم كردستان في جانبين:

1- الائتمان المصرفي: يُعدّ الائتمان النقدي أكثر الائتمانات شيوعاً في تمويل الأنشطة الاقتصادية سواء أكانت صناعية أو خدمية أو زراعية (المولى وآخرون، 2022: 136)، إذ تُعدّ مشكلة التمويل من أبرز المشاكل التي تواجه المشاريع ولاسيما في مرحلة الانطلاق (رشوان وآخرون، 2022: 136)، لذا فإنّ المؤسسات المالية التي تُعدّ الخدمات المصرفية جزءاً مهماً منها تؤدي دوراً رئيسياً في الوساطة المالية عن طريق دورها التقليدي في تعبئة الموارد المالية من القطاعات المولدة للفوائض وتوجيهها إلى القطاعات التي تحتاج إليها، أي أنّها عن طريق تلبية متطلبات الاستثمار في الاقتصاد تُسهل عملية تكوين رأس المال (Ipangelwa, 2011: 2)، إذ يُسهل تمويل المشاريع السياحية في خلق علاقات اقتصادية بين القطاعات الاقتصادية والخدمية والقطاع السياحي، إذ إنّ تمويل انشاء وتطوير المشاريع السياحية يؤدي إلى ظهور مشاريع أخرى جديدة تمارس نشاطات اقتصادية وخدمية معينة، كما أنّها تُسهل في الحد من الفقر والبطالة إذ تُمكن الأسر ذات الموارد المحدودة في المناطق السياحية من الحصول على مصدر جديد للدخل يساعد على تحسين حياتهم (ammar&touni, 2022: 177)، وكما أنّ التمويل المصرفي يلبي احتياجات المشاريع السياحية بشكل آمن وفي الوقت المناسب؛ وذلك لأنّ الثقافة الائتمانية تحافظ على التوازن بين تحمّل المخاطر وفرض حدود على حجم تلك المخاطر (Ololade et.al, 2022: 64) ومن ناحية أخرى فإنّ تمويل المصارف للمشاريع السياحية له أثر على الاستدامة عن طريق زيادة الدخّل بشكل متزايد إذ تعمل على رفع الكفاءة المالية لذا تحاول الدول تحسين محدّدات السياحة لتنمية صناعة السياحة وجذب السائح من الداخل والخارج، ومن أجل الارتقاء بالسياحة تسعى الحكومات إلى تحسين البنى التحتية مثل بناء الطرق ومناطق الإقامة وشبكات النقل العام وأنظمة الصرف الصحي والكهرباء (Dar&Mehta,2019: 298) ، وتُصنّف القروض السياحية حسب نوع النشاط السياحي الذي يتمّ تمويله كما في المخطّط رقم (3):



المصدر: (سماكة، 2010: 18) و(Mahomadrizoevna, 2022 ;12)

ويمكن تشجيع المصارف لدعم تمويل المشاريع السياحية بعدة طرائق أبرزها (UNWTO, 2020: 20):

- التخفيض أو الإعفاء من الفوائد أو دعم جزء من فوائد القروض من قبل الحكومة.
- الائتمان الخاص بالشركات السياحية الصغيرة أو المتوسطة، وتمويلها من قبل المؤسسات المالية الدولية (صندوق النقد الدولي أو البنك الدولي).
- ضمانات الدولة للقروض السياحية المستعملة لتغطية النقص المؤقت في السيولة.
- تأجيل التسديد للقروض الممنوحة للمشاريع والشركات السياحية وقت الأزمات.
- تغطية الدولة لتكاليف الحصول على القروض السياحية بنسبة (90%-100%).

2- الخدمات المصرفية الإلكترونية:

