

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

The impact of media of tax legislation on public revenues

محمد غريبي

علي غريبي*

جامعة الأغواط

مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة جامعة الأغواط

ghribi.mouhamed03@gmail.com

a.ghribi@crsic.dz

تاريخ إرسال المقال: 2022/06/05 تاريخ قبول المقال: 2022/08/08 تاريخ نشر المقال: 2022/09/15

الملخص:

يتناول هذا المقال دور الإعلام بالتشريع الضريبي الذي يؤثر بصورة كبيرة على الإيرادات العامة للدولة، فهو يساهم في تعزيز الثقة بين المكلف بالضريبة من جهة والإدارة الضريبية من جهة أخرى، والذي بدوره يؤدي إلى زيادة الإيرادات العامة للدولة، وفي المقابل غياب هذا النوع من الإعلام يؤدي إلى وجود فجوة بين الطرفين وبالتالي يؤثر سلبا على الإيرادات العامة للدولة.

فحاولنا بيان هذا الموضوع من خلال التعرض إلى مفهوم الإعلام بالتشريع الضريبي وبيان وسائله سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية أو الإلكترونية مبرزين كيف يساهم الإعلام في كسب ثقة المكلف سواء أثناء التأسيس أو التحصيل من خلال الضمانات الممنوحة له، كما تطرقنا إلى أثر غياب هذا النوع من الإعلام على الإيرادات العامة وذلك من خلال تناول الأسباب المؤدية إلى هذا الغياب من نقص الكفاءة إلى كثرة التعديلات، ثم بينا النتائج السلبية لهذا الغياب والمتمثلة في ظاهرتي الغش والتهرب الضريبي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام؛ التشريع الضريبي؛ المكلف بالضريبة؛ الإدارة الضريبية؛ الإيرادات العامة.

Abstract:

We have chosen this article because of media role with tax legislation, which largely affects the public revenues of the stat, it contributes in enhancing the assurance between taxpayer and taxable administration in different side, which leads to increase the public revenue of the state. Conversely the absence of this kind of media, which leads to an existent gab between both sides that is to say, it affects negatively the public or general revenue of the state.

We have tried to spot this situation by expressing the meaning of media in tax legislation and its tools either written, audiovisual or electronic, and showing how media contributes in gaining taxpayer trust either during intituling or collecting the earned guaranties. In addition, we have tackled the impact of this type of media absence on the public revenues by gathering

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

the reasons that led to this absence from the lack of competence into frequent adjustments .Then we presented the negative reasons of this absence such as deception and tax evasion.

Key words: Media, tax legislation, taxpayer, public revenue, taxable administration.

المقدمة:

تلعب الضريبة دورا هاما لا يمكن إغفاله كإحدى أهم موارد الخزينة العمومية فهي مساهم فعال في الأعباء العامة للدولة لذلك أحاطها المشرع بترسانة من القوانين، هذه القوانين التي تحتاج إلى شرح وتفسير ولا يتأتى ذلك إلا بواسطة إعلام ضريبي تقوم به الإدارة الضريبية يكون على قدر من المسؤولية إزاء هذه العملية، والغرض من هذا الإعلام بالدرجة الأولى هو زيادة الوعي لدى الجمهور بصفة عامة والمكلفين بصورة خاصة حول أهمية الضريبة في السياسة المالية للدولة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يساهم في تعزيز الثقة بين الإدارة الضريبية والمكلف بالضريبة الذي يعتبر الممول المالي في هذه العلاقة، ويهم الإدارة الضريبية التي تسعى من خلال تطبيق نصوص القانون الضريبي للحفاظ على مصلحة الخزينة العمومية التي تقوم على الإيرادات المتأتية من الجباية.

إن سعي الإدارة الضريبية إلى تحسين معاملتها مع المكلف بالضريبة من خلال شرح هذا التشريع من أجل بيانه للمكلف ليعرف حقوقه وواجباته، فقد أصبح هذا الأمر ضرورة حتمية على الإدارة الضريبية أن تأخذه بعين الاعتبار، حتى لا يحدث أي تصادم بينهما، سواء بمنازعته لها أو تهربه منها، أو اللجوء إلى أو قيام المكلف بفك هذه الرابطة بواسطة توقفه عن ممارسة أي نشاط.

إن فكرة تعزيز الثقة بين الإدارة الضريبية والمكلف يجب أن تسعى الإدارة جاهدة إلى تحقيقها، ولا يمكن أن تتحقق إلا بوجود علاقة يسودها الوضوح والشفافية التي يمكن من خلالها عرض القوانين والأنظمة والتعليمات الضريبية على المكلفين وذلك من شأنه أن يؤدي إلى زيادة قدرتهم في معرفة مقدار الضريبة المفروضة على دخولهم، من أجل القضاء على أي نوع من الغموض الذي قد يسود هذه العلاقة والذي قد ينجر عنه فساد إداري، قد يؤدي إلى تغيير نظرة المكلف بالضريبة إلى هذه الإدارة، وبالتالي فقدان الثقة فيها، والذي تكون نتائجه سلبية على الإيرادات العامة، هذا يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية: ما هو أثر غياب الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة؟ لذلك سوف نحاول من خلال مقالنا هذا بيان الدور المهم للإعلام بالتشريع الضريبي في تحقيق الثقة المتبادلة بين الطرفين وتعزيزها وانعكاساته على مداخل الدولة، مبرزين الآثار السلبية لغياب المعرفة القانونية على هذه الإيرادات.

