

التحفيزات الجبائية كآلية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار تشجيع الاستثمار (مع دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية الجزائر)

Fiscal incentives as a mechanism to enhance the competitive advantage of small and medium enterprises within the framework of investment promotion (with a field study of a group of small and medium enterprises active in the state of Algeria)

سليمانى مرزاق*¹، يحيوي نصيرة²

¹ جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، boumerdes.dz-me.slimani@univ

² جامعة بومرداس (الجزائر)، boumerdes.dz-n.yahiaoui@univ

تاريخ القبول : 2024-12-26

تاريخ الاستلام: 2024-10-21

ملخص:

الهدف من هذا البحث، هو تسليط الضوء على الحوافز الضريبية كأحد الآليات التي اعتمدها الحكومة الجزائرية لتشجيع وترقية الاستثمارات خلال مرحلة الإنجاز ومرحلة الاستغلال، والتي تضمنها قانون الاستثمار لسنة 2016، وإبراز مدى مساهمة هذه الحوافز في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة، من خلال التأثير على مؤشرات قدرتها التنافسية، وإثبات مساهمتها من خلال دعم البحث بدراسة ميدانية، لمجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية الجزائر.

الكلمات المفتاحية: التحفيزات الجبائية؛ قانون الاستثمار؛ الميزة التنافسية.

تصنيف Jel: Q14; H24

Abstract:

The aim of this research is to shed light on tax incentives as one of the mechanisms adopted by the Algerian government to encourage and promote investments during the implementation phase and the exploitation phase, which are included in the Investment Law of 2016, and to highlight the extent to which these incentives contribute to enhancing the competitive advantage of small and medium-sized economic enterprises, by influencing their competitiveness indicators, and proving their contribution by supporting the research with a field study, for a group of small and medium-sized economic enterprises operating in the state of Algiers.

Keywords: Tax incentives, Investment law, competitive advantage.

Jel classification code : Q14; H24

1-مقدمة:

في ظل المتغيرات التي يشهدها الاقتصاد العالمي اليوم، تجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نفسها أمام العديد من التحديات المتعلقة بظاهرة العولمة وشدة المنافسة؛ ولكي تتمكن من البقاء والتفوق على منافسيها، يتعين عليها تعزيز ميزتها التنافسية والعمل على الحفاظ عليها وإدامتها، ولن يتسنى ذلك إلا بالاستفادة من الآليات المختلفة التي توفرها لها الدولة.

وعلى غرار كل البلدان، أولت الجزائر اهتماما كبيرا بهذا النوع من المؤسسات، نظرا لدورها الاستراتيجي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية على حد سواء، حيث عملت الحكومة على خلق القوانين والتشريعات التي تضمن ذلك، وأبرزها قانون الاستثمار لسنة 2016. والذي تضمن عددا من الحوافز الضريبية الهادفة إلى تخفيف العبء الضريبي ككل والمساهمة في خفض التكاليف بهدف تشجيع الاستثمار في القطاع وفي كافة مراحله، مما سيساعد بشكل أساسي على زيادة قدرته التنافسية ودعم ربحيته وقدرته على المنافسة.

1-1 اشكالية البحث:

وبناء على ذلك، يمكن صياغة مشكلة بحثنا في السؤال التالي:

ما مدى مساهمة التحفيزات الجبائية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة في إطار تشجيع الاستثمار في ولاية الجزائر؟

ويندرج تحت السؤال الرئيسي للبحث، الأسئلة فرعية التالية:

-ما مفهوم الحوافز الضريبية؟ وما أهدافها واشكالها؟

-ما أهم التسهيلات الضريبية التي تضمنها قانون الاستثمار 2016، والموجهة

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

-هل التحفيزات الجبائية الموجودة في النظام الجبائي الجزائري للمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة بالجزائر هي فعلا محفزة؟

-هل تساهم التحفيزات الجبائية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة لعينة الدراسة؟

1-2-1 فرضيات البحث:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة وأسئلتها الفرعية، تم صياغة فرضية رئيسية تربط بين الحوافز الضريبية في إطار تشجيع الاستثمار والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عند مستوى دلالة 10%، وهي على النحو التالي:

"ان العلاقة بين كل من التحفيزات الجبانية في إطار تشجيع الاستثمار والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هي علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية مقبولة".

ومن خلال الفرضية الرئيسية للبحث، ومن أجل التعمق في دراسة مشكلة البحث والوصول إلى نتائج مقبولة، قمنا بتقسيمها إلى فرضيتين، وهما على النحو التالي:

- ان العلاقة بين التحفيزات الجبانية لمرحلة الانجاز والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة موجبة وذات دلالة احصائية مقبولة؛
- إن العلاقة بين التحفيزات الجبانية لمرحلة الاستغلال والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة موجبة وذات دلالة احصائية مقبولة.

1-3-1 أهمية البحث:

إن هذا البحث في غاية الأهمية، ويمكن أن نلخص هذه الأهمية في:
-ان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة بالنسبة للاقتصاد الوطني، نظراً لدورها الفعال في التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال مساهمتها في زيادة معدل النمو، وخلق القيمة المضافة، وخفض البطالة، وغيرها؛
-تكم أهمية الميزة التنافسية لهذا النوع من المؤسسات، في انها تسمح بتحقيق التميز والتفوق وزيادة حصتها السوقية وتعزيز مكانتها التنافسية في ظل المنافسة الكبيرة التي تواجهها؛

-وقد تجلى اهتمام الحكومة الجزائرية بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والنهوض بها من خلال منحها حوافز ضريبية عديدة في مختلف القوانين والتنظيمات، المنظمة للاستثمار في مراحلها المختلفة والتي تم إدراجها في قانون الاستثمار لسنة 2016 .