يعدّ قطاع المصارف أحد أهمّ هذه القطاعات التي تأثرت بالتطور الحاصل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الحديثة، (عوض والثويني، 2023: 426)، لذا يتوجب على القطاع السياحي أن يشارك في تلك الأنشطة وتستفيد من تلك الخدمات لاستدامة القطاع السياحي (luan, et al, 2023: 243) إذ ترى منظمة السياحة العالمية أنّ السياحة والانترنت شريكان مثاليان، إذ توفر خدمات الانترنت للسائح المعلومات التي تتعلّق بمتطلباتهم السياحية كاختيار الوجهات والحجوزات وآليات الدفع كما أنّ استعمال التقنيات الجديدة ولاسيما في مجال السياحة يُعدّ أمراً أساسياً لنموها باعتبارها أنجح أنواع التجارة الإلكترونية إذ بلغت إيرادات الدفع الإلكتروني للحجوزات السياحية في عام (2018) أكثر من (680) مليار دولار (Bayona & Rua, 2019: 210)، وهذه نتيجة التوسّع والتقديم المباشر للخدمة الإلكترونية من قبل المصارف من ثمّ أدى إلى تقليص تكاليف العمليات وتحسين الفاعلية مع إتاحة خيار الاختيار من القنوات البديلة لتقديم الخدمة، والانتقال السريع للأموال المحلية عبر الحدود (مؤسسة النقد العربي السعودي، 2010: 5)، كما تساعد في التوسّع الجغرافي للقطاعات المختلفة لتسويق خدماتها ومنتجاتها، وتوصيل الخدمة المصرفية إلى الشرائح المختلفة (النجار والزيدي، 2023: 79)، وتقليل المخاطر الناجمة عن التداول النقدي بالشكل التقليدي (الشافعي والزيدي، 2020: 77) إذ إنّ الخدمات المصرفية المتعدّدة منهج قائم على منصات يتمّ عن طريقها توفير خدمات متعدّدة للعملاء ضمن حزمة خدمات متكاملة ومتّسقة داخل منظومة تضمّ العديد من مقدمي الخدمات، ويمكن أن تأخذ الخدمات أي شكل من الأشكال مثل: حلول النقل والأمن والتوصيل والسياحة، إذ يمكن للمصارف المشاركة عن طريق تقديم خدمات مالية متخصصة ومصمّمة حسب رغبة الزبائن قادرة على التكامل باستمرار مع حزمة الخدمات (Deloitte, 2018: 18)، وأنّ هذه الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن مرتبطة بحساباتهم المصرفية التي تشمل أجهزة الصراف الآلي (ATM) ونقاط البيع (POS) والبطاقات الائتمانية والتحويلات والمدفوعات والخدمات المصرفية الشخصية عبر الهواتف التي يعتمد عليها السائح لتغطية الخدمات السياحية، وأنّ هذه العمليات تشمل تبادل البيانات والخدمات المصرفية الإلكترونية ولها القدرة على ضمان وحماية هذه البيانات باعتبارها بيانات شخصية (naumov, et al, 2022: 5-8)، وكذلك يسهم في زيادة نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل إذ يُعدّ استهداف المرأة العاملة في الأنشطة السياحية قيمة مضافة للاقتصاد من حيث تنوع الأيدي العاملة ونوعية العمل، مما يساعد في مكافحة بطالة النساء ودعم المشاريع التعاونية للمرأة العاملة في القطاع السياحي غير الرسمي والعمالة الموسميّة والمؤقتة، فضلاً عن تنمية القدرات الإنتاجية للمرأة في الرّيف الزراعي والصحراوي عن طريق توفير أماكن دائمة لتسويق المنتجات اليدوية

(عيسوي، 2021: 533)، ويمكن تحديد نقاط القوة والفرص لفوائد الخدمة المصرفية الإلكترونية المتعددة في القطاع السياحي بما يأتي: (Yadav, et al, 2020:35).

الجدول رقم (5) يوضح نقاط القوة والفرص للخدمات المصرفية الإلكترونية

نقاط القوة	الفرص
- إمكان جذب السياح بسبب توفر خدمات مصرفية متعددة.	- فرص للتكنولوجيا الجديدة وخدمات الإنترنت.
- وجود سوق سياحي مزود بالخدمات الإلكترونية.	- تحسين الخصوصية والأمان للسائح.
- تحليل وتقييم الخدمات المصرفية من قبل ثلاثة جهات رئيسية (الزبانن والمصارف والحكومة).	- ابتكار خدمات جديدة للخدمة المصرفية عبر الإنترنت.
- تعاملات مصرفية أكثر شفافية.	- خفض تكلفة خدماتها وزيادة كفاءتها وربحيتها.
- سهولة جمع الفواتير وتوزيع الأموال.	- تقديم خدمات ذات قيمة مضافة في قطاع الخدمات المصرفية.

ويتضح مما سبق بأن المصارف في إقليم كردستان من الممكن أن تؤدي دوراً مهماً في دعم القطاع السياحي وصناعته عن طريق تمويل المشاريع السياحية ومنح القروض والتمويل اللازم للمشاريع السياحية مثل بناء الفنادق والمنتجعات السياحية وتطوير المعالم السياحية وكذلك مشاريع النقل السياحية كالطيران والسكك الحديدية ووسائل النقل الأخرى، فضلاً عن أن خدمات الحسابات المصرفية المخصصة للشركات والمشاريع السياحية يُسهّل على تلك الشركات إدارة أموالها وتنظيم عملياتها المالية، كما يمكنها دعم وإدارة التحوّط والمخاطر لتلك الشركات والمشاريع عن طريق إدارة المخاطر المالية الناجمة عن تقلبات العملات الأجنبية وتقلبات أسعار الفائدة، كتقديم أدوات التحوّط مثل العقود الآجلة وخيارات العملات للمساعدة في حماية القطاع السياحي من هذه المخاطر خصوصاً، وكذلك تقديم الدعم في عمليات الصرف الأجنبي عن طريق خدمات صرف العملات الأجنبية وتحويل الأموال للشركات السياحية وذلك لتسهيل وجذب السياح الدوليين، ويمكن القطاع السياحي من الابتكار والتكنولوجيا المالية لتحسين تجربة السياح وتسهيل عمليات الدفع والحجز والتسوّق عبر الإنترنت، إذ يمكن للمصارف تطوير تطبيقات مصرفية متنقلة وحلول دفع إلكترونية تلبي احتياجات السياح، علاوة على تقديم الاستشارات المالية للقطاع السياحي لتحسين أدائها المالي وتحطيط استراتيجياتها للنمو وتوسيع نطاق أعمالها.