المبحث الأول: أثر وجود الاعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

يتوجب على الدولة ممثلة في الإدارة الضريبية خلال أدائها لمهامها أثناء عملية

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

التحصيل، كسب ثقة المكلف بالضريبة، باعتباره مساهما في زيادة إيرادات الدولة لذلك يقع على عاتقها عملية تثقيفه وتوعيته بضرورة تصريحه الحقيقي، ولا يتأتى ذلك إلا بإعلامه بما له من حقوق وما عليه من واجبات أثناء التحصيل.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام بالتشريع الضريبي

عندما نتصفح الكتب لا نجد تعريفا للإعلام بالتشريع الضريبي في القانون أو الفقه بل هو مصطلح يستنتج من خلال العمليات التي تقوم بها الإدارة.

الفرع الأول: تعريف الإعلام بالتشريع الضريبي

إن هذا التعريف يحمل ثلاثة مصطلحات هي الإعلام، التشريع، والضريبة.

أولا: تعريف الإعلام: إن لهذا المصطلح معنيين واحد لغوي و الثاني اصطلاحا.

1-الإعلام لغة: أَعْلَمَ فَلَانًا الْخَبَرَ أَي أَخْبَرَهُ بِهِ. أَعْلِمَ الْأَمْرَ أَعْلِمَ بِالْأَمْرِ، أُطْعِمَ عَلَيْهِ

اعْتَلِمَ الشَّيْءَ أَي عِلِمَهُ اسْتَعْلَمَهُ الْخَبَرَ، والعلم هو جَمْعُ عُلُومٍ وَإِدْرَاكُ الشَّيْءِ بِحَقِيقَتِهِ¹.

2-الإعلام اصطلاحا: الإعلام INFORMATION هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي².

والإعلام يشير إلى جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع أنواع الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة من القضايا والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحديد، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والإحاطة الشاملة لدى الفئات الجمهور المثقفين للمادة الإعلامية بجميع الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات³.

ثانيا: التشريع : للتشريع مدلولات ثلاثة؛ فالمدلول الضيق ينحصر على ذات العمل الذي يقوم به المقنن، فيعرف التشريع هنا بأنه "سن القواعد القانونية بواسطة السلطة المختصة بذلك"، والمدلول الواسع فيشمل نتيجة عمل المقنن، ويعرف التشريع هنا بأنه "مجموعة القواعد التي تصدر عن السلطة التشريعية و يشتق اسمه منها".

أما المدلول الأوسع، فيشمل ما صدر عن غير ما يسمى السلطة التشريعية ويعرف التشريع هنا بأنه "كل نص قانوني مكتوب يصدر عن السلطات التي تملك حق إصداره، وبهذا المعنى فهو يتضمن حتى النصوص التي تصدر عن السلطة التنفيذية، وتسمى لأجل ذلك سلطة تنظيمية⁴.

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

ثالثا: الضريبة: للضريبة تعريف لغوي وآخر اصطلاحى، فيقصد بها لغة، صفة على وزن فعيلة من الاسم ضريبة، المشتق من الفعل ضرب الذي يعني الإيجاب⁵، أما اصطلاحا، فلقد تعددت التعريفات وذلك لاختلاف وجهات النظر لدى الفقه:

فمن وجهة نظر النظريات القديمة تعتبر "ثمن خدمة مقدمة من طرف الدولة، أو علاوة تأمين مقدمة من طرف الأشخاص من أجل ممارسة حقوقهم⁶.

و كأحدث التعريفات نجد أن" رفعت محبوب يرى أنها اقتطاع مالي تقوم به الدولة عن طريق الجبر، من ثروة الأشخاص الآخرين، ودون مقابل لدفعها، وذلك لغرض تحقيق النفع العام⁷.

ومما سبق يتضح أن الضريبة هي التزام مالي للمواطنين اتجاه الدولة ويلتزم الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، بأدائها لهذه الأخيرة بصفة نهائية وبدون مقابل خاص ومباشر وذلك تمكينا لها للقيام بوظائفها الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية، بهدف تحقيق المنفعة العامة.

بعد أن عرفنا مفهوم كل من الإعلام والتشريع والضريبة، يمكننا دمج هذه المفاهيم للخروج بتعريف الإعلام بالتشريع الضريبي على أنه" تلك العملية الإعلامية التي تستهدف إطلاع المكلفين بكافة المعلومات التي تنظم علاقة الإدارة الضريبية بالمكلف بالضريبة".

الفرع الثاني: طرق الإعلام بالتشريع الضريبي

تتعدد طرق الإعلام بالتشريع الضريبي التي يمكن أن تنتهجها الإدارة الضريبية في سبيل إيصال المعلومات للمكلفين بالضريبة منها:

أولا: الوسائل المكتوبة: تعتبر هذه الوسيلة من أقدم الوسائل في الوقت الحاضر تمتاز بإمكانية حفظها ونقلها بسهولة⁸. ولقد قامت المديرية العامة للضرائب في مجال الوسائل المكتوبة بتوزيع منشورات ومطويات من خلال الأبواب المفتوحة بالإضافة إلى إجبارية منح دليل ميثاق المكلفين بالضريبة، وكذلك كتيبات الدليل حول كل نوع من أنواع الضرائب، بالإضافة إلى المقالات المنشورة في الصحف.

ولكن ما يعاب على هذه الوسيلة هي مخاطبتها طائفة معينة من المكلفين بالضريبة الذين يتقنون القراءة فقط، وتهمل الجانب الآخر من المكلفين الذين لا يجيدون القراءة.

ثانيا: الوسائل السمعية: تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الإعلام السمعي، إذ يعرفها عبد الحافظ سلامة "بأنها الانتشار المنظم المقصود، بواسطة المذيع لمواد إخبارية" ويؤكد على أن المادة المذاعة من نفس المجتمع بمختلف النظم الاجتماعية والدينية والنشرات الإخبارية الخاصة بذلك، المجتمع بحيث يكون هناك تأثير وتأثر بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة و التي تبث في آن واحد وتلتقط من طرف

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

المستمعين⁹ لذلك يمكن لدولة ممثلة في إدارة الضرائب من الاستعانة بهذه الوسيلة في شرح وتفسير التشريع الضريبي من خلال استضافة موظفين مؤهلين أو خبراء في الجباية بصفة يومية أو أسبوعية أو حتى شهرية للوقوف على كل ما قد يثور من غموض حول النصوص القانونية في مجال الضريبة.