1-4-1 أهداف البحث:

ان البحث يسعى لتحقيق الأهداف التالية:

-التعرف على الحوافز الضريبية المتنوعة الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يتضمنها قانون الاستثمار لعام 2016، والتي تندرج في إطار تشجيع الاستثمار؛
-محاولة فهم العلاقة بين الحوافز الضريبية والميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من منظور نظري؛
-تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين الحوافز الضريبية والميزة التنافسية للمؤسسات من خلال عينة الدراسة؛
-محاولة التوصل إلى نتائج ومقترحات يمكن الاستفادة منها والعمل بها ميدانياً.

- 5-1 منهج البحث:

لغرض الإجابة على الإشكالية الرئيسية للبحث وإثبات صحة الفرضيات والتحقق منها، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لوصف للتطرق للجانب النظري للتحفيز الضريبية، والمزايا التنافسية، ثم تحليل البيانات المتاحة، بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية، حيث أجريت الدراسة على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية الجزائر، معتمدين بشكل أساسي على أدوات التحليل الإحصائي التي يوفرها في تحليل البيانات البرنامج الإحصائي "SPSS".

- 2- الإطار النظري للحوافز الجبانية:

يستخدم مصطلح التحفيز من قبل الدولة كأسلوب ذي طبيعة تنموية لتحقيق النمو الاقتصادي ولعدة أهداف أخرى، مثل تحفيز وزيادة الاستثمار وتشجيعه، التصدير... الخ.

- 2-1 مفهوم الحوافز الجبانية:

تعددت تعريفات الحوافز الضريبية، إلا أن أغلبها تتجه إلى صياغة واحدة حسب وجهة نظر كل باحث، وسنذكر فيما يلي أهم هذه التعريفات:

هي مجموعة من الإجراءات والتسهيلات ذات طابع تحفيزي التي تتخذها الدولة لفائدة مجموعة من المتعاملين الاقتصاديين بهدف توجيه نشاطهم نحو المجالات والقطاعات المراد ترقية طبقاً للسياسة العامة التي تتبناها الدولة. (طارق الحاج، 2009، صفحة 50)

هي إجراء خاص غير إلزامي للسياسة الاقتصادية يهدف إلى الحصول على سلوك محدد من المتعاملين الاقتصاديين المستهدفين بتوجيههم نحو الاستثمار في قطاعات أو مجالات لم يفكروا الاستثمار فيها، مقابل منفعة أو امتياز محدد. (صالح عبد العزيز، 2005، صفحة

ومن التعريفين السابقين، يتبين أن الحوافز الضريبية هي مساعدات مالية غير مباشرة تأخذ شكل تخفيضات أو إعفاءات دائمة أو مؤقتة تمنحها الدولة لجهات اقتصادية معينة تتوفر فيها شروط معينة، بهدف تشجيع الاستثمار في قطاع محدد تحدده الدولة.

2-2- أهداف الحوافز الجبائية:

إن هدف سياسة التحفيز الضريبي هو تحقيق عدد من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، مثل:

2-2-1- الأهداف الاقتصادية:

وتشمل هذه:

- توفير مناخ استثماري مشجع وملائم وبالتالي زيادة الاستثمار المحلي، والعمل على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر؛

- العمل على إيجاد التوازن من حيث النشاط من خلال توجيه المستثمرين، إلى الأنشطة ذات الأولوية في سياسة التنمية؛

- تشجيع التصدير خارج المحروقات بالإعفاء من كافة الضرائب؛

- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات المحلية في الأسواق الخارجية من خلال منح إعفاءات من مجموعة الضرائب المحلية على المنتجات المصدرة؛ (عبد المجيد قدي، 2005، صفحة 169، 170)؛

- في ظل سياسة امتياز ضريبي ملائمة تؤدي إلى توسيع القاعدة الضريبية على المدى الطويل، لأن هذه السياسة من شأنها أن تزيد من الفروع الإنتاجية ومستوى نشاطها ويتم تعويض هذا النمو من خلال توسع القاعدة وعدد المكلفين بالضرائب والتزامهم بواجباتهم اتجاه الخزينة العامة، سيؤدي إلى زيادة الإيرادات الضريبية مستقبلا.

الشكل (01): آلية عمل سياسة التحفيز الجبائي في المدى الطويل



المصدر: (ياسين قاسي، 2005، صفحة 112).

يوضح الشكل وظيفة التحفيز الجبائي كآلية فعالة قائمة على السياسات طويلة الأجل في جمع الموارد المالية للدولة.

2-2-2-الأهداف الاجتماعية:

تتضمن:

-الحد من البطالة وتخفيف شدتها من خلال توفير فرص عمل جديدة، وتوفير الإعفاءات الضريبية والموارد المالية التي تسمح للمتعاملين الاقتصاديين باستثمارها في فروع إنتاجية أخرى، أو إنشاء مشاريع صغيرة جديدة، مما يزيد الطلب على العمالة؛
-العمل على توازن توزيع الاستثمارات في الداخل، من خلال توجيه بعضها إلى المناطق التي تحتاجها.

2-3-أشكال الحوافز الجبائية:

تأخذ الحوافز الضريبية أشكالاً متعددة، يمكن حصرها فيما يلي:

2-3-1-نظام الإعفاء الجبائي:

هو الإعفاء من حق الضريبة لبعض المكلفين الذين يتوجب عليهم دفع الضريبة مقابل الالتزام بممارسة نشاط معين وفي ظروف معينة يكون هذا الإعفاء إما دائماً أو مؤقتاً.
الإعفاء الدائم هو تنازل الدولة عن حقها في أموال المكلف ما دام سبب الإعفاء قائماً، ويمنح هذا الإعفاء وفقاً لأهمية النشاط ومدى تأثيره على الحياة الاقتصادية والاجتماعية، أما الإعفاء المؤقت فهو تنازل الدولة عن حقها في أموال المكلف لمدة محددة خلال عمر النشاط المستهدف بالتشجيع، وعادة ما تكون في بداية النشاط.