المبحث الثالث: تقدير وتحليل أثر الخدمات المصرفية في دعم القطاع السياحي في إقليم كردستان للسنوات (2019 –

(2021

لقياس وتحليل أثر الخدمات المصرفية في دعم القطاع السياحي في إقليم كردستان، اعتمد البحث على نموذج الانحدار الذاتي للإبطاءات الموزّعة (ARDL) **Auto Regressive Distributed Lag**، باستعمال بيانات الخدمات المصرفية للمصارف العاملة في إقليم كردستان (مصرف الإقليم التجاري، مصرف جيهان الإسلامي، مصرف منصور للاستثمار، مصرف أربيل للاستثمار، بنك ببلوس، بنك بيروت والبلاد العربية، مصرف كردستان الإسلامي) وبيانات القطاع السياحي في إقليم كردستان ما بين السنوات (2019-2021) كما في الجدول رقم (6)، مستعملاً برنامج **Eviews12**. إذ يتكوّن النموذج من معادلتين: الأولى في الإيراد السياحي الذي يمثّل المتغير التابع وفي الثانية عدد الفنادق والمجمّعات وهو المتغير التابع، أما المتغيرات المستقلّة فهي الائتمان المصرفي و الخدمات الإلكترونية المصرفية).

الجدول رقم (6) يوضح بيانات الخدمات المصرفية والقطاع السياحي لعينة الدراسة للسنوات (2019-2021)

البيانات المتعلقة بالقطاع السياحي		البيانات المتعلقة بالخدمات المصرفية في إقليم كردستان				
عدد الفنادق والمجمعات	الإيرادات السياحية	الخدمات الإلكترونية			الانتماء السياحي	السنة
		ATM	عدد البطاقات	عدد الحسابات		
873	344769867000	76	28340	24727	21963945133	2019
907	232038440000	106	39220	46280	24519582730	2020
912	400741525000	117	26645	49563	6201887493	2021

أولاً: اختبار الثبات والاستقرارية (Stationary test)

يُعد اختبار الثبات والاستقرارية من الاختبارات الأساسية لتقييم مدى ثبات واستقرارية البيانات والمتغيرات في النموذج المستعمل. وهناك العديد من الاختبارات التي يمكن استعمالها لتحديد مستوى الثبات والاستقرارية في البيانات والمتغيرات، إلا أن اختبار (Fuller-Dickey Augmented) يُعد من الاختبارات الأكثر استعمالاً، ونتائج هذا الاختبار معروض في الجدول الآتي:

الجدول (7) يوضح نتائج اختبار جذر الوحدة لاستقرار السلسلة الزمنية (Unit Root Test)

المستوى المعنوية Probability	المتغيرات
	المتغيرات التابعة
0.0090	الإيراد السياحي
0.0028	عدد الفنادق والمجمعات السياحية
	المتغيرات المستقلة
0.0009	الانتماء المصرفي
0.0024	الخدمات الإلكترونية

المصدر: تم إعداده من قبل الباحث باستعمال برنامج E-Views 12.

يُتضح من الجدول (6) وعن طريق اختبار (Augmented Dickey-Fuller) أن جميع المتغيرات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (5%)، إذ إن قيمة الاحتمالية الحرجة (Prob.) أقل من القيمة المحددة (0.05)، وبمعنى آخر يشير ذلك إلى وجود استقرارية في جميع بيانات ومتغيرات السلاسل الزمنية، وبناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبارها دعماً لإجراء التكامل المشترك (Co-integration) بين متغيرات موضوع البحث.

ثانياً: التكامل المشترك بين المتغيرات داخل النموذج (Co-integration test) :

يُعد اختبار التكامل من الاختبارات المهمة لتحديد مدى وجود التكامل بين متغيرات موضوع البحث، مما يسمح بتقدير النموذج، ومن الضروري وجود علاقة واحدة على الأقل بين أحد المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. وهناك العديد من المؤشرات التي يمكن استعمالها لتحديد مستوى التكامل بين المتغيرات، ومن بينها اختبار (Johansen Test)، ويوضح الجدول رقم (8) نتائج هذا الاختبار.

الجدول رقم(8) يوض نتائج اختبار التكامل المشترك بين متغيرات النموذج Johansen Test

مستوى المعنوية Probability	Variables المتغيرات	مستوى المعنوية Probability	Variables المتغيرات
0.0000	عدد الفنادق والمجمعات السياحية	0.0000	الإيراد السياحي
0.0000	الانتمان المصرفي	0.0000	الانتمان المصرفي
0.0002	الخدمات الإلكترونية	0.0017	الخدمات الإلكترونية

المصدر: تم إعداده من قبل الباحث باستعمال برنامج E-Views 12 .

يتضح من الجدول أعلاه وبالاعتماد على اختبار (Johansen Test)، أن جميع المتغيرات المدرجة في كلا النموذجين (الإيرادات السياحية وعدد الفنادق والمجمعات السياحية) لديها علاقة تكاملية مشتركة بمستوى دلالة إحصائية (5%) وبذلك، تدعم هذه النتائج إجراء تقدير النموذج القياسي بشكل صحيح للمتغيرات كافة ولكلا النموذجين.