ولكن ما لمسناه من خلال تتبعنا لهذه الوسيلة السمعية، وسؤالنا لبعض القائمين على هذا القطاع، وجدنا أنه لا توجد برامج في هذا المجال وذلك عائد إلى: عزوف الناس عن الاستماع للإذاعة في الوقت الراهن، بسبب تعدد الوسائل الإعلامية بالإضافة إلى غياب الكفاءة التي يمكن استضافتها لشرح مثل هذا النوع من التشريعات، ناهيك عن عدم اهتمام الإدارة الضريبية بهذه الوسيلة في إعلام المكلفين مكثفياً بوسائلها على مستوى مديرياتها ومواقعها الإلكترونية.

ثالثاً: الوسائل المرئية: يأتي في مقدمتها التلفاز الذي يعتبر من بين وسائل الإعلام الجماهيرية التي استفادت من ثورة التكنولوجيا في ميدان الاتصال والإعلام وذلك لما لهذه الوسيلة من قدرة على التأثير والتغيير للمواقف والاتجاهات، لما تتفرد به من قدرة على الاستحواذ على قطاع واسع من الجمهور، إذ لم يعد يخلو أي بيت في العالم من هذا الجهاز، بحيث أصبح من الأولويات والضروريات، لذلك كان لابد على الدولة أن تستغل هذه الوسيلة للترويج إلى أهمية الضرائب من خلال شرح التشريع الضريبي وذلك بواسطة تخصيص برامج وحصص مهمتها شرح وتوضيح أيّ لبس في التشريع الضريبي للجمهور بصفة عامة والمكلفين بصفة خاصة، ومن خلال تتبعنا للتلفزيون الوطني والخاص نلاحظ غياب مثل هذه البرامج والسبب مجهول بالرغم من الأهمية التي يلعبها هذا النوع من الإعلام في تغيير نظرة المكلف للإدارة الضريبية، من خلال إرساء روح المواطنة المتمثلة في المساهمة في الأعباء العامة.

رابعاً: الإعلام الإلكتروني: يمكن تعريف الإعلام الإلكتروني ELECTRONIC MEDIA بأنه نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف ويتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت¹⁰.

والإعلام الإلكتروني مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإنترنت، وسنحاول إبراز أهم وسائل هذا الإعلام:

1- المواقع الإلكترونية: عرفه عبد الله عمر خليل بأنه "مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الإنترنت، وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما أنه يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم"¹¹.

وفي هذا الإطار قامت المديرية العامة للضرائب بإنشاء موقع إلكتروني في 2007

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

يحتوي على جميع المعلومات التي يحتاجها المكلف بالضريبة، حيث نجد فيه أيّ جديد قد يطرأ على مستوى الضرائب، كما يقدم الموقع خدمات عديدة منها: الأخبار المتعلقة بوزارة المالية، و كل ما يتعلق بالتشريع الجبائي¹² من اتفاقيات جبائية قوانين مالية، النصوص التنظيمية الجبائية، مناشير أو تعليمات، كذلك نلاحظ على الموقع الوثائق الجبائية التي تحوي المواثيق، أخلاقيات المهنة، الدلائل الجبائية الكتيبات الجبائية، النشرات الإخبارية الجبائية، رسائل المديرية العامة للضرائب ضرائبكم، مستجدات الضرائب، نشرات إعلامية.

بالإضافة إلى الإعلام والصحافة التي تحتوي على كل البلاغات الصحفية والمقالات وحتى فيديوهات. كما يوجد داخل الصفحة محرك بحث يتولى أيّ تساؤل في مجال الضريبة. ما يأخذ على هذه الوسيلة في الإعلام الضريبي: مخاطبتها طائفة معينة من المكلفين بالضريبة الذين يحسنون استعمال الإنترنت. وعدم توفر الإنترنت عند كافة المكلفين بالضريبة. وكذلك نقص تدفق الإنترنت في الدول السائرة في طريق النمو.

2- مواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع مستخدمين ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صدقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين¹³.

تعتبر مثل هذه المواقع مجالا خصبا لتداول المعلومات والتواصل بين الأفراد، وهناك عدة صفحات مثل: منتدى عمال المالية، منتدى الجبائية في الجزائر... إلخ، حيث تحاول هذه الصفحات إيصال المعلومة للجمهور فيما يتعلق بالتشريع الضريبي من حيث الضرائب المفروضة والإجراءات الجبائية وهي وسيلة فعّالة إلا أنه يعاب عليها:

- الاهتمام بطائفة معينة من المكلفين الذين يملكون حسابات على هذه المواقع.
- ليس كل ما يتداول عليها فيها يمكن الاعتماد عليه كونها مواقع غير رسمية.

المطلب الثاني : أثر الإعلام بالتشريع الضريبي في زيادة الإيرادات العامة

إن عملية زيادة الإيرادات العامة تقتضي من الإدارة الضريبية أن تسعى إلى تعزيز ثقة المكلف بها، حتى يقوم هذا الأخير بتقديم تصريحات صحيحة دون أي تدليس منه، هذا من جهة ومن جهة أخرى على إدارة الضرائب أن تقوم بعملية التحصيل بصورة قانونية وفق الآجال المقررة لهذه العملية.