2-3-2-نظام التخفيضات الجبائي:

ويعني ذلك إخضاع دافعي الضرائب لمعدلات ضريبية أقل من المعدلات السائدة، أو تخفيض القاعدة الضريبية مقابل الالتزام بشروط معينة.
وقد يلجأ قانون الضرائب إلى هذه التقنية لتخفيض العبء الضريبي، وبالتالي التأثير على قرار الاستثمار، وقد يأخذ التخفيض الضريبي شكل تخفيض في معدل الضريبة أو في القاعدة الضريبية، وقد يخضع دافع الضريبة لشروط معينة للاستفادة من ذلك التخفيض، وذلك تبعاً للسياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة، والتغيرات السياسية في البلاد، ومناخ الاستثمار، على أن يتم ذلك من خلال آليات قانون الضرائب.

3-التحفيزات الجبائية في إطار تطوير وتشجيع الاستثمار:

تضمن القانون رقم 09-16 المتعلق بتطوير الاستثمار والمراسيم التطبيقية له عدة مزايا جبائية وشبه جبائية لتشجيع وتطوير الاستثمار، نوضحها من خلال أنظمة الاستفادة التالية:

1-3 أنظمة الاستفادة من المزايا الجبائية:

تستفيد الاستثمارات من المزايا التي يوفرها هذا القانون حسب نظامين، وفقاً لموقع وأهمية الاستثمار.

1-1-3 النظام العام:

بالإضافة إلى الحوافز الضريبية وشبه الضريبية والجمركية حسب هذا النظام، وحسب كل مرحلة من الحوافز التالية:

-مرحلة الانجاز: تتمثل التحفيزات في:

-إعفاء السلع المستوردة التي لها علاقة مباشرة بتنفيذ الاستثمار من الرسوم الجمركية؛
-إعفاء السلع والخدمات المستوردة أو المنتجة محلياً والتي لها علاقة مباشرة بإنجاز الاستثمار من الرسم على القيمة المضافة؛

-الإعفاء من حقوق التسجيل والرسوم على الإعلانات العقارية ومبالغ الأصول الوطنية، بما في ذلك الامتيازات على الأصول العقارية المبنية وغير المبنية لتنفيذ المشاريع الاستثمارية؛

-تخفيض 90% من قيمة الإتاوة الإيجارية في العام المحددة من قبل إدارة أملاك الدولة خلال انجاز المشروع؛

-إعفاء الاملاك الداخلة في إطار الاستثمار من لرسم العقاري لمدة عشر (10) سنوات تبدأ من تاريخ تملكها؛

-إعفاء عقود تأسيس الشركات وزيادة رأس مال الشركات من حقوق التسجيل.

-مرحلة الاستغلال: يقوم المكلف بتقديم طلب إلى السلطات الضريبية لإعداد تقرير ينص على بدأ المستثمر مرحلة الاستغلال، وتقوم الإدارة الضريبية بمعاينة المشروع في مرحلة الاستغلال بتحرير محضر على ذلك، ويستفيد المستثمر من الحوافز التالية لمدة ثلاث (03) سنوات:

-الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛

-الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؛

-تخفيض 50% من قيمة الإتاوة الإيجارية في العام التي تحددها إدارة أملاك الدولة. تزيد فترة الاستفادة إلى خمس (05) سنوات عند إنشاء أكثر من مائة (100) منصب عمل دائم، خلال الفترة الممتدة من تاريخ تسجيل الاستثمار إلى نهاية السنة الأولى من مرحلة الاستغلال بالأكثر.

2-1-3 النظام الخاص:

الاستثمارات التي تتم في القطاعات التي تحدد قائمتها بالتنظيم، والتي تتعلق بمناطق الجنوب والهضاب العليا، وكذلك كل قطاع آخر، يتطلب تطويره مساهمات خاصة، تتحصل على الحوافز التالية:

-مرحلة انجاز الاستثمار: بالإضافة إلى مزايا النظام العام، فإنها تستفيد من:
-تتحمل الدولة كلياً أو جزئياً تكلفة أعمال البنية التحتية اللازمة لإنجاز المشروع، بعد تقييمها من طرف الوكالة؛

-تخفيض قيمة الإتاوة الإيجارية في العام التي تحددها ادارة أملاك الدولة.
-مرحلة استغلال الاستثمار: بعد معاينة المشروع في مرحلة الاستغلال بناء على التقرير الذي أعدته إدارة الضرائب وبناءً على طلب المكلف، فإن الاستثمار يستفيد لمدة عشر (10) سنوات من:

-الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات؛

-الإعفاء من الرسوم على الأنشطة المينية.

2-3 المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني:

ان الاستثمارات التي تشكل أهمية خاصة للاقتصاد الوطني، فإنها تستفيد من الحوافز الضريبية الاستثنائية التالية:

-تمديد فترة الاستفادة من منافع استغلال النظام العام لمدة قد تصل إلى عشر (10) سنوات؛

-الإعفاءات أو التخفيضات في الرسوم الجمركية والضريبية والرسوم والخصومات الأخرى ذات الطبيعة الضريبية، والإعانات والمساعدات أو المساعدات المالية، وكذلك جميع التسهيلات التي قد تُمنح فيما يخص بمرحلة الانجاز؛

-لمدة لا تفوق خمس (05) سنوات توفير إعفاءات أو تخفيضات، من الحقوق أو الضرائب أو الرسوم، بما في ذلك رسوم القيمة المضافة، المطبقة على أسعار السلع المصنعة التي تندرج في إطار الأنشطة الصناعية الناشئة.

4 - الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية:

يحتل مفهوم الميزة التنافسية مكانة كبيرة ومكانة مهمة في كل من مجالي الإدارة الاستراتيجية واقتصاد الأعمال، حيث أن الوصول على الميزة التنافسية وتطويرها يعد هدفاً

استراتيجياً تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيقه، ويمثل هذا العنصر الاستراتيجي المهم فرصة أساسية للمؤسسة لتحقيق الربحية المستدامة مقارنة بالمنافسين.

4-1- تعريف الميزة التنافسية:

لقد أعطى المفكرون والباحثون الاقتصاديون أهم التعاريف للميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية والتي نذكرها فيما يلي:

يرى "مايكل بورتر" "Michael Porter" أن الميزة التنافسية تنشأ عندما تكتشف المنظمة أساليب جديدة أكثر فعالية من تلك التي يستخدمها المنافسون، لأنها قادرة على جلب هذا الاكتشاف إلى شكل ملموس في الميدان، أو بمجرد خلق عملية إبداع بالمعنى الأوسع. (Michael porter, 2000, p. 8)

ويرى "جان جاك لامبين" "Jean jacques lambin" أن الميزة التنافسية هي مجموعة الميزات والخصائص التي يتمتع بها المنتج أو العلامة التجارية والتي تمنحه بعض التفوق أو التميز على المنافسين الحاليين. (jean jacques lambin, 1993, p. 209)

أما بالنسبة لـ "فيليب كوتلر" "Philip kotler" لقد عرّف الميزة التنافسية بأنها القدرة على أداء الأعمال بطريقة معينة أو مجموعة من الطرق الأخرى التي تجعل المؤسسات المنافسة غير قادرة على مواكبتها أو تقليدها في الأمد القريب أو المستقبل. (Philip kotler, 2004, p. 265)

وبناء على ما سبق نقول إن الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على التفوق والتميز، مما يجعلها فريدة بين المؤسسات الأخرى العاملة في الصناعة، ومن خلال هذا الاختلاف أو الميزة تستطيع المؤسسة أن تعزز مكانتها التنافسية وتزيد من حصتها السوقية، (حسن علي هامان، 2006، صفحة 653) كما أنها الميزة التي تميز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات المنافسة، من خلال تحقيق مكانة قوية تجاه الأطراف الأخرى.

4-2- أهمية الميزة التنافسية: تتمثل أهمية الميزة التنافسية في: (طاهر محسن منصور الغالبي و وائل محمد صصبيحي ادريس، 2021، صفحة 309)

-تمنح المؤسسة تفوقاً ومزايا نوعية وكمية على المنافسين، مما يسمح لها بتحقيق نتائج أداء أعلى؛

-تمكّن المنظمة من التفوق في الأداء أو في قيمة ما تقدمه للعملاء، أو كليهما؛

-تساهم في تنمية انطباعات العملاء والأشخاص الآخرين المرتبطين بالمنظمة بشكل إيجابي ويحفزهم على مواصلة العمل والتطوير.

-لأن الميزة التنافسية تعتمد على موارد المنظمة وقدراتها، فهي تعطي السرعة والديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة.

وتتجلى أهمية الميزة التنافسية في المقام الأول من خلال أنها تسمح للمنظمة بمواجهة منافسيها والحصول على ميزة عليهم في السوق.

-3-4 أنواع الميزة التنافسية:

يمكن تقسيم الميزة التنافسية، إلى نوعين أساسيين:

-1-3-4 الميزة التنافسية الداخلية:

تركز المنظمة على تفوقها وتميزها عن المنافسين من خلال التحكم في تكلفة تصنيع أو إدارة المنتج مما يضيف قيمة للمنتج بإعطائه سعر تكلفة منخفض مقارنة بالمنافسين، لذلك تلجأ المنظمة إلى تبني استراتيجية التحكم في التكلفة، فتحسين الإنتاجية يسمح لها بتحقيق إنتاجية أفضل وعوائد أكبر.

-2-3-4 الميزة التنافسية الخارجية:

في هذا النوع من الميزة التنافسية، تركز المنظمة على تمييز المنتج بناءً على العناصر التي توفر ميزة للمشتري: (jean jacques lambin, 1993, p. 270)

-تقليل تكاليف الاستخدام؛

-أو زيادة كفاءة الاستخدام.

وبشكل عام يمكن القول أن هناك نوعين من المزايا التنافسية المرتبطة بدورة القيمة في المؤسسة، وهما:

-**التكلفة المنخفضة:** تتمثل الميزة التنافسية المبنية على التكلفة المنخفضة في قدرة المؤسسة على تصميم وتصنيع وتسويق منتج أقل تكلفة من منافسيها، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أعلى للمؤسسة، وللوصول إلى هذه الميزة تجد المؤسسة نفسها مضطرة إلى فهم الأنشطة المختلفة التي تتم في المنظمة أو ما يسمى بسلسلة القيمة للمؤسسة؛

-**تمييز المنتج:** هو قدرة المؤسسة على تقديم منتج مميز وفريد من نوعه وذو قيمة عالية من وجهة نظر المستهلك (جودة عالية، خدمات ما بعد البيع...)، وحتى في سياق تمييز المنتج

يجب على المنظمة أيضاً أن تعمل على فهم أنشطة سلسلة القيمة لتحديد المصادر المحتملة لتمييز المنتج.

4-4- خصائص الميزة التنافسية:

وفقاً لـ "بورتير"، الميزة التنافسية تحتوي على عدة مميزات نذكرها فيما يلي:
(Michael porter, 2000, p. 14)

-إنها مبنية على الاختلاف وليس على التشابه: أي أن المؤسسة لا تستطيع أن تحصل على ميزة تنافسية عن طريق نسخ وتقليد المؤسسات الأخرى، بل يجب عليها أن تخلق خصائصها ومزاياها الخاصة بها مقارنة بالمؤسسات المنافسة؛

-يتم تأسيسها على المدى الطويل، لأنها تتعلق بفرصة مستقبلية؛

-عادة ما تكون مركزة جغرافياً؛

-نسبية أي أنها يتم تحقيقها بالمقارنة مع المنافسين وليست مطلقة؛ (إياد فاضل محمد التميمي و شاكور جار الله الخشالي، 2004، صفحة 169)

-تنشأ من داخل المؤسسة وتخلق قيمة لها.

لكي تكون الميزة التنافسية فعالة يجب توافر الشروط التالية: (1) 994G.Garibaldi, 1994, pp. 95, 96

-حاسمة أي أنها تعطي الأفضلية والتفوق على المنافس؛

-الاستمرارية أو الاستدامة: أي إمكانية استمرارها عبر الزمن؛

-إمكانية الدفاع: أي أنه من الصعب على المنافس تقليدها أو إلغاؤها.