ثالثاً: تقدير النموذج القياسي :

نتائج اختبارات الثبات والاستقرار من جهة، والارتباط والتكامل المشترك من جهة أخرى، تدعم تقدير النموذج المقترح بشكل صحيح. ومن أجل قياس وتحليل أثر الخدمات المصرفية في دعم القطاع السياحي في إقليم كردستان للسنوات (2019-2021)، التي تتضمن (الإيرادات السياحية وعدد الفنادق والمجمعات السياحية والانتمان المصرفي و الخدمات الإلكترونية المصرفية) وتوصل التقدير إلى النتائج الموجودة في الجدول رقم (9):

الجدول رقم(9) يوض نتائج تقدير المعلمات لنموذج الإيراد السياحي ونموذج عدد الفنادق والمجمعات السياحية.

التقدير العام		Independent variables المتغيرات المستقلة	Dependent variables المتغير التابع
Prob. القيمة الاحتمالية الحرجة	Coefficient المعلمات المقدرة		
0.0000	2.7661	الانتمان المصرفي	الإيراد السياحي
0.0018	2.3773	الخدمات الإلكترونية المصرفية	
0.0000	1.2896	الانتمان المصرفي	عدد الفنادق والمجمعات السياحية
0.0073	0.8023	الخدمات الإلكترونية المصرفية	

المصدر: تم إعداده من قبل الباحث باستعمال برنامج E-Views 12 .

من الجدول رقم (9)، يظهر ما يلي:

- أ- استناداً إلى حجم المعلمة المقدرة وإشارتها، يتضح أن (زيادة الانتمان المصرفي) بـ(1%) تؤدي إلى زيادة (الإيراد السياحي) بمقدار (2.76%) أي: أن زيادة الانتمان المصرفي لها تأثيرات مضاعفة على الإيرادات السياحية بدرجة كبيرة.
- ب- استناداً إلى حجم المعلمة المقدرة وإشارتها، يتضح أن (زيادة الخدمات الإلكترونية المصرفية) بـ(1%) تؤدي إلى زيادة (الإيراد السياحي) بمقدار (2.37%) أي: أن زيادة الخدمات الإلكترونية المصرفية لها تأثيرات مضاعفة على الإيرادات السياحية بدرجة كبيرة.

ت- استناداً الى نتائج التقدير لـ(الائتمان المصرفي و الخدمات الإلكترونية المصرفية) يظهر أنّ كلا المتغيرين لهما آثار مضاعفة على زيادة الإيرادات السياحية، إلا أنّ أثر الائتمان المصرفي أعلى من أثر الخدمات الإلكترونية المصرفية.

ث- استناداً إلى حجم المعلمة المقدّرة وإشارتها، يتّضح أنّ(زيادة الائتمان المصرفي) بـ(1٪) تؤدّي إلى زيادة (عدد الفنادق والمجمّعات السياحية) بمقدار(1.28٪) أي: أنّ زيادة الائتمان المصرفي لها تأثيرات مضاعفة على النشاط الفندقي و المجمّعات السياحية بدرجة كبيرة .

ج- استناداً إلى حجم المعلمة المقدّرة وإشارتها، يتّضح أنّ(زيادة الخدمات الإلكترونية المصرفية) بـ(1٪) تؤدّي إلى زيادة(عدد الفنادق والمجمّعات السياحية) بمقدار(0.80٪) أي: أنّ زيادة الخدمات الإلكترونية المصرفية لها تأثيرات جيّدة على تفعيل النشاط الفندقي والمجمّعات السياحية.

ح- استناداً إلى نتائج التقدير لـ(الائتمان المصرفي و الخدمات الإلكترونية المصرفية) يظهر أنّ كلا المتغيرين لهما آثار إيجابية على تفعيل النشاط الفندقي والمجمّعات السياحية ، إلا أنّ أثر الائتمان المصرفي أعلى من أثر الخدمات الإلكترونية المصرفية.

رابعاً: الاختبارات التشخيصية للمصادقية وملاءمة النموذج المعتمد (Diagnostic tests) :

الخطوة الأخرى في استكمال مراحل بناء النموذج القياسي هي مرحلة تقييم النموذج المقدّر، لتكون تقديرات معاملات النموذج أكثر دقّة ويمكن الاعتماد عليها من قبّل صنّاع القرار. وفي هذا السياق، استعمل في هذا البحث عدة مؤشرات، بما في ذلك (R2، Std. Error ،F، Adjusted R2). كما في الجدول رقم (10) الذي يوضّح قيم ودلالات الاختبارات الإحصائية والقياسية لبعض هذه المؤشرات والاختبارات.

الجدول رقم(10) يوضّح نتائج الاختبارات التشخيصية للمصادقية وملاءمة النموذج المعتمد.

النموذج الثاني : الفنادق والمجمّعات السياحية		النموذج الأول : الإيرادات السياحية	
0.99946	R-Squared	0.99997	R-Squared
0.99940	Adjusted R2	0.99996	Adjusted R2
19461.88 (0.0000)	F-statistic Prob.(F-statistic)	137750.1 (0.0000)	F-statistic Prob.(F-statistic)
0.2852	S.E. of Regression	0.0009	S.E. of Regression

المصدر: تم إعداده من قبّل الباحث باستعمال برنامج E-Views 12 .