الفرع الأول: كسب ثقة المكلف في تأسيس الضريبة

تعتبر مرحلة تأسيس الوعاء من أهم مراحل نشأة الضريبة، لما تثيره من مسألة العدالة الضريبية بين المكلف من جهة ومصالح الخزينة من جهة أخرى. ويعرف على أنه الموضوع الذي تفرض عليه

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

الضريبة، أو المادة التي تفرض عليها¹⁴، لذلك يجب على الإدارة لكسب ثقة المكلف مراعاة ظروفه عند تقديرها للوعاء لذلك فإن عملية تحديد (تقدير) المادة الخاضعة للضريبة يقوم على عمليتين أساسيتين هما:

أولاً: التحديد الكيفي للمادة الخاضعة للضريبة: إن الاتجاه الحديث في المالية العامة هو الأخذ بعين الاعتبار الظروف الشخصية للمكلف بالضريبة عند فرض الضريبة¹⁵. هذا الاتجاه الذي يأخذ بعين الاعتبار ظروف المكلف يساهم في تحسين العلاقة بينه وبين الإدارة الضريبية حيث تفرض الضريبة وفقاً للمقدرة التكاليفية للمكلف بالضريبة على أساس أن أمواله أو نشاطه ليس إلا كاشفين عن وضعه¹⁶ ويقصد بذلك قدرته على تحمل الأعباء.

ثانياً: التحديد الكمي للمادة الخاضعة للضريبة: إن أهم عنصر من عناصر العمل الضريبي هي تقدير الوعاء تقديراً صحيحاً، لأن أي زيادة في التقدير يؤدي إلى زيادة في العبء الضريبي على المكلف وفي المقابل أي نقصان في التقدير يعني انخفاض في الإيرادات العامة، ولتقدير المادة الخاضعة طريقتان أساسيتان هما:

1- طرق التقدير غير المباشرة: يقصد به تقدير الضريبة بصورة تقريبية طبقاً للدلائل أو القرائن¹⁷ في هذه الطريقة تعتمد الإدارة الضريبية على طريقتين هما :

أ- التقدير على أساس المظاهر الخارجية للمكلف بالضريبة والذي يسهل للإدارة الضريبية تقديره ويقلل من نفقات التحصيل، و لكن يعاب على هذه الطريقة أنها لا تحقق العدالة الضريبية، وبالتالي إما أن يكون هناك نقصان في التقدير والذي يعود بالسلب على الخزينة العامة، وإما أن يكون هناك مغالاة في التقدير يؤدي إلى الإضرار بالمكلف الذي يصبح ينظر إلى الإدارة نظرة سلبية .

ب- التقدير الجزافي يكون على أساس بعض القرائن، فإما أن يضع القانون هذه الدلائل والقرائن وإما أن يكون باتفاق بين الإدارة الضريبية والمكلف عن طريق مناقشة والاتفاق معه على رقم معين يمثل مقدار دخله¹⁸، هذه الوسيلة بالرغم من أنها تقرب المكلف بالضريبة من الإدارة الضريبية من خلال المناقشات إلا أنها قد تؤدي إلى تصادم بين الإدارة والمكلف إذا لم يتفقا مما ينعكس سلباً على الإيرادات.

2- طرق التقدير المباشر: تلجأ إليها معظم النظم الحديثة فهي تستند على معطيات مباشرة تتعلق بالمادة الخاضعة للضريبة تستمدتها إما من إقرار المكلف أو عن طريق التقدير المباشر للإدارة الضريبية.

أ- التصريح الذي يكون إما بواسطة المكلف نفسه والذي يتضمن عناصر من ثروته أو دخله، أو المادة الخاضعة للضريبة، مع أحقية الإدارة الضريبية في الرقابة على ما يقدمه من تصريح، فإن هذه الطريقة

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

تحقق أكبر قدر من العدالة، فهي تحقق توازنا بين الإيرادات العامة والمكلف، عن طريق توزيع الأعباء الضريبية بشكل عادل وتحديد المادة الخاضعة للضريبة وفق المقدرة التكاليفية للمكلف، مما يساعد في تعزيز الثقة، وقد يكون التصريح بواسطة الغير، ولقد أخذت به معظم التشريعات الضريبية كونه ليس للغير مصلحة في إخفاء المقدار الحقيقي.

ب-التقدير بواسطة الإدارة حيث أقر القانون لها ذلك، وتسمى هذه الطريقة بالتنقيش الإداري¹⁹، أو الرقابة الجبائية. هذه الطريقة تمكن الإدارة الضريبية من تقدير المادة الخاضعة للضريبة بصورة عادلة تحقق التوازن بين الخزينة العمومية وحقوق المكلف.

الفرع الثاني: كسب الثقة المكلف أثناء التحصيل

لا يكفي أن تحسن الإدارة الضريبية علاقتها مع المكلف على مستوى تأسيس الضريبة فقط، بل لا بد أن تتم عملية التحصيل ضمن الأطر القانونية تضمن للإدارة عملية تحصيل تساعد في زيادة الإيرادات العامة، وفي المقابل تراعي الظروف المادي للمكلف حتى يتمكن هذا الأخير من تسديد ما عليه. أولا: القواعد التي يجب على الإدارة احترامها لتحصيل الضريبة: لقد بينّ المشرع الجزائري الطرق القانونية الخاصة بالتحصيل بداية من استحقاق الضريبة إلى وقت الضريبة وكيفية دفعها وطرق تحصيلها.

1-استحقاق الضريبة: ويكون عند حدوث الواقعة المنشئة للضريبة هذه الأخيرة لها أهمية كبيرة في تحديد الشخص المكلف بالضريبة الذي ينشأ الدين في ذمته، كما يؤثر أيضا في تحديد معدل الضريبة وما قد يطرأ عليها من زيادة أو نقصان بعد تحقق الواقعة المنشئة للضريبة²⁰، وهذا ما يضمن الحفاظ على مصلحة المكلف من خلال نقصان معدل الضريبة والحفاظ على مصلحة الخزينة العمومية من جهة أخرى من خلال الاستفادة من مبالغ الزائدة في حالة ارتفاع معدل الضريبة.

2-وقت التحصيل: لقد حدد القانون ميعاد كل ضريبة مراعى في هذه المسألة أمرين مهمين وهما: الأول لصالح الخزينة العمومية، والثاني هو لصالح المكلفين ويتمثل في تحصيل الضرائب في الأوقات الملائمة لهم²¹، وهو ما يعطي الوقت للمكلف بالضريبة ليتمكن من دفع ما عليه من مستحقات.

3-كيفية الدفع: القاعدة العامة في المجتمعات الحديثة أن تدفع الضريبة نقدا واستثناء من القاعدة تدفع عينا، ويتم ذلك نقدا أو بشيكات مصرفية أو حوالات بريدية والضريبة كما يحددها القانون واجبة الأداء في مقر الإدارة الضريبية.

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

4- طرق التحصيل: القاعدة العامة أن يقوم المكلف بدفع الضريبة من تلقاء نفسه دون مطالبته بأدائها في محل إقامته وهذه الطريقة تعد أكثر الطرق شيوعا وتسمى بطريقة التوريد المباشر، وقد يتم دفع الضريبة بمعرفة شخص آخر غير المكلف بالضريبة ويعد ذلك استثناء من القاعدة و تسمى طريقة الاقتطاع من المنبع²².

ثانيا: ضمانات تحصيل الضريبة: يجب أن يعلم المكلف بالضريبة أن تحصيل دين الضريبة يكون في أولويات الإدارة الضريبية فقد وضع المشرع مجموعة من الضمانات لتحصيل هذا الدين الضريبي على بقية الديون، وهي:

- للخرينة حق الامتياز على معظم الديون الأخرى حيث يستوفى دين الضريبة قبل غيرها من الديون، بالإضافة إلى حق المتابعة للحصول على المبالغ المستحقة²³.
- تقرير حق إصدار أمر بالحجز الإداري على الأموال ضد المكلفين الذين يتأخرون عن سداد الضريبة ويعتبر الحجز هنا حجزا تحفظيا و لا يجوز التصرف في هذه الأموال إلا إذا رفع بأمر من المحكمة أو بقرار من المدير العام للضرائب²⁴.
- تقرير قاعدة الاسترداد حيث يلتزم المكلف بدفع الضريبة إلى مصلحة الضرائب ويبقى له حق الطعن وفائدة هذه الضمانة استقرار المعاملات الضريبية بما يضمن مصلحة الخزينة العمومية ويحميها من تأخر دفع الضرائب بحجة الطعن فيها²⁵.
- تقرير مجموعة من الحقوق للإدارة الضريبية لمنع التهرب الضريبي الذي يضر كما سنرى بشكل كبير بمصلحة الخزينة العمومية وبالتالي الاقتصاد الوطني²⁶.
- يجب أن يعلم المكلف بالضريبة على أنه سيتعرض إلى عقوبات جزائية ومدنية في حالة مخالفة القوانين الضريبية حيث تعتبر ضمانة رادعة للخزينة العمومية وذلك لحماية حقوقها في تحصيل الضرائب²⁷.
- لقد أعطى المشرع للمكلف بالضريبة حق الطعن في قرار التحصيل في حالة عدم رضاه حماية له من تعسف الإدارة في استعمال سلطاتها²⁸.

المبحث الثاني: أثر غياب الإعلام بالتشريع الضريبي في الإيرادات العامة

يعتبر الإعلام بالتشريع الضريبي حلقة وصل بين الإدارة الضريبية والمكلف بالضريبة فهو يساهم في توضيح وتبسيط العلاقة الضريبية ورفع أي لبس لذلك فإن غياب هذه الآلية سيؤدي إلى نقص في إيرادات الدولة، وهذا الغياب يعود إلى أسباب سنحاول تسليط الضوء عليها، مبرزين من

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

خلال هذا المبحث الأسباب التي تؤدي إلى غيابه كما سنتطرق إلى الآثار التي يخلفها هذا الغياب على إيرادات الدولة.

المطلب الأول: أسباب غياب الإعلام بالتشريع الضريبي

سنحاول من خلال هذا المطلب تسليط الضوء على أهم الأسباب التي أدت إلى غياب الإعلام بالتشريع الضريبي ومن بين هذه الأسباب:

الفرع الأول: الكفاءة لدى موظفي الضرائب

تعتبر الكفاءة لدى موظفي الضرائب ضرورة حتمية يجب على الإدارة الضريبية أخذها بعين الاعتبار كونها تحافظ على شكل الإدارة الضريبية أمام المكلف بالضريبة.

أولاً : تعريف الكفاءة: يقصد بها لغة: يقال كُفءٌ والكُفءُ ويعني المثل والنظير يقال عامل كفء أهل وجدير مستحق، كفؤ جمع أكفاء: قدير، صاحب مقدرة واختصاص في عمله: محاسب كفؤ، كفاءة مهارة، براعة حذق، مقدرة مهنية²⁹.

ويقصد بها اصطلاحاً، كما عرفها الكاتب "جان دانكان" على أنها: عملية الحصول على الكثير، نظير ما هو أقل، أو نظير معطيات على الأسوأ³⁰.

ثانياً: أسباب نقص الكفاءة: يقال فاقد الشيء لا يعطيه، لذلك فإن العون الذي ليس لديه كفاءة لا يمكنه إعطاء المعلومة الصحيحة والسليمة للمكلف بالضريبة أو قد يعطيها غير صحيحة مما قد ينجر عليه تبعات سلبية تؤثر على الإيرادات العامة للدولة، لذلك فإن نقص الكفاءة لدى موظفي الضرائب يزيد في الفجوة بين الإدارة الضريبية والمكلف بالضريبة، وترجع أسباب نقص الكفاءة إلى: كثرة القوانين وصعوبة الإلمام بها نظراً طبيعة القوانين الضريبة المتغيرة، وقلة الملتقيات والندوات التي تساعد في فهم التشريع الجبائي. والاكتهاء بالتكوينات فقط التي أصبحت قليلة المدة مع حشو للمعلومات، وخروج ذوي الخبرة على التقاعد دون استفادة الأعوان الجدد من هذه الخبرات، وعدم اهتمام الإدارة بالجانب النفسي للعون، كما أن غياب فكرة التخصص في نوع محدد من الضرائب، فهذا يساعد العون على الإلمام بنوع الضريبة المسندة إليه بدل محاولة الإلمام بكل الضرائب الذي يعتبر صعباً عليه.

ثالثاً: مظاهر نقص الكفاءة: من أهم مظاهر نقص كفاءة الموظف والإدارة الضريبية هي كثافة المنازعات الجبائية وهذا راجع لعدم تحكم ودراية الموظفين بمختلف القواعد والقوانين المتعلقة بتأسيس مختلف الضرائب وتصفياتها وتحصيلها، مما يؤدي إلى زيادة التهرب والغش الذي ينتج عنه إهدار الموارد المالية للدولة.

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

رابعاً: جهود الإدارة في رفع الكفاءة: بالرجوع إلى قانون الوظيفة العمومي الذي يؤكد على وجوب تنظيم دورات التكوين وتحسين المستوى³¹، فإنه بالرجوع إلى الإدارة الجبائية لا يمكن أن يثبت الموظف في رتبته مهما كانت قبل أن يتلقى تكويناً على مستوى المدرسة الوطنية للضرائب قصد تكوينه وتحسين مستواها وتجديد معلوماته³² فقد بدأت المديرية العامة للضرائب منذ 1996 بتنظيم فترات تكوينية وتأهيلية وتربصات، لتمكين موظفيها من مواكبة التطور السريع للتقنيات والمعارف الضريبية وهذا لمدة تختلف حسب رتبة عون الإدارة الجبائية، ولكن رغم هذه الجهود في رفع الكفاءة وتحسين المستوى إلا أنها تفتقر إلى خبراء وأساتذة في ميدان الجبائية وذلك لأن المؤطرين هم موظفون مثل المتربصين وليسوا حتى أكاديميين، بل مستوى بكالوريا هذا من جهة، ومن جهة أخرى عدم الاهتمام بالتكوين النفسي للموظف بل تلقينه المعلومات الجبائية فقط.

الفرع الثاني: كثرة التشريعات و تعديلاتها المستمرة

سنتناول في هذا الفرع جانبين يؤثران على عملية الإعلام بالتشريع الضريبي وهما:

أولاً : كثرة التشريعات الضريبية: تعتبر القوانين الجبائية أكثر القوانين من حيث تنوع الضرائب وكثرة المواد المنظمة لها لذلك فإن عملية الإلمام بكل أنواع هذه الضرائب يتطلب جهداً كبيراً من طرف العون، هذا الأمر يؤثر بصورة سلبية على معرفته بكل قوانين الجبائية، وبالتالي لا يمكن للعون إيصال المعلومة القانونية الصحيحة والواضحة للمكلف بالضريبة هذا الأخير يجد نفسه أمام ترسانة من القوانين عاجز عن فهمها وإدراك تفسيرها، هذا كله يؤثر على العلاقة الضريبية سلماً مما ينجر عنه نقص في إيرادات الخزينة العمومية.

ثانياً : التعديلات المستمرة: إن التشريعات الجبائية من أكثر التشريعات تعديلاً كونه مرتبطاً بقانون المالية الذي هو قانون سنوي، لذلك نلاحظ هذه التعديلات المستمرة التي تكون بناء على ظروف الدولة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، بالرغم من أن هذه التعديلات مرتبطة بهذه الظروف إلا أن لها جوانب سلبية ومن أحسن الأمثلة على عدم استقراره الرسم على القيمة المضافة التي دخلت حيز التنفيذ سنة 1992 بقانون المالية رقم 90-36 المؤرخ في 1990/12/31 المتضمن قانون المالية لسنة 1991، حيث احتوى هذا الرسم في بداية الأمر على أربعة معدلات 07%، 13%، 21%، 40%، وفي كل قوانين المالية المتعاقبة يتم إلغاء أو تعديل معدل الرسم، بالإضافة إلى تعديل قائمة المكلفين الخاضعين لهذه المعدلات، وأصبح لدينا معدلان، ورغم الإيجابية الملاحظة على هذه التعديلات من ناحية تقليص المعدلات لكنها سلبية من ناحية قدرة فهم المكلف بالضريبة لهذه التغييرات وتكييفه معها خاصة في ظل غياب وسيلة إعلامية، وإن هذه التعديلات المستمرة ينجم عنها:

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

- عدم استقرار التشريع الضريبي يؤدي إلى فقدان المكلف للثقة في إدارة الضرائب.
- عدم إلمام كل من الموظف والمكلف بهذه التعديلات المستمرة وبالتالي التطبيق الخاطئ للقانون الذي قد يؤثر على المركز المالي للمكلف بالسلب من خلال الزيادات المحتملة أو بصورة سلبية أيضا على الخزينة العمومية من نقص الموارد.
- تؤثر هذه التعديلات على عمل الإدارة الضريبية؛ كل هذا يؤثر على عملية التحصيل التي بدورها تؤثر في الإيرادات العامة للخزينة.

المطلب الثاني : أثر غياب الإعلام بالتشريع الضريبي

بعد أن عرفنا الأسباب التي تؤدي إلى غياب المعرفة أو العلم بالتشريع الضريبي سنحاول من خلال هذا المطلب معرفة النتائج المترتبة على هذا الغياب.

الفرع الأول: التهرب الضريبي

التهرب الضريبي هو جريمة ضد أموال الدولة وتصل أثارها إلى كافة أفراد المجتمع لأنها تمس مداخل الدولة لذا سنحاول من خلال هذا الفرع تعريف التهرب الضريبي ثم نتطرق إلى أسبابها وأثارها .

أولاً: تعريف التهرب الضريبي: تعددت التعريفات المتعلقة بالتهرب الضريبي لذلك سنحاول التركيز على أهمها: التهرب من الضريبة هو التخلص بإحدى الوسائل المختلفة من الالتزام بدفعها³³، هذا التعريف تطرق إلى الوسائل التي يستعملها المكلف من أجل التخلص من دفع الضريبة دون الإشارة إلى الضرر الذي يحدثه التهرب على الإيرادات العامة للدولة .

كما عرفه الدكتور فليح العلي عادل " التهرب من الضريبة هي ظاهرة يحاول المكلف بالضريبة عدم دفعها كلياً أو جزئياً بعد تحقق واقعته المنشئة"³⁴. يعرف أيضاً على أنه " يوجد التهرب الضريبي عندما يتخلص المكلف القانوني من عبء الضريبة دون أن ينقل عبئها إلى شخص آخر"، وكل التعريفات تتفق على أن صفة القائم بالتهرب الضريبي يكون مكلفاً قانونياً، لأنه لا يمكن أن نتكلم عن تهرب ضريبي إلا إذا صدر من المكلف القانوني بها.

ثانياً: سبب التهرب الضريبي: تتعدد أسباب التهرب الضريبي فمنها ما هو راجع إلى طبيعة المكلف بالضريبة الذي لا يرغب في دفع ما عليه من التزامات، ومنها ما هو راجع لضعف الإدارة الضريبية سواء كان هذا الضعف بسبب نقص الوسائل المادية أو الموارد البشرية أو السببين معاً.

وما يهمنا في هذا الموضوع هو السبب الراجع للإدارة من حيث غياب الوسيلة الإعلامية الشارحة للقانون الضريبي، فرغم جهود الإدارة في مجال التوعية بأهمية الضريبة إلا أن هذا غير كاف ولم

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

يرق إلى تطلعات المكلفين وهذا راجع بدوره إلى ضعف العون في إيصال المعلومة الصحيحة بسبب ضعف التكوين. والمستوى الثقافي المحدود للمكلفين بالضريبة وعدم استيعابهم للكلم الهائل من الضرائب. ونظرة المكلف السلبية للضريبة على أنها اقتطاع جبري ولا تعود عليه بالمقابل.

الفرع الثاني: الغش الضريبي

يعتبر الغش الضريبي أحد أهم الآثار الناجمة عن غياب الإعلام بالتشريع الضريبي فهو أحد الأساليب غير المشروعة التي يلجأ لها المكلف بالضريبة والتي تؤثر بصورة سلبية على موارد الدولة.

أولاً : تعريف الغش الضريبي: تعددت المحاولات الفقهية لتعريف الغش إلا أن مفهومه بقي غامضاً، حيث يعرف الغش الضريبي بأنه تصرف غير مشروع ويمثل عدم احترام إرادي لأنه انتهاك لروح القانون وإرادة المشرع، وذلك باستخدام طرق احتيالية وتدليسية من طرف المكلف بالضريبة، كالامتناع عن تقديم التصريح الضريبي أو تعمد الكذب في مضمون هذا التصريح، أو تقديم بيانات غير صحيحة عن قيمة الوعاء أو حقيقة المركز المالي للمكلف بالضريبة، أو التمسك بمحتوى سجلات بيانات غير دقيقة أو غير قانونية أمام مصالح الضريبة أو إخفاء وعاء الضريبة إخفاء مادياً كما هو الحال بشأن السلع المهربة³⁵.

ثانياً: سبب الغش الضريبي: ليس سبب الغش راجعاً للطبيعة النفسية للمكلف بالضريبة التي تجعله يبحث عن طرق من أجل تجنب دفع الضريبة، فقد يكون السبب راجعاً إلى سوء أسلوب معاملة الإدارة الضريبية للمكلف، ويظهر من خلال إهمال الإدارة الضريبية لجانب التوعية الضريبية، من خلال تعريف المكلف بالنتائج السلبية للغش عليه من جهة، وذلك من خلال العقوبات المنصوص عليها في القانون التي سوف يتعرض لها، ومن جهة أخرى الآثار السلبية على الدولة والمتمثلة في نقص موارد الدولة ومن ثم انخفاض نفقاتها.

الخاتمة:

في الأخير يؤدي الإعلام بالتشريع الضريبي دوراً مهماً في تعزيز الثقة بين المكلف بالضريبة والإدارة الضريبية ممثلة للدولة، هذه الثقة تجعل المكلف بالضريبة يقدم جميع العناصر الحقيقية المكونة للوعاء الضريبي الخاص به دون أي تهرب أو غش مما يساهم بصورة كبيرة في زيادة إيرادات الخزينة العمومية والذي ينعكس بصورة إيجابية على سياسة الدولة في الإنفاق، ويفتح أمامها مجالات الإنفاق على المشاريع التي تعود على المواطنين بالفائدة وتسد حاجياتهم.

الهوامش

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

- ¹ المنجد في اللغة والأعلام، الطبعة الثلاثون، دار المشرق، بيروت لبنان، 1988، ص526-527.
- ² محمد الفاتح، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص03.
- ³ مصلح الصالح، قاموس شامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، إنجليزي، عربي، دار الكتب، المملكة العربية السعودية، 1988، ص31.
- ⁴ سعد بن مطر العتيبي، مصطلح التشريع ومشتقاته في الاستعمال الحقوقي، ص31.
- ⁵ الإمام محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الجزء الأول، بيروت 1415، ص368.
- ⁶ خلاصي رضا، النظام الجبائي الجزائري الحديث، جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، الطبعة الثانية، دار هوم، الجزائر، 2006، ص11.
- ⁷ رفعت محجوب، المالية العامة، دار النهضة، بيروت، 1979، ص19.
- ⁸ خلاف بوخميلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007، ص60.
- ⁹ طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، بالإسكندرية 2009، ص21.
- ¹⁰ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس و آفاق المستقبل، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص148.
- ¹¹ إثار راجح، تعريف شامل لما يسمى بموقع إنترنت، <http://www.form.topmaxtech.net/t101293.html>، اطلع في 21:09، 2022/05/04.
- ¹² الموقع المديرية العامة للضرائب. <http://www.mf.dgi.html>
- ¹³ مروى عصام صلاح، المرجع السابق، ص246.
- ¹⁴ عادل فليح العلي، المالية العامة التشريع المالي والضريبي، الطبعة الأولى، دار الخادم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2003، ص97.
- ¹⁵ محمد عباس محرز، اقتصاديات المالية العامة، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص295.
- ¹⁶ محي محمد سعد، العلاقة القانونية بين الممول والإدارة الضريبية، الطبعة الأولى، مطبعة ومكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص01.
- ¹⁷ محي محمد سعد، المرجع السابق، ص295.
- ¹⁸ محمد عباس محرز، المرجع السابق، ص 299.
- ¹⁹ محمد عباس محرز، المرجع السابق، ص303.
- ²⁰ محمد عباس محرز، المرجع السابق، ص 360.
- ²¹ المادة 354 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة.
- ²² محمد عباس محرز، المرجع السابق، ص307-308.
- ²³ المادة 380 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة والمادة 149 من قانون الإجراءات الجبائية.
- ²⁴ محمد عباس محرز، المرجع السابق، ص310.
- ²⁵ أنظر المادة 159 الفقرة 02 من قانون الإجراءات الجبائية.
- ²⁶ المواد 18 و19 من قانون الإجراءات الجبائية.
- ²⁷ انظر المواد 303 و308 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة.

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

- ²⁸ أنظر المادة 146 الفقرة 04 من قانون الإجراءات الجبائية.
- ²⁹ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، الطبعة الأولى، دار المشرق، بيروت، لبنان 2000.
- ³⁰ جان دانكان، أفكار عظيمة في الإدارة، ترجمة محمد حديدي، مطابع المكتب المصري الحديث، مصر، 1989، ص 99.
- ³¹ المادة 104 من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 15 يوليو سنة 2006 المتضمن القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية.
- ³² المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 10-299 المؤرخ في 29 نوفمبر 2010 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية.
- ³³ فوزي عبد المنعم، المالية العامة والسياسة المالية، دار النهضة العربية، لبنان، 1972، ص 223.
- ³⁴ فليح العلي عادل، المالية العامة والتشريع المالي والضريبي، الطبعة الأولى، 2003، ص 123.
- ³⁵ دويدار محمد، دراسات في الاقتصاد المالي، النظرية العامة في مالية الدولة، السياسة المالية في الاقتصاد الرأسمالي، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 229.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: النصوص القانونية

- قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة.
- قانون الإجراءات الجبائية.
- الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 15 يوليو سنة 2006 المتضمن القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية.
- المرسوم التنفيذي رقم 10-299 المؤرخ في 29 نوفمبر 2010 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة الجبائية.

ثانياً: الكتب

- المنجد في اللغة والأعلام، الطبعة الثلاثون، دار المشرق، بيروت لبنان، 1988.
- محمد الفاتح، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2011.
- مصلىح الصالح، قاموس شامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، إنجليزي، عربي، دار الكتب، المملكة العربية السعودية، 1988.
- سعد بن مطر العتيبي، مصطلح التشريع ومشتقاته في الاستعمال الحقوقي.
- الإمام محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، الجزء الأول، بيروت 1415.
- خلاصي رضا، النظام الجبائي الجزائري الحديث، جباية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، الطبعة الثانية، دار هوم، الجزائر، 2006.
- رفعت محجوب، المالية العامة، دار النهضة، بيروت، 1979.
- طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، بالإسكندرية 2009.
- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأسس و آفاق المستقبل، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع 2015.

أثر الإعلام بالتشريع الضريبي على الإيرادات العامة

- عادل فليح العلي، المالية العامة التشريع المالي والضريبي، الطبعة الأولى، دار الخامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2003.
- محمد عباس محرز، اقتصاديات المالية العامة، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- محي محمد سعد، العلاقة القانونية بين الممول والإدارة الضريبية، الطبعة الأولى، مطبعة ومكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2000.
- المنجد في اللغة العربية المعاصرة، الطبعة الأولى، دار المشرق، بيروت، لبنان 2000.
- جان دانكان، أفكار عظيمة في الإدارة، ترجمة محمد حديدي، مطابع المكتب المصري الحديث، مصر، 1989.
- فوزي عبد المنعم، المالية العامة والسياسة المالية، دار النهضة العربية، لبنان، 1972، ص223.
- فليح العلي عادل، المالية العامة والتشريع المالي والضريبي، الطبعة الأولى، 2003.
- دويدار محمد، دراسات في الاقتصاد المالي، النظرية العامة في مالية الدولة، السياسة المالية في الاقتصاد الرأسمالي، دار المعرفة الجامعية، 1996.
- ثالثًا: الرسائل والمذكرات
- خلاف بوخميلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007.
- رابعًا: المواقع الإلكترونية
- www.sgg.dz
- إثار راجح، تعريف شامل لما يسمى بموقع إنترنت، <http://www.form.topmaxtech.net/t101293.html>
- موقع المديرية العامة للضرائب. <http://www.mf.dgi.ht>