



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

كلية العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية

القسم: علوم تجارية

التخصص: محاسبة وجباية معتمدة



## مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

إعداد الطالبين:

بن جدو أمير

بن عومار أخوه

تحت عنوان:

أثر تنمية الوعي الجبائي على الحصيلة الجبائية

دراسة إستطلاعية بولاية برج بوعريريج

تحت إشراف: أ. عميروش بوبكر

السنة الجامعية: 2019-2020

فهرس

المحتويات

الصفحة	المحتويات
	الشكر و التقدير
	الإهداء
	قائمة الجداول
أ-د	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري و المفاهيمي للوعي الجبائي</b>	
06	تمهيد
07	المبحث الأول: ماهية الوعي الجبائي
07	المطلب الأول: تعريف الوعي الجبائي
08	المطلب الثاني: الأطراف ذات العلاقة بالوعي الجبائي
08	الفرع الأول: المكلف الضريبي
10	الفرع الثاني: الإدارة الجبائية
12	المطلب الثالث: أهمية الوعي الجبائي
12	الفرع الأول: بالنسبة للمكلف الضريبي
12	الفرع الثاني: بالنسبة للإدارة الجبائية
13	المطلب الرابع: مصادر الوعي الجبائي و أسباب ضعفه
13	الفرع الأول: مصادر الوعي الجبائي
14	الفرع الثاني: أسباب ضعف الوعي الجبائي في الجزائر
16	المبحث الثاني: ركائز تنمية الوعي الجبائي
16	المطلب الأول: دور الإعلام في تنمية الوعي الجبائي
17	المطلب الثاني: إشعار المكلفين بأهمية الضرائب
18	المطلب الثالث: العلاقة بين الإدارة الجبائية والمكلفين بالضريبة
18	الفرع الأول: تعزيز اللقاءات بجمعيات واتحادات المهنية
18	الفرع الثاني: تطور معاملة المكلف بالضريبة كعميل أو زبون لدى إدارة الضرائب
19	الفرع الثالث: تطور الإدارة الضريبية إلى إدارة الخدمات
21	خلاصة
<b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية باستخدام أداة الاستبيان</b>	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: منهجية وبناء الإستبيان
24	المطلب الأول: منهجية الدراسة

24	المطلب الثاني: منهجية بناء إستبيان الدراسة
27	المبحث الثاني: عرض أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في البحث
27	المطلب الأول: الوسائل الإحصائية المستخدمة في الدراسة
27	المطلب الثاني: عرض الاختبارات الإحصائية المطبقة على الإستبيان
29	المبحث الثالث: تحليل البيانات ، اختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها
29	المطلب الأول: : تحليل بيانات القسم الأول من الإستبيان
30	لمطلب الثاني: اختبار الفرضيات
35	خلاصة
37	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

# إهداء

إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي، ولم تدخر جهداً  
في سبيل إسعادي على الدوام (أمي الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك  
نسلكه.

صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة، فلم يبخل علي طيلة حياته (والدي  
العزیز).

إلى إخوتي، من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب .  
إلى أصدقائي وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون وفي  
أصعدة كثيرة. أقدم لكم هذا البحث وأتمنى أن يجوز على رضاكم.

أمير

# إهداء

بعد الحمد لله العظيم المتعالي، اهدي هذا العمل إلى كل من يهتم بحالي.

أكرم

# قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
25	سلم لكارت الخماسي	(1)
25	مقياس تحديد الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة	(2)
26	الإحصائيات الخاصة باستمارة الإستبيان	(3)
27	مصفوفة الارتباط بين محوري الدراسة	(4)
29	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(5)
29	توزيع أفراد العينة حسب السن	(6)
30	تحليل فقرات محور مدى تأثير الوعي الجبائي على حصيلة TVA	(7)
32	تحليل فقرات محور مدى تأثير الوعي الجبائي على حصيلة IBS	(8)
33	فقرات محور مدى تأثير الوعي الجبائي على حصيلة TAP	(9)



حَقِيقَةُ

# مقدمة

## مقدمة:

تسعى العديد من الدول ومن بينها الجزائر إلى الخروج من دائرة التخلف، وتحقيق مستوى حضاري متطور، يتمتع فيه أفرادها بالعدالة والرفاهية والرقي وتحقيق مختلف الاحتياجات، وهذا يتطلب تكافل بين الدولة والمؤسسات والأفراد في تحقيق تنمية شاملة، التي تتطلب الضرورة موارد مالية لتجسيدها.