يتّضح من الجدول رقم (10) ما يأتي:

أ- معامل التحديد (R^2) ومعامل التحديد المعدّل (Adjusted R2) مرتفعتان جدّاً للنموذجين، إذ تتراوح قيمتهما إلى(99%)، ممّا يعني أنّ جميع المتغيرات المستقلّة في النماذج لها علاقة قوية بالمتغيرات التابعة. ومن جهة أخرى، فإن الفرق بين معامل التحديد

(R²) ومعامل التحديد المعدل (Adjusted R2) ضئيل للغاية، مما يشير إلى أن جميع المتغيرات في النموذجين ضرورية ومهمة، وهذا دليل على جودة التقدير.

ب- قيمة (F) المحسوبة بدلالة إحصائية (0.0000) لنموذجي الإيرادات السياحية وعدد الفنادق والمجمعات السياحية أقل من قيمة الـ (P-Value) المقبولة (0.05). لذا، نرفض فرضية العدم التي تُقر بانعدام العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة. ت- ومن جانب آخر، لاحظنا أن قيمة الـ (Standard Error) بشكل عام منخفضة ومقبولة، مما يشير إلى صحة النموذج من الناحية الإحصائية والقياسية.

التقدير العام		Independent variables المتغيرات المستقلة	Dependent variables المتغير التابع
Prob.	Coefficient		
القيمة الاحتمالية الحرجة	المعاملات المقدرة		
0.0021	7.7741	عدد الحسابات	الإيراد السياحي
0.0000	6.3289	عدد البطاقات	
0.0283	13.0224	اجهزة ATM	
0.0001	0.1674	عدد الحسابات	عدد الفنادق والمجمعات السياحية
0.0065	0.3015	عدد البطاقات	
0.0004	0.6893	أجهزة ATM	

المصدر: تم إعداده من قبل الباحث باستعمال برنامج E-Views 12 .

النتائج والتوصيات:

- النتائج:

- 1- توفر كافة المقومات السياحية في إقليم كردستان الطبيعية والبشرية واعتبارها بيئة آمنة وناجحة للاستثمار والتطوير السياحي إذا تم استغلالها بالشكل المناسب.
- 2- تُعد السياحة أحد أهم روافد الاقتصاد لأي بلد، ولزيادة نمو الاقتصاد يتطلب المزيد من الدعم والاهتمام بالشكل الذي يوفر كافة الاحتياجات لأعداد السياح الداخليين والخارجيين المتزايد في إقليم كردستان.
- 1- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن زيادة الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية الإلكترونية لها تأثيرات مضاعفة على الإيرادات السياحية بدرجة كبيرة وأن هذا التأثير المضاعف في زيادة منح الائتمان أكبر.
- 2- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن زيادة الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية الإلكترونية تسهم بشكل كبير في زيادة عدد المجمعات والفنادق في إقليم كردستان.
- 3- على الرغم من وجود الأموال الضخمة المستثمرة في القطاع السياحي في إقليم كردستان إلا أن هناك عزوفاً من قبل المستثمرين في القطاع السياحي للحصول على التمويل والقروض من المصارف إذا ما تم مقارنته بحجم الأموال المستثمرة.

- 4- وجود المعوقات القانونية والإدارية الحكومية في الإقليم ولا سيما ما يتعلّق بالمشاريع السياحية، منها على سبيل المثال: عدم منح سند ملكية المشروع للمستثمرين يؤدي إلى تخوف المصارف وعدم اعتبار تلك المشاريع ضمن الرهونات العقارية.
- 5- موسمية عمل المشاريع السياحية وعدم وجود دعم ومبادرات حكومية يؤدي إلى تعثر تسديد القروض الممنوحة من قبل المصارف للمشاريع السياحية في إقليم كردستان ومن ثم ارتفاع المخاطر.
- 6- عدم استغلال المصارف لتسويق منتجاتها وخدماتها المصرفية في القطاع السياحي بما في ذلك خدمات الدفع الإلكترونية التي تسهم في انعدام ثقافة الدفع الإلكتروني وبطء جذب السياح في الإقليم .
- 7- قلة الأيدي العاملة الأكاديمية الماهرة لفهم ودراسة أنواع وتفضيلات ومتطلبات السياح المحتملين في القطاع السياحي في الإقليم أحد أسباب انعدام الرقمنة في القطاع السياحي.
- 8- عدم وجود مبادرات حكومية ومصرفية في الإقليم ومن ثم انخفاض مساهمة السياحة في الناتج المحلي، وخسارة فرص العمل، وضعف الاستثمار في المشاريع الصغيرة والفردية ومن ثم تراجع جودة الخدمات السياحية ومحدوديتها.

- التوصيات:

- 1- إطلاق البنك المركزي وبالتعاون مع مصارف القطاع العام والخاص مبادرات لدعم وتمويل القطاع السياحي في العراق بصورة عامة وإقليم كردستان بصورة خاصة لما له من فوائد في زيادة الاقتصاد الوطني.
- 2- يتوجب على حكومة إقليم كردستان تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة عن طريق سنّ التشريعات والقوانين التي تسهم في منح إعفاءات ضريبية وتوّد تعاوناً بين القطاع العام والخاص منها؛ لتذليل العقبات القانونية والإدارية التي تواجه المستثمرين في القطاع السياحي ولا سيما في المعوقات التي تواجه المستثمرين عند التعامل مع القطاع المصرفي.
- 3- ربط القطاع السياحي بأنظمة الدفع الحكومية؛ لمنح التراخيص السياحية ودفع الضرائب والرسوم إلكترونياً يسهم في تحسين التخطيط واتخاذ القرارات وتصميم سياسات سياحية أكثر فاعلية.
- 4- ضرورة اعتماد المرافق السياحية لأنظمة الدفع الإلكترونية لاستعمال البطاقات المصرفية والمحافظ الإلكترونية، ونقاط الدفع الإلكترونية (pos) تسهّل من عملية الرقمنة في الحجوزات والدفع ومقارنة الأسعار بين المرافق السياحية مما يسهم في زيادة الثقة وجذب المزيد من السياح والمستثمرين ومنهم الدوليين.
- 5- تنوع وتطوير المنتجات والخدمات المالية بهدف تقديم خدمات مبتكرة ذات تكلفة منخفضة تتواءم مع احتياجات القطاع السياحي ولا سيما في المناطق السياحية التي تعتمد على الإذخار والتأمين وليس فقط وسائل الدفع والتمويل.
- 6- تعزيز الانتشار المصرفي في إقليم كردستان عن طريق التوسّع في شبكة فروع المصارف ومقدمي الخدمات المالية ومن ضمنها فروع لمصارف الحكومة الاتحادية المتخصصة كالمصرف الصناعي والمصرف الزراعي والمصرف التجاري.
- 7- تشجيع ثقافة الدفع الإلكتروني من قبل حكومة إقليم كردستان وضمان الحماية المالية للمستهلك من قبل المصارف عبر التوعية والتثقيف المالي في الإقليم عن طريق النشر والإطلاع على الحقوق والواجبات والمزايا والمخاطر المتعلقة بالمنتجات، وتدريب العاملين في القطاع السياحي على أساليب الدفع الحديثة.

8- إيقاف عملية تمويل المسافرين لغرض السّياحة خارج العراق بالعملة الصعبة عن طريق المنافذ في المطارات، كونه يشجّع السّياحة الخارجية بصورة كبيرة خصوصاً مع وجود فرقٍ كبيرٍ في سعر صرف العملة الأجنبية مع السوق الموزّعة.

المصادر:

- الرسائل الجامعية والدوريات:

- 1- **اوسو**، خيرى علي، بطرس، لؤي لطيف، (2008) " تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة استطلاعية لأراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك"، مجلة تنمية الراقدين، كلية الإدارة و الاقتصاد، جامعة الموصل، المجلد 30، العدد89.
- 2- **العزاوي**، ابتسام علي حسين،(2019) " سبل إصلاح وتطوير القطاع المصرفي"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، العدد58.
- 3- **الدباش**، عبدالله حمد، حسن سيلاف صديق، (2019) " دراسة اقتصادية لاثر السّياحة في النمو الاقتصادي لإقليم كردستان للفترة 2004-2017" مجلة زراعة الراقدين، جامعة الموصل، العدد(47)، جامعة الموصل.
- 4- **سعد**، فاطمة فرج، (2015)، "الاستثمار السّياحي ودوره في تعزيز التنمية السّياحية (دراسة حال الدول العربية مع اشارة خاصة إلى العراق)" مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، العراق، العدد(19).
- 5- **سعد**، منتظر فاضل، "التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية في العراق"، مجلة الدراسات المالية المحاسبية الإدارية، جامعة البواري، الجزائر العدد(3)، الجزائر، 2015.
- 6- **السعدي**، عبير مرتضى، (2012)، " تحليل مؤشرات التنمية السّياحية المستدامة في دول مختارة مع الإشارة إلى العراق"، رسالة ماجستير اقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة كربلاء، العراق.
- 7- **سماكة**، على محمود على، (2010)، " دور المصارف التقليدية والشاملة في تفعيل قطاع السّياحي في محافظة النجف – دراسة ميدانية"، مجلة مركز دراسات الكوفة، جامعة الكوفة، العراق، العدد(1)، المجلد (17).
- 8- **صالح**، بهرم محمود، الصقار أحمد سليمان، (2021)، " أثر الاستثمار السّياحي في تنوع مصادر الدخل في إقليم كردستان للسنوات 2003-2018" مجلة العلوم الانسانية، جامعة زاخو، العراق، العدد 9، المجلد 3.
- 9- **مصطفى**، محمود حسين، (2022)، "مقومات ومعوّقات الاستثمار السّياحي في المدن العراقية" المجلة العراقية للبحوث الإنسانية والاجتماعية والعلمية، العدد7.
- 10- **العبد**، فدوة علي حسين، "مقومات ومعوّقات السّياحة البيئية في إقليم كردستان محافظة دهوك نموذجاً"، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 13، العدد3، جامعة الأنبار، 2021.
- 11- **حمزة**، حسن كريم، "الدور التمويلي للمصارف العراقية في تحقيق النمو الاقتصادي"، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العدد 32، 2015.

- 12- **المولى**، عبد الستار رائف حسن، خالد حسن البيلي، علي أحمد الأمين، "أثر الودائع المصرفية في حجم الائتمان في المصارف العراقية خلال المدة (2004 - 2021) دراسة تحليلية قياسية"، مجلة العلوم الاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة، العراق، العدد67، 2022.
- 13- **رشوان**، ساره محمد صابر، حسني مهران، أحمد صبري أبوزيد، "دور الخدمات المصرفية في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية"، مجلة الدراسات السياسية والاقتصادية، كلية السياسة والاقتصاد، جامعة السويس، مصر، المجلد2، العدد1، 2022.
- 14- **عوض**، قسمة صابر، الثويني، أحمد هادي رشيد، "مدى انعكاس الخدمات المصرفية الإلكترونية على الربحية بحث تحليلي لعينة من المصارف التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للمدة(2015-2020)"، مجلة الوارث العلمية، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة وارث الأنبياء، العراق، المجلد 5، العدد14، 2023.
- 15- **الشافعي**، أحمد عبدالوهاب، الزبيدي، حمزة فائق وهيب، "نظام المدفوعات الإلكتروني وأثره في كفاءة الأداء المصرفي(بحث تطبيقي في عينة من الخدمات المصرفية في العراق)"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، معهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، جامعة بغداد المجلد 15، العدد 51، 2020.
- 16- **مجيد مصطفى صبيح**، محمد، آية أحمد، رضا، آيات محمد، "تحليل مؤشرات الائتمان المصرفي وتأثيرها في القيمة السوقية المضافة/ دراسة تحليلية لعينة من المصارف التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للمدة (2005 – 2023)، مجلة الوارث العلمية، جامع وارث الأنبياء، العراق، 2025.
- 17- **خليل**، مناف محمد خليل، خليل، أمير علي، "تقييم الوظيفة الإيداعية والائتمانية للمصارف التجارية وأثرها في مؤشر عدد الأسهم المتداولة لقطاعات سوق العراق للأوراق المالية"، المجلد 6، العدد 17، مجلة الوارث العلمية، جامعة وارث الأنبياء، العراق، 2024.
- 18- **محمد**، جمال هداش، علي، لينة طارق، إبراهيم، حنان محمد، "الائتمان التعهدي وأثره في ربحية المصارف التجارية:دراسة تحليلية على عينة من المصارف التجارية العراقية الخاصة"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية المجلد 21، العدد1، جامعة تكريت، 2025
- 19- **علي**، محمد مدلول، عبدالرزاق، بريفان صالح، " أثر الكفاية المالية في الائتمان التعهدي للمصرف العقاري للمدة 2020-2004، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، المجلد 19، العدد 2، 2023
- 20- **كاظم**، مهيمن إسماعيل، " خطاب الضمان في القانون العراقي"، مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية جامعة الفارابي، المجلد2، العدد3، 2024.
- 21- **فارس**، طالب حسين، سعد، شيماء عبد الأمير، قياس وتحليل العلاقة بين الائتمان المصرفي الخاص والنتائج المحلي الإجمالي في العراق للمدة 2004-2021، مجلة الوارث العلمية، جامعة وارث الأنبياء، العراق، المجلد 7، العدد عدد خاص، 2025.
- 22- **جاسم** عبد الحسين، الخفاجي ياسمين قاسم" مدى مساهمة القطاع المصرفي في دعم وتنويع الصناعة العراقية" مجلة الوارث العلمية، جامعة وارث الأنبياء، العراق، المجلد 3، العدد عدد خاص، 2025.

- الكتب:

- 1- **الشمري**، صادق راشد، نعمة نغم، " إدارة المصارف وجودة الخدمة المصرفية"، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2016.

- 2- **مامندی،** غازي، "إدارة البنوك"، مطبعة حاج هاشم، 2012.
 - 3- **عبوي،** زيد منير، " مبادئ السياحة الحديثة"، دار المعزز للنشر والتوزيع، الاردن، 2016.
 - 4- **النجار،** صباح مجيد، الزبيدي، حسين لازم، "إمكانية تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البيئة العراقية"، دار المرید للطبعة والنشر، 2023.
 - 5- **العلاق،** على محسن اسماعيل، "إدارة البنك المركزي العراقي من هامش الماضي إلى متن المستقبل" دار عدنان للطباعة والنشر، العراق، 2023
- أخرى:

- 1- **البنك المركزي العراقي 1،** "تقرير الإنذار المبكر للفصل الرابع من عام 2022" ، العدد (22) ، بغداد، العراق، 2023.
- 2- **البنك المركزي العراقي 2،** "تقرير الاستقرار المالي لعام 2021" ، العدد الثاني عشر، بغداد، 2022.
- 3- **البنك المركزي العراقي 3،** "الخطة الاستراتيجية، 2016-2020"، 2016.
- 4- **البنك المركزي العراقي 4،** "تقرير الاستقرار المالي لعام 2020"، العدد الحادي عشر 2021.
- 5- **البنك المركزي العراقي،** "تقرير الاستقرار المالي لعام 2022"، العدد الثالث عشر، 2023.
- 6- **مؤسسة النقد العربي السعودي،** "قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية"، 2010.

- periodicals:

- 1- **Agbeve, V., Mensah, N., & Atisu, J. C. (2025).** Comparative analysis of digital banking and financial inclusion in the United States: Opportunities, challenges and policy implications. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 25(3).
- 2- **Abaidoo Rexford, Anyigba Hod,(2020)** "Bank performance variability and strands of inflationary conditions" *The European Journal of Management and Business Economics is an academic*, Vol. 29, Iss. 3, pp. 235-253,
- 3- **Ammar, S., & Reham, T. (2022).** Towards financing small and medium enterprises in tourism and hospitality industry and its impact on originating and demanding local products and services. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 22(2).
- 4- **Banna, H., Mia, A., & Rana, S. (2021).** The role of banking and financial institutions in the tourism and hospitality industry in Bangladesh. *Tropical Technology Journal*, 19(1).
- 5- **Bayona, L. L., & Rua, A. R. (2019).** The importance of online payment on travel and tourism incomes: A cross-country panel data study. *Academic's International Scientific Journal*, 20.
- 6- **Dar, A., & Mehta, S. K. (2019).** Functioning of financial institutions towards tourism recovery and sustainability: A literature review. *International Journal of Economic Research*, 16(1).

- 7- **Dinesh**. (2018). Banking: Definition and evolution. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(8).
- 8- **Drigă, I., & Isac, C.** (2014). E-banking services – Features, challenges and benefits. *Annals of the University of Petroșani, Economics*, 14(1), 49–58.
- 9- **Durdu, B., & Zhong, M.** (2023). Understanding bank and nonbank credit cycles: A structural exploration. *Journal of Money, Credit and Banking*, 55(1)
- 10- **Khan, N., Hassan, A. U., & Fahad, S.** (2020). Factors affecting tourism industry and its impacts on global economy of the world. *European Economics Journal*, (2).
- 11- **Mahomadrizoevna, Karimova Aziza** (2022). The importance of bank lending in the development sphere of tourist services. *World Economics and Finance Bulletin Journal*, 7
- 12- **Monea, M.** (2016). Performance indicators from banking system. *Annals of the University of Petroșani, Economics*, 16(2).
- 13- **Naumov, N., Khan, Y. H., & Hossain, S.** (2022). Service quality and internet banking: An analysis of international tourists' satisfaction with internet banking in Bangladesh. *International Journal of Multidisciplinary and Science*, 8(13)
- 14- **Ololade, B. M., Adamolekun, W., & Obadeyi, J. A.** (2022). Assessing banks' credits and tourism sector development in Ifedore local government, Ondo State, Nigeria. *International Journal of Innovative Research in Accounting and Sustainability*, 7(1).
- 15- **Radulescu, I. G.** (2017). The role of international financial institutions in tourism development. *Journal of Economic Insights – Trends and Challenges*, 3(2).
- 16- **Rehman, A. U., Aslam, E., & Iqba, A.** (2020). Intellectual capital efficiency and bank performance: Evidence from Islamic banks. *Borsa Istanbul Review*, 22(1).
- 17- **Shah, K. M., & Wadia, A. K.** (2023). Neoteric finance and evolution in banking operation in India. *Journal of Corporate Finance Management and Banking System*, Vol: 3, No. 1
- 18- **Yadav, A., Kumar, A., & Walia, J.** (2020). Online banking impact in tourism services industry. *An International Bilingual Peer Reviewed Refereed Research Journal*, ISSN 2229-3620.
- 19- **Zhang, C., Liu, Y., & Pu, Z.** (2023). How digital financial inclusion boosts tourism: Evidence from Chinese cities. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1619–1636.-

20- **IMOLA DRIGA, ISAC CLAUDIA**, (2014), “E-BANKING SERVICES – FEATURES, CHALLENGES AND BENEFITS” *Annals of the University of Petroşani, Economics*, 14(1),

Book:

21- Banna Hasanu, Aslam Mia, Sohel Rana, “*Tourism in Bangladesh: Investment and Development Perspectives*”, Published by Springer, Singapore, January 2022.

- Other:

- 1- **Deloitte** Digital, “*Banking as a Service, explained: What it is, why it’s Important and How to Play*” 2018.
- 2- **Ipangelwa**, LS “*Does the banking industry play a developmental role in Namibia?*” the central Bank of Namibia, 13 March 2001.
- 3- **OECD**, “*Tourism Trends and Policies 2016*”, 2016.
- 4- **OECD**, “*Tourism Trends and Policies 2018*”, 2018.
- 5- **UNWTO**, “*How are counters supporting tourism recovery*”, 2020.
- 6- E-Views 12 Program.

Measuring and Analyzing the Impact of Banking Services on Supporting the Tourism Sector in the Kurdistan Region – Iraq”

Abstract:

This research investigates the role of banking sector in supporting the tourism sector in Kurdistan Region of Iraq. The first purpose of the study is to determine the possibility and ability of private banking sector in the Kurdistan Region to present the provide credit and online banking services to the tourism sector. One more goal of the research is studying and testing the impact of credit and online banking services in the development of the tourism sector to reach advanced stages compared to the revenues of hotels and tourism sector complexes in other countries .The results indicated that the Kurdistan Region has all the elements of tourism such as natural and human, might be Considering it as a safe and successful place for tourism investment and development. There is a huge capital investment in the tourism sector in Kurdistan Region; however, bank financing and

loans for these investments are low compared to the size of those investments. To conclude, the consequences of statistical analysis show that increasing bank credit and electronic banking services have a multiplier effect on tourism revenues and increasing the number of resorts and hotels in the Kurdistan Region.

key words: credit, online services, tourism investment, tourism components.