إن هذه الشروط مجتمعة تضمن فاعلية الميزة التنافسية، حيث أن كل شرط يعتمد على الآخر، فشرط الحسم مرتبط بشرط الاستمرارية، وهذا الأخير مرتبط بشرط إمكانية الدفاع، فكيف يمكن للميزة التنافسية أن تستمر وهي هشّة وقابلة للإلغاء، وكيف يمكن أن تكون حاسمة ولا تدوم طويلاً.

4-5- أسس بناء الميزة التنافسية:

إن بناء الميزة التنافسية مشروط بتحقيق أربعة أسس أساسية، (شارلز و جاريت جونز، 2007، صفحة 196، 205) وهي:

-الكفاءة: تساعد الكفاءة المؤسسة على اكتساب ميزة تنافسية من خلال خفض التكاليف. ولعل أحد أهم مكونات الكفاءة هو إنتاجية العامل، والتي يتم قياسها من خلال إنتاج كل عامل، ولها تأثير كبير على خفض التكاليف مع زيادة عدد المخرجات؛

-الجودة: إن تأثير الجودة العالية على الميزة التنافسية يتجلى في زيادة قيمة المنتجات عالية الجودة في نظر المستهلكين، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار. ومن الأمثلة على ذلك شركة تويوتا اليابانية لصناعة السيارات. فبالإضافة إلى الإنتاجية العالية، فإنها تقدم جودة أعلى بتكلفة أقل من منافسيها في أوروبا والولايات المتحدة؛

-التجديد: يشير إلى كل ما هو جديد سواء كان متعلقاً بطريقة إدارة المؤسسة أو المنتجات التي تنتجها أو العمليات أو الهياكل التنظيمية أو استراتيجيات المؤسسة، كما يمكن أن يساهم في بناء ميزة تنافسية على المدى الطويل؛

-الاستجابة لاحتياجات العملاء: لتحقيق هذا العامل تحتاج المؤسسة إلى إيجاد القدرة على أداء وظائفها بشكل أفضل من منافسيها، في تحديد وتلبية احتياجات عملائها، مقابل جذب انتباه المستهلكين وإعطائهم قيمة أكبر لمنتجاتها، بهدف تحقيق الميزة التنافسية.

وخلاصة لما ذكرناه سابقاً فإن الشكل التالي يوضح لنا الركائز الأربع المذكورة أعلاه ومدى تأثيرها في زيادة القيمة من خلال خفض التكاليف وتمييز منتجات المؤسسة مقارنة بالمؤسسات المنافسة لها.

الشكل (02): تأثير كل من الكفاءة، الجودة، التجديد والاستجابة للعميل على تكلفة الوحدة والسعر



المصدر: (شارلز و جاريت جونز، 2007، صفحة 199).

ومن خلال هذا الشكل نرى العلاقة بين الركائز الأربعة المذكورة سابقاً وأثرها على انخفاض تكاليف الوحدة من جهة وارتفاع أسعار الوحدة من جهة أخرى.

5- مساهمة الحوافز الجبائية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة:

إن التشريعات التي يتضمنها النظام الضريبي في الجزائر والحوافز الضريبية المنصوص عليها في القوانين والتي تم التطرق إليها سابقاً تساهم في زيادة الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة من خلال تأثيرها على مؤشرات التنافسية، ويمكن توضيح ذلك من خلال عرض العناصر التالية: (يحي لخضر ، 2007 ، صفحة 88)

5-1- الحوافز الجبائية ومؤشر تكاليف التصنيع:

وتساهم سياسة الإعفاء الضريبي في تعزيز مؤشر تكلفة التصنيع من خلال تخفيف العبء الضريبي على مدخلات الإنتاج لتشجيع الاستثمار والإنتاج، وتخفيض العبء الجمركي على المواد الخام التي تحتاجها الصناعة، وكل هذه الأمور من شأنها أن تقلل من تكلفة التصنيع عندما تقوم المؤسسة بعملية التصدير، مما يزيد من قدرة المؤسسة التنافسية في الأسواق الداخلية والخارجية، وهو ما يجب أن ندعمه أيضاً بإعفاء الصادرات من كافة الضرائب والرسوم وإزالة الحواجز الإدارية.

5-2- الحوافز الجبائية ومؤشر الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج:

تعمل سياسة الإعفاءات الضريبية على دعم مؤشر إنتاجية عوامل الإنتاج الكلية من خلال تخفيف العبء الضريبي على عوامل الإنتاج، ورغم أنها في بعض الأحيان ضرائب يمكن تحملها أو استردادها إلا أن تأثيرها كبير مما يجعل المؤسسة في بعض الأحيان تتلقى ضرائب يمكن نقل عبئها أو استرداده، إلا أن تأثيرها كبير مما يجعل المؤسسة في بعض الأحيان تقترض لمواجهة هذه الضرائب، ولعل من أهم هذه الامتيازات إعفاء الشراء الذي تمنحه بعض الأنظمة الضريبية للمؤسسة في بداية النشاط أو أثناء عملية النشاط لبعض السلع والموارد.

وتؤثر سياسة الإعفاء الضريبي أيضاً على فعالية المؤسسة، وهذا يرجع إلى الدور الذي تلعبه المؤسسة في التنمية التنافسية، فهي مرتبطة بالتنمية بسبب تأثيرها على حوافز المتعاملين لاستخدام الأصول والموارد الاقتصادية.

5--3 الحوافز الجبائية ومؤشر حصة السوق:

التحكم بالمؤشرين الأخيرين من طرف المؤسسة (مؤشر تكاليف التصنيع ومؤشر الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج)، يمكنها من زيادة حصتها في السوق في ظل استقرار العوامل الأخرى. وهنا يجب التمييز بين نوعين من الأسواق: السوق المحلية والسوق الدولية. يمكن للمؤسسة أن تكون رائدة في السوق المحلية دون أن تكون قادرة على المنافسة دولياً. ويرجع

هذا إلى الاختلافات في تكاليف الإنتاج من ناحية والسياسات والحوافز التي تضعها البلدان لحماية السوق المحلية من ناحية أخرى.

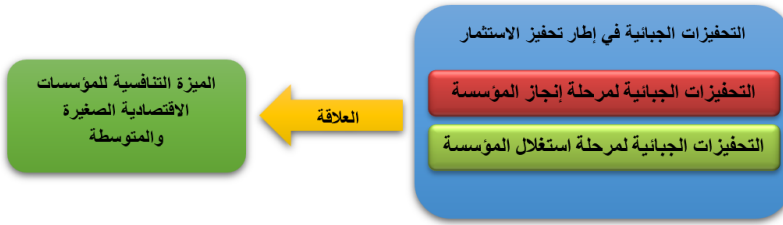
4-5- الحوافز الجبائية ومؤشر الربحية:

تسهم العديد من الإعفاءات والامتيازات الضريبية في تحسين مؤشر الربحية، لأن هذه الإعفاءات والامتيازات تسمح للمؤسسة بتخفيض أو عدم دفع الضريبة المستحقة من جهة وزيادة صافي الربح من جهة أخرى.

66-دراسة احصائية لأثر التحفيز الجبائية في اطار تشجيع الاستثمار على الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية الجزائر:

وفي دراستنا لمعالجة مشكلة البحث، اعتمدنا على النموذج الملخص في الشكل التالي:

الشكل (03): النموذج الرئيسي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

من الشكل السابق، يتضح لنا أن نموذج الدراسة يتضمن المتغيرات التالية:

- متغير التحفيز الجبائية في إطار تشجيع الاستثمار؛
- متغير التحفيز الجبائية لمرحلة إنجاز المؤسسة؛
- متغير التحفيز الجبائية لمرحلة استغلال المؤسسة؛
- متغير الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وهذا يعني أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستخدم الحوافز الضريبية لتعزيز ميزتها التنافسية بشكل أكبر.

ومن النموذج السابق يجب علينا تحديد اسم المتغير ونوعه حتى نتمكن من استخدامهما في برنامج معالجة بيانات الاستبيان.

الجدول (01): متغيرات الدراسة ونماذجها وطبيعتها

النوع	الترميز	التسمية باللغة الأجنبية	المتغيرات	
مفسر	<i>I_f_s_i</i>	<i>Incitatifs fiscaux dans le cadre de la stimulation des investissements</i>	التحفيزات الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار	النموذج الأول
تابع	<i>A_c_pme</i>	<i>Avantage compétitif pour les petites et moyennes entreprises</i>	الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	
مفسر	<i>I_f_a_e</i>	<i>Inciations fiscales pour la phase d'achèvement de l'établissement</i>	التحفيزات الجبائية لمرحلة إنجاز المؤسسة	النموذج الثاني
تابع	<i>A_c_pme</i>	<i>Avantage compétitif pour les petites et moyennes entreprises</i>	الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	
مفسر	<i>I_f_ex_e</i>	<i>Inciations fiscales pour le stade d'exploitation de l'institution</i>	التحفيزات الجبائية لمرحلة استغلال المؤسسة	النموذج الثالث
تابع	<i>A_c_pme</i>	<i>Avantage compétitif pour les petites et moyennes entreprises</i>	متغير الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	

المصدر: من إعداد الباحثين.

ومن الواضح من الجدول السابق أن لدينا ثلاثة نماذج على النحو التالي:

-النموذج الأول لمعالجة الفرضية الرئيسية وصيغته كما يلي:

$$A_c_pme=f(I_f_s_i)$$

-النموذج الثاني لمعالجة الفرضية الفرعية الأولى وصيغته كما يلي:

$$A_c_pme=f(I_f_a_e)$$

-النموذج الثالث لمعالجة الفرضية الفرعية الثانية وصيغته كما يلي:

$$A_c_pme=f(I_f_ex_e)$$

ولتقدير علاقات النماذج الثلاثة الاخيرة اعتمد البحث على استبانة مكونة من ثلاثة محاور رئيسية تحتوي على 16 عبارة لجمع المعلومات ودراسة متغيرات الدراسة:

-المحور الأول: معلومات حول نوع القائمين عليها؛

- المحور الثاني: التحفيزات الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار؛

- المحور الثالث: الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المحور الأول: يتكون من عبارة واحدة، من اجل الاختيار من بين فئتين من القائمين على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المحور الثاني: ويتكون من 10 عبارات، تنقسم الى 5 عبارات حول التحفيزات الجبائية لمرحلة انجاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومثلها أخرى حول التحفيزات الجبائية لمرحلة الاستغلال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المحور الثالث: يتكون أيضا من 05 عبارات تمس مختلف اركان الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وقد تم استخدام الحزمة الإحصائية "SPSS27"، لكي نتمكن من الحساب والتحليل والتعليق على نتائج الاستبيان.

ان عبارات محاور الاستبيان ادرجت حسب مقياس "ليكارت" الخماسي كما يلي:

الجدول (02): درجات القياس والتوافق لدراسة مخرجات الاستبيان

درجة القياس	الوسيط الحسابي	المدى=5-1=4	درجة التوافق
01	1.80-1.00	عدد درجات القياس=5 $0.80 = \frac{5}{4}$	غير موافق بشدة
02	2.60-1.81		غير موافق
03	3.40-2.61		محايد
04	4.20-3.41		موافق
05	5.00-4.21		موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين.

يمثل مجتمع الدراسة جميع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة على مستوى ولاية الجزائر، وقد تم توزيع 75 استبياناً بطريقة عشوائية على مجموعة من هذه المؤسسات، وذلك لاستطلاع رأي القائمين عليها بغض النظر عن فئات مالكيها أو مديريها، ومدى تأثر مؤسساتها بالحوافز الضريبية التي تقدمها الدولة لبلوغ الميزة التنافسية، والجدول التالي يوضح الجانب الإحصائي لعدد الاستبيانات الموزعة:

الجدول (03): احصائيات استمارات الاستبيان بالعدد وبالنسبة المئوية

الموزعة	75	100%	المسترجعة	67	89.33%	المعتمدة	65	97.01%
غير مسترجعة	08	10.67%	الملغاة	02	02.99%			

المصدر: من إعداد الباحثين.

ومن الجدول السابق يتبين لنا أن عدد الاستثمارات التي قمنا بتوزيعها هي 75 استبانة، ولقد تم اعتماد 65 استبانة باستثناء الاستثمارات غير المسترجعة والاستثمارات الملغاة والتي بلغ مجموعها 10 استثمارات، وبذلك تكون الاستثمارات المعتمدة نسبة الاستثمارات المسترجعة بلغت 97.01%.

ولكي يطلق على استبيان ما أنه ذو موثوقية مقبولة، فلا بد أن يتمتع بصلاحيّة واضحة، ولا بد من عرضه على محكمين لدراسته، وبدء الراي حول ما يجب تعديله أو إزالته، وذلك باستخدام كافة الأدوات العلمية المتاحة، والدليل على ذلك معامل "ألفا كرونباخ"، بحساب قيمته، فكلما كانت قيمته كبيرة، كلما كانت صلاحية الاستبيان وموثوقيته مقبولة.

الجدول (04): قيمة معامل "ألفا كرونباخ" لاستبيان الدراسة

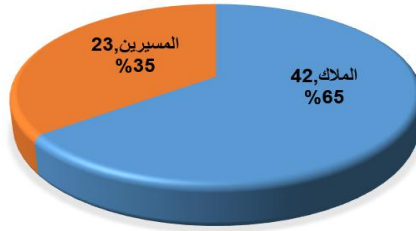
عدد استثمارات الاستبيان	قيمة معامل "ألفا كرونباخ"
65	0.923 = 92.3%

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام الحزمة الإحصائية "SPSS 27".

إن قيمة معامل "ألفا كرونباخ" مرتفعة جداً (0.923 أو 92.3%) مما يدل على ثبات وصلاحية استبيان الدراسة.

وكما يوضح الشكل التالي فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر تختلف حسب نوع الأشخاص المسؤولين عن إدارتها:

الشكل (04): تقسيمات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة ففي الجزائر العاصمة حسب نوع القائمين عليها



المصدر: من اعداد الباحثين بالاستعانة بحزمة "Excel".

من الشكل السابق يتبين لنا جليا أن أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية الجزائر العاصمة يفضلون إدارة مؤسساتهم بأنفسهم، ويتجلى ذلك في عدد الملاك الذين يديرون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فمن بين 65 مؤسسة صغيرة ومتوسطة ناشطة في الجزائر العاصمة، هناك 42 مؤسسة يديرها أصحابها، أي بنسبة 65%، وذلك على النقيض من المؤسسات التي تعتمد على العمال في إدارة مؤسساتهم، حيث كانت 23 مؤسسة من أصل 65 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، أي بنسبة 35%، ويمكننا أن نعزو هذا الانقسام أساسا إلى ميل الملاك إلى إدارة مؤسساتهم لعدة أسباب، أهمها تعتبر مؤسساتهم هي وظيفتهم وعملهم ومصدر دخلهم، وبالتالي فهم يديرونها بأنفسهم.

الجدول (05): قيمة الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحاور استبيان الدراسة

المحاور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التوافق
01 المحور الثاني: التحفيز الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار	3,56670	2,00059	4
02 المحور الثالث: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	4,01203	0,96431	4

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام الحزمة الإحصائية "SPSS 27".

من الجدول السابق نستنتج ان إجابات كلا المحورين (الثاني والثالث)، تميل الى الإجابة بموافق هذا ما تعكسه قيمة درجة التوافق (4)، هذه الدرجة التي تم تحديدها بقيمة الوسط الحسابي لكلا المحورين (3,56670، 4,01203) التي تنتمي الى الفئة الرابعة (مرتفعة: 3.41-4.20) ما يقابلها موافق. هذا ما يعني ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة استفادت من التحفيز الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار في كلتا المرحلتين الإنجاز والاستغلال، وتعد هذه المؤسسات ذات تنافسية عالية.

ومن خلال بحثنا تم تحديد ثلاث فرضيات لاختبارها، وتعتبر الفرضية الأولى هي الفرضية الرئيسية التي يركز عليها

البحث بأكمله، وحتى نتمكن من اختبار هذه الفرضيات كان علينا تقدير وتحديد العلاقة الموجودة بين النموذج الثلاثة التي ذكرناها سابقا، وكانت نتائج اختبار الفرضيات على النحو التالي:

-الفرضية الرئيسية:

ان الفرضية الرئيسية للبحث هي: "ان العلاقة بين كل من التحفيزات الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار والميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة هي علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية مقبولة".

وبالتالي نحن امام اختبار فرضيتين، بإسقاط الفرضية الرئيسية للبحث على الدراسة الميدانية، وهما:

-**فرضية العدم (H_0):** لا توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة؛

-**الفرضية البديلة (H_1):** توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة.

وكانت نتائج تقدير النموذج الأول على النحو التالي:

الجدول (06): نتائج تقدير النموذج الأول

	A_c_pme					
	t	df	Sig.	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 90 %	
					Inférieur	Supérieur
<i>l_f_s_i</i>	83,390	64	,0000	77,49343	70,00256	79,42001

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام الحزمة الإحصائية "SPSS 27".

من خلال نتائج تقدير النموذج الأول، نقوم باختبار الفرضية الرئيسية للبحث كما يلي:

اننا نرفض فرضية العدم (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، لان قيمة (Sig) لمعلمة المتغير (l_f_s_i) أصغر من 10%، وبالتالي معلمة المتغير (l_f_s_i) تختلف معنويًا عن الصفر، أي انه توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في إطار تحفيز الاستثمار مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة.

-الفرضية الفرعية الاولى:

ان الفرضية الفرعية الاولى هي: "ان العلاقة بين التحفيزات الجبائية لمرحلة إنجاز والميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة موجبة وذات دلالة احصائية مقبولة".

من الفرضية الفرعية الأولى نصيغ الفرضيتين التاليتين:

-**فرضية العدم (H_0):** لا توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في مرحلة الإنجاز مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة؛

-**الفرضية البديلة (H_1):** توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في مرحلة الإنجاز مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة.

وننتج تقدير النموذج الثاني هي كما يلي:

الجدول (07): نتائج تقدير النموذج الثاني

	A_c_pme					
	t	df	Sig.	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 90 %	
					Inférieur	Supérieur
l_f_a_e	60,852	64	,0010	53,00022	50,21545	54,87561

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام الحزمة الإحصائية "SPSS 27".

من خلال الجدول السابق:

نرفض فرضية العدم (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، لان قيمة (Sig) لمعلمة المتغير (I_f_a_e) أصغر من 10%، وبالتالي معلمة المتغير (I_f_a_e) تختلف معنويًا عن الصفر، أي انه توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في مرحلة الإنجاز مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة.

-الفرضية الفرعية الثانية:

ان الفرضية الفرعية الثانية هي: "ان العلاقة بين التحفيزات الجبائية لمرحلة الاستغلال والميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة موجبة وذات دلالة احصائية مقبولة".

من الفرضية الفرعية الثانية نصيغ الفرضيتين التاليتين:

-فرضية العدم (H_0): لا توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في مرحلة الاستغلال مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة؛

-الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في مرحلة الاستغلال مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة.

وكانت نتائج تقدير النموذج الثالث على النحو التالي:

الجدول (08): نتائج تقدير النموذج الثالث

	A_c_pme					
	t	df	Sig.	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 90 %	
					Inférieur	Supérieur
I_f_ex_e	10,002	64	,2033	25,11111	30,00011	41,20257

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام الحزمة الإحصائية "SPSS 27".

من الجدول السابق:

نقبل فرضية العدم (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)، لان قيمة (Sig) لمعلمة المتغير (I_f_e_x_e) أكبر من 10%، وبالتالي معلمة المتغير (I_f_a_e) لا تختلف معنويًا عن الصفر، أي انه لا توجد علاقة موجبة للتحفيزات الجبائية في مرحلة الاستغلال مع الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة الناشطة في الجزائر العاصمة.

7-خاتمة:

لقد تم من خلال بحثنا الاشارة إلى أن الجزائر أبدت اهتمامها بتطوير وتشجيع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال منح هذه المؤسسات مجموعة من الحوافز الضريبية في مراحل الإنجاز والاستغلال من أجل استمرارية نشاطها، والتي تضمنها قانون الاستثمار لسنة 2016 التي تساهم في زيادة ودعم الميزة التنافسية لهذه المؤسسات، حتى تتمكن من مواجهة التحديات المفروضة عليها وشدة المنافسة.

وتتضح آلية عمل هذه الحوافز الضريبية في زيادة وتعزيز الميزة التنافسية لهذه المؤسسات من خلال دعم وتحسين مؤشرات قدرتها التنافسية، حيث تساهم في تحسين مؤشر تكلفة التصنيع، من خلال تخفيض العبء الضريبي على مدخلات الإنتاج لتشجيع الاستثمار والإنتاج كما يساهم في تحسين مؤشر الإنتاجية. ومساهمتها في دعم مؤشرات الحصة السوقية والربحية من خلال خفض إجمالي عوامل الإنتاج عن طريق خفض العبء الضريبي على عوامل الإنتاج المرتبطة، وخفض تكلفة تصنيع المنتج مما يؤدي إلى ارتفاع صافي الأرباح لهذه المؤسسات.

ومن خلال دراسة ميدانية قمنا بها على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة على مستوى ولاية الجزائر، نستنتج أن هناك علاقة تأثير بين الحوافز الضريبية وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات عينة الدراسة.

8-المراجع:

G.Garibaldi. (1994). Stratégie concurrentiel: choisir pour gagner. France: Librairie Eyrolles.

jean jacques lambin. (1993). le marketing stratégique, fondements, méthodes et applications. Paris: Edi science international.

Michael porter. (2000). L'avantage concurrentiel. Paris: Dunod.

Philip kotler. (2004). Marketing managment . Paris: pearson education.

اياد فاضل محمد التميمي, & شاكرا جار الله الخشالي. (2004, اكتوبر 31). السلوك الإبداعي و أثره على الميزة التنافسية : دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية الأردنية. مقال في مجلة البصائر. الاردن: جامعة البترا الخاصة.

حسن علي هامان. (2006). الموارد البشرية كمدخل للميزة التنافسية. مقال من كتاب التحديات المعاصرة للإدارة العربية. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية.

شارلز, & جاريت جونز. (2007). الادارة الاستراتيجية مدخل متكامل. الرياض السعودية: دار المريخ للنشر والتوزيع.

صالح عبد العزيز. (2005). حوافز الاستثمارات وفقا لحدث التشريعات الاقتصادية. مصر: دار النهضة العربية. طارق الحاج. (2009). المالية العامة. الاردن: دار الصفا.

طاهر محسن منصور الغالبي, & وائل محمد صصبيحي ادريس. (2021). الادارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل. الاردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

عبد المجيد قدي. (2005). المدخل الى السياسات الاقتصادية الكلية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

ياسين قاسي. (2005). التنافسية الجبائية وتأثيرها على تنافسية الدول. رسالة ماجستير في العلوم التجارية. الجزائر: جامعة البليدة.

يحي لخضر . (2007). دور الامتيازات الضريبية في دعم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة المطاحن الكبرى الجنوب -بسكرة للفترة 2003-2005. رسالة ماجستير. الجزائر: جامعة المسيلة.