ومن المصادر التي تعتمد عليها الدولة في هذا السياق، الضرائب، حيث أنها كانت ولا تزال من بين أهم مصادر الحصول على الموارد المالية من أجل تمويل الاتفاق العام، لكونها إيرادات مستقرة وثابتة نسبيا. بخلاف المصادر الأخرى كالجباية البترولية، والتي تعتمد عليها الدول ذات الاقتصاد الريعي والتي من بينها الجزائر، حيث تتميز هذه الأخيرة بعدم استقرار إيراداتها. وترجع أهمية الضرائب بالإضافة إلى دورها التمويلي إلى كونها أداة فعالة في التأثير على النشاط الاقتصادي والتنمية الاجتماعية.

يعتبر مفهوم الوعي الجبائي في الجزائر من المفاهيم الحديثة وهذا ما يتطلب من الباحثين دراسته، ومن الإدارة الجبائية تنميته عن طريق إجراءات وسياسات مدروسة، إذ أن من أهم أهداف نشر الوعي الجبائي هو الرفع من مستوى الالتزام الضريبي للمكلفين بالضريبة و بالتالي الرفع من المداخيل الجبائية، وعليه فإن على الإدارة الجبائية تنوير الرأي العام بمنافع دفع الضريبة وهذا لتحسين العلاقة التي بينها وبين المكلف. و التي لطالما كانت تتسم بعدم الثقة حيث ترى الإدارة الجبائية المكلفين على أنهم يسعون للتهرب الجبائي وهذا عكس ما يقوم عليه النظام الجبائي الجزائري الذي يركز على حسن نية المكلف وصدق تصريحاته، كما يرى المكلف الإدارة الجبائية أداة لنهب أمواله واغتصاب ثرواته وهذا ما نجم عن ضعف مستوى الوعي الضريبي الذي أدى بدوره إلى انتشار أفكار خاطئة في أوساط المكلفين عن الجباية بصفة عامة وعن الإدارة الجبائية بصفة خاصة، كل هذا أدى إلى ضعف مستوى الوعي الجبائي في الجزائر.

و عليه سنحاول أن ندرس تأثير الوعي الجبائي على الحصيلة الجبائية من خلال تأثير الأول على الضرائب التالية: TVA – IBS – TAP.

## أولا: الإشكالية:

ما هو تأثير الوعي الجبائي على الحصيلة الجبائية؟

## ثانيا: الأسئلة الفرعية:

- ما هي العوامل التي تساهم في غرس الوعي الجبائي؟
- هل سوء العلاقة بين الإدارة الجبائية و المكلفين تعيق من تنمية الوعي الجبائي؟
- ما هو أثر و أهمية الإعلام في تنمية الوعي الجبائي؟

## ثالثا: الفرضيات:

- إشعار المكلف و إقناعه بعدالة الضرائب و أهميتها تركز الوعي الجبائي لديه.
- سوء العلاقة بين الإدارة الجبائية و المكلفين يعيق تنمية الوعي الجبائي، و تحسين العلاقة يساهم في نشر و تنمية الوعي الجبائي.
- الإعلام في الجزائر له دور في توجيه و توعية المواطنين حول مفهوم الضريبة وأهدافها والغرض من فرضها.

# مقدمة

## رابعاً: أسباب اختيار الموضوع:

- رغبة الباحثين الشخصية و إثارة الموضوع لاهتمامهم.
- موضوع الدراسة متطابق مع مجال التخصص.
- قلة الدراسات المتناولة للموضوع .
- إثراء الدراسات الجبائية.

## خامساً: أهداف الدراسة:

- توضيح حقوق وواجبات المكلفين وكذا مهام الإدارة الجبائية.
- توضيح أهمية الوعي الجبائي و دوره في رفع الإيرادات الضريبية.
- تبيان أسباب ضعف مستوى الوعي الجبائي في الجزائر.
- إبراز ركائز و طرق تنمية و نشر الوعي الجبائي.

## سادساً: المنهج المستخدم:

تم استخدام المنهج الوصفي في دراسة الجانب النظري للدراسة، واستخدام المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي للدراسة، والذي تضمن توزيع استبانة على عينة من المختصين

## سابعاً: حدود الدراسة:

تمت الدراسة زمنياً خلال شهري سبتمبر و أكتوبر من سنة 2020 أما مكانياً فكانت على مستوى ولاية برج بوعرييج.

## ثامناً: صعوبات الدراسة:

- الحجر الصحي الكلي الطويل زمنياً جراء كوفيد19.
- عدم القدرة على إجراء مقابلات مباشرة جراء انتشار كورونا.
- قلة المراجع و الدراسات الوطنية حول الموضوع، والاكتفاء تقريبا بالدراسات المشرقية.
- جهل مفهوم الوعي الجبائي و دوره حتى عند بعض الأساتذة و المختصين.

## تاسعا: دراسات سابقة:

1-دراسة سالمي جمعة: هي مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير في جامعة المسيلة للسنة الجامعية 2015 / 2014 تحت عنوان واقع ومتطلبات تحقيق الوعي الضريبي، لقد تم تقسيم الدراسة إلى جانبين أولهما نظري تم التطرق فيه إلى إعطاء مفاهيم أساسية مرتبطة بالوعي الضريبي، أما الجانب الثاني فقد خصص للدراسة الميدانية على عينة من المكلفين بالضريبة لولاية المسيلة، ولقد اعتمدت هذه الدراسة على الإشكالية التالية: ما هو واقع الوعي الضريبي لدى المكلفين بالضريبة على مستوى ولاية المسيلة؟ وما هي متطلبات تحقيقه؟، وبعد دراسة الفرضيات تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن أهم إسهامات الوعي الجبائي التركيز على الحد من ظاهرة التهرب الضريبي.
- ضعف الوعي الضريبي لدى المكلف سببه سوء العلاقة بالإدارة الجبائية.
- غياب خطة واضحة ومرسومة الأهداف ومضبوطة لنشر الوعي الجبائي من قبل الدولة.

2-دراسة حسام فايز أحمد عبد الغفور: العلاقة بين المكلف وإدارة الضريبة وأثرها على التحصيل والجبائية، وهي عبارة عن مذكرة ماجستير بجامعة النجاح الوطنية بنابلس، فلسطين سنة 2008، حيث تمثلت إشكالية البحث في: ما أثر العلاقة بين المكلف وإدارة الضريبة في التحصيل والجبائية؟

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين المكلف والإدارة الضريبية، وسعت إلى التعرف على طبيعة العلاقة بينها وذلك من خلال التعرف على الحقوق والتزامات كل منهما، ومن ثم أثر ذلك على التحصيل الجبائي.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج وهي أنه يوجد عوامل تؤثر تأثيرا إيجابيا على التحصيل الجبائي، نذكر منها إنصاف المكلف من خلال التنزيلات التي نص عليها القانون، وأخرى سلبية وتتمثل في عدم توافر الثقة بين المكلف والإدارة.

3-دراسة روارى عادل: مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية بجامعة مسيلة للسنة الجامعية 2016/2017 تحت عنوان: مساهمة الوعي الجبائي في الالتزام بالمسؤوليات الجبائية للمكلفين الخاضعين للضريبة الجزافية الوحيدة.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور الوعي الجبائي في الالتزام بالمسؤوليات الجبائية للمكلفين بالضريبة الجزافية الوحيدة، حيث تم التطرق في الجانب النظري إلى مفهوم للوعي الجبائي ومصادره وأسباب ضعفه في الجزائر، بالإضافة إلى مفهوم الإدارة الجبائية والمكلفين وبيان الإلتزامات الضريبية لكل منهما، وفي الأخير تم دراسة الضريبة الجزافية الوحيدة انطلاقا من مجال تطبيقها والتزامات الخاضعين لها وصولا إلى توزيع نتائجها، أما في الجانب التطبيقي للدراسة كان تحليل نتائج الاستبيان الذي وجه إلى عينة من المكلفين بالضريبة الجزافية الوحيدة في دائرة مقرة، وقد صيغت الإشكالية على الشكل الأتي: ما مدى مساهمة الوعي الجبائي في الإلتزام بالمسؤوليات الجبائية للمكلفين الخاضعين للضريبة الجزافية الوحيدة؟ و قد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن النظام الجزائري لا يستهدف نشر الوعي الجبائي بين المكلفين .
- تكمن أهمية الوعي الجبائي في انه يساهم بدرجة كبيرة في الإلتزام الضريبي للمكلفين.
- إن تعدد و تنوع الإلتزامات الضريبية و ضعف العلاقة مع الإدارة الجبائية ساهم في نفور المكلفين منها.

# مقدمة

4-دراسة ندى عباس نوري: عبارة عن بحث جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في العلوم المالية و المصرفية جامعة القادسية في سنة 2019 تحت عنوان: دور الوعي الضريبي في دعم الإيرادات العامة.

وكانت مشكلة البحث في الانعكاس السلبي على الحصيلة الجبائية جراء لجوء المكلفين الخاضعين للإلتباع وسائل عديدة للتهرب من دفع المبالغ المترتبة عنهم.

وهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تقلل و تزيد في الوعي الضريبي، و التعرف على أهمية الوعي الضريبي في الرفع من الإيرادات العامة.

وقد توصلت إلى نتائج، أبرزها:

- الوعي الضريبي له دور في زيادة الحصيلة الجبائية و لكي نحصل على ضريبي جيد لا بد من وجود إعلام جيد.
- مشكلة الوعي الضريبي مرتبط بعيوب التشريع الضريبي.

5-دراسة علاء حسين علوان: مذكرة ماجستير بكلية اقتصاديات الأعمال جامعة النهرين،العراق، سنة 2016 تحت عنوان:

دور الإعلام في تنمية الوعي الضريبي للمواطن العراقي.

تمثلت مشكلة البحث في: من الأمور المهمة التي تؤثر وبشكل كبير على زيادة التهرب الضريبي وانخفاض الحصيلة الضريبية هو الوعي الضريبي للمكلف وبالتالي عدم تحقيق الأهداف المخطط لها من الضرائب، ويعتبر الإعلام من الوسائل المهمة في زيادة الوعي الضريبي الأمر الذي سيجعل المكلف يفهم معنى الضريبة والأهداف التي تسعى لها الدولة من خلال فرضها على المكلفين الخاضعين لها وبالتالي سيتحفظ بتسديد ما يترتب عليه من مبالغ ضريبية.

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان دور الإعلام في زيادة الوعي الضريبي للمكلف العراقي، اذ انه كلما كان هناك إعلام ضريبي فعال و بوسائل و قنوات مختلفة يعرف بمهية الضريبة و الهدف من فرضها، سنجد هناك ارتفاع في الوعي الضريبي الأمر الذي سيجعل المكلفين يلتزمون بتسديد مستحقاتهم الجبائية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- الوعي الضريبي من الوسائل الجوهرية في إنجاح السياسة الضريبية في مكافحة الفساد، من خلال شعور كل مواطن بان مساهمته بدفع الضريبة تساهم في بناء المجتمع و تنميته و ازدهاره.
- هناك ضعف في دور الإعلام في زيادة الوعي للمواطنين .
- لم يتم استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في عملية نشر الوعي الضريبي .
- قلة المؤتمرات و الندوات العلمية و التي تولد نظرة ايجابية حول الضريبة و كيفية إنفاقها لدى المكلف ، الأمر الذي يحفز لتسديد ذمه الضريبية.
- لا يوجد سعي من الدولة في نشر الثقافة الضريبية من خلال المناهج الدراسية .

# الفصل الأول

الإطار النظري و المفاهيمي

للموعي الجبائي

## تمهيد:

إن مستوى الوعي الجبائي يعد من الأمور المهمة التي تؤثر بشكل كبير في حجم الإيرادات الجبائية، و هو من أهم المواضيع التي تركز الأنظمة الجبائية على تنميتها و نشرها، حيث يختلف الوعي الجبائي من دولة لأخرى و ذلك لاشتماله على العديد من العوامل التي تؤثر عليه و تزيد في نسبته.

ففي الجزائر يعتبر الوعي الجبائي مصطلح حديث نسبيا و لم يتم محاولة تبني نشره و تنميته من قبل الدولة، الأمر الذي تركه يلقى مجهولا نسبيا في أوساط غير المختصين في مجال الجباية، و منه جهل أهميته الكبيرة لدى أوساط المكلفين بالدور الذي يلعبه في المجتمع بشكل عام.

و عليه تم تقسيم الجانب النظري إلى مبحثين:

المبحث الأول: ماهية الوعي الجبائي.

المبحث الثاني: ركائز تنمية الوعي الجبائي.

## المبحث الأول: ماهية الوعي الجبائي

إن التطرق لموضوع الوعي الجبائي يتطلب منا أولاً التطرق إلى تعريفه و تبيان الأطراف التي لها علاقة بالوعي الجبائي، وكذا إبراز أهميته و أهم أسباب ضعفه في الجزائر.

## المطلب الأول: تعريف الوعي الجبائي

يعتبر الوعي الشرط الأساسي لنيل الأهداف واكتساب الطموحات الرفيعة واتخاذ السبل الصحيحة. ولهذا لا يستطيع الإنسان أن يحدث أي تغيير في سلوكه وتصرفاته إلا بعد المبادرة إلى تنمية وعيه ورفع مستواه الفكري. وبسمو الوعي يتمكن الإنسان من نيل حالة الاستقامة والثبات .

والوعي بالتفكير يعني القدرة على تقويم كفاءة التفكير وإدراك الخطوات اللازمة في تحقيق الأهداف الفردية والجماعية ويرتبط الوعي بكل شؤون الحياة ولكل مجال له وعيه وضرورته وتشكيله نمط التفكير وفي مجال الوعي الجبائي نجد انه يشترك في فلسفة الوعي العام ويختلف باختلاف فلسفة الوعي الضريبية وأهميتها ودورها والمسؤوليات الملقاة على عاتق جميع الأطراف وتأثيرها على جوانبي التطور والارتقاء والتنمية في المجتمع<sup>1</sup>.

وتمثل الدولة القوة المنظمة لشؤون المجتمع والتي تملك أعلى سلطة قانونية يخضع لها جميع الأفراد ويقع على عاتقها عبء تقديم الخدمات العامة إلى المواطنين , لذلك فهي بحاجة إلى نفقات عامة يجب أن تحصل عليها أو على جزء منها من أفراد المجتمع الذين يستفيدون من هذه الخدمات ويمكن أن يكون دفع الضريبة هو ابرز شكل من أشكال مساهمة الأفراد في تحمل أعباء المصلحة العامة. لذلك تنطلق فكرة فرض الضرائب في العصر الحديث من وجود مصلحة عامة واحدة وعلى الجميع المشاركة في تحمل أعباءها كل وفق مقدرته المالية.

1. الوعي الجبائي: هو أن يقتنع كل مكلف بدفع الضريبة المترتبة عليه , وهذا الأمر يتطلب أن تقوم السلطات بترشيد الإنفاق العام بما يخدم الصالح العام حتى يشعر دافع الضريبة أن الموارد العامة إنما تعود عليه في شكل منافع وخدمات مباشرة أو غير مباشرة<sup>2</sup>.
2. الوعي الجبائي: يقصد بالوعي الجبائي شعور المواطن بواجبه نحو وطنه وما يقتضيه ذلك من تضحيات مادية تعين الدولة على مواجهة ما يلقي عليها من أعباء<sup>3</sup>.

من هذا فالوعي الجبائي يتمثل في اقتناع المكلفين بدفع الضريبة إلى درجة يدرك فيها أن دفعه للضرائب إنما يعود عليه بالنفع، ما ينتج عنه في الأخير الارتقاء في تقديم الخدمات وتنمية المجتمع، إذ يعتبر الوعي الجبائي إحدى ضرورات المجتمع، حيث أن توفر الوعي الكافي لدى أفراد المجتمع يساعد على تحقيق وبلوغ أهداف الإنفاق العام.

<sup>1</sup>الحسون،علاء.تنمية الوعي. دار الغدير 2003.ص 54.

<sup>2</sup>سالم محمد عبود معين عايش،العلاقة بين الوعي الضريبي و التهرب الضريبي و تأثيرها على التنمية،ورقة عمل مقدمة الى الندوة العلمية الضريبية الاولى، 2008/11/12،مركز بحوث المستهلك،جامعة بغداد ، ص 04.

<sup>3</sup>ناصر مراد،فعالية النظام الضريبي بين النظرية و التطبيق،دار هومة،الجزائر، 2003،ص154-155.



## المطلب الثاني: الأطراف ذات العلاقة بالوعي الجبائي

للعوعي الجبائي علاقة بالمكلف و أخربالإدارة الضريبية ، فالمكلف له واجبات و حقوق و للإدارة مهام يتحتم القيام بها.

### 1- المكلف الضريبي

#### أولاً: تعريف المكلف الضريبي

تعريف 01: يسمى أيضا الممول أو دافع الضريبة، و هو الشخص (سواء كان طبيعياً أو معنوياً) الذي تفرض عليه الضريبة بموجب القانون الضريبي و من ثم يتوجب عليه دفعها إلى السلطات الضريبية.<sup>1</sup>

تعريف 02: المكلف بالضريبة هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يعينه القانون بدفع الضريبة والذي يكون عليه واجب الالتزام بالمساهمة في الأعباء العامة التي تتحملها الدولة.<sup>2</sup>

#### ثانياً: واجبات المكلفين بالضريبة وحقوقهم

يمنح المشرع الجبائي الجزائري حقوقاً و ضمانات تسمح بحماية المكلف بالضريبة من تسلط أعوان الإدارة الجبائية والتعسف في تطبيق القوانين والإجراءات نظراً لما يخوله لهم المشرع من حقوق في إطار أداء وظيفتهم، ولكي يستفيد المكلف من هذه الحقوق أوجب عليه المشرع الالتزام بمجموعة من الواجبات وعدم الإخلال بها، نذكر من الحقوق و الواجبات ما يلي<sup>3</sup>:

#### أ: واجبات المكلفين بالضريبة

يخضع المكلف بالضريبة إلى نوعين من الواجبات حيث نجد منها:

#### أ - 1 : الواجبات الجبائية: يلزم المشرع الجبائي المكلفين بالضريبة القيام بالتصريحات التالية:

- التصريح بالوجود: يترتب على كل مكلف جديد خاضع للضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات المقدمة خلال الثلاثين يوماً الأولى لبداية نشاطهم تصريحاً بالوجود إلى مفتشية الضرائب التابع لها إقليمياً، يحدد فيه الاسم ولقب وعنوان المكلف، إضافة إلى المعلومات الضرورية لطبيعة نشاطه والمقر الرئيسي للمحل.
- التصريحات الشهرية أو الثلاثية لرقم الأعمال: يجب على المكلفين الممارسين لنشاط ما، والخاضعين للضرائب والرسوم التصريح برقم أعمالهم خلال كل شهر أو ثلاثي لدى المصالح المختصة إقليمياً حسب طبيعة المؤسسة ونوع النشاط.
- التصريح السنوي بالأرباح والنتائج: ألزم المشرع الجبائي المكلفين بالضريبة اكتاب التصريح الإجمالي بالأرباح والنتائج قبل أول أفريل من كل سنة، ويحتوي هذا التصريح على ما يلي:

<sup>1</sup> سهام محمد جاسم، العلاقة بين المكلف و الإدارة الضريبية و تأثيرها في الحد من التهرب الضريبي، مجلة الاقتصاد الخليجي، العدد 19، كلية الإدارة و الاقتصاد، جامعة البصرة، 2011، ص 13.

<sup>2</sup> فاطمة زعزوعة، الحماية القانونية للأشخاص الخاضعين للضريبة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة تلمسان، 2013، ص 27.

<sup>3</sup> عبد الغني بوشري، فعالية الرقابة الجبائية و أثرها في مافحة التهرب الجبائي في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص نقود و بنوك جامعة تلمسان ص-ص 99-102.

- العناصر الضرورية لتحديد الدخل الخاضع للضريبة.
- قيمة الأرباح الخاضعة للاقتطاع الضريبي.
- قائمة الأشخاص الذين يعتبرون جبائيا تحت كفالة المكلف بالضريبة.
- وثائق الإثبات الجبائية المتعلقة بعمليات النشاط ومختلف الأعباء والتكاليف.

تحرر هذه التصريحات على مطبوعات خاصة وترسل إلى الإدارة الجبائية، ويجب على مفتش الضرائب أن يسلم وصلا للمكلف بالضريبة بعد الالتزام بها.

- التصريح بالتنازل أو التوقف عن النشاط: في حالة التصريح بالتنازل أو التوقف عن النشاط يلزم المكلفون بالتصريح عن ذلك خلال (10) أيام ابتداء من تاريخ التوقف عن النشاط، وفي حالة الوفاة فيتعين على ذوي الفقيه التصريح بالمداهيل الخاضعة للضريبة في اجل (06) أشهر اعتبارا من تاريخ الوفاة.

- وضع رقم التعريف الإحصائي: تضمن قانون المالية لسنة 2002 جملة من الإجراءات تهدف إلى محاربة التهرب الضريبي، من أهمها إلزام المكلفين بوضع رقم تعريف إحصائي يبرز في كل الوثائق المتعلقة بنشاطهم والموجهة إلى الأشخاص أو الإدارات أو المصالح العمومية المتعامل معها، ويهدف إلى تسهيل التسيير الجبائي للملفات الجبائية، ويؤدي عدم الالتزام بوضع هذا الرقم أو التصريح بمعلومات خاطئة عنه إلى حرمان المكلفين من الحقوق التالية:

- تسليم شهادات الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة.
- تسليم مستخرجات من جداول الضرائب.
- منح تأجيلات قانونية عن دفع الحقوق والرسوم.

#### أ-2: الواجبات المحاسبية:

يجب على المكلفين احترام المبادئ المحاسبية والتفكير بها، من خلال مسك محاسبة صحيحة ودقيقة، كما أوجب المشرع الجزائري على كل من يزاول نشاطا تجاريا إمساك الدفاتر المنصوص عليها في القانون التجاري، وهي:

دفتر اليومية: عبارة عن دفتر مرقم ومختوم من قبل المحكمة المختصة، تسجل فيه العمليات التي تقوم بها المؤسسة بتاريخ متتابعة، حيث أن كل شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر اليومية ويسجل فيه يوما بيوم عمليات نشاط المؤسسة بانتظام، ومن دون ترك فراغ أشطب، إضافة إلى إرفاق المستندات الخاصة بإثبات مختلف العمليات.

دفتر الجرد: يجب على التاجر القيام بجرد عناصر الأصول مرة على الأقل خلال السنة، حيث تنص المادة 10 من القانون التجاري أنه يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يحمل صفة التاجر أن يجري سنويا جرد عناصر أصول وخصوم مقاولته، ويقفل كافة حساباته بقصد إعداد الميزانية وحساب الخسائر والأرباح بدفاتر الجرد".

حفظ الدفاتر وسندات المراسلات: يلزم المشرع الجزائري المكلف الاحتفاظ بالدفاتر المحاسبية والوثائق الثبوتية لها إضافة إلى المستندات المشار إليها في القانون التجاري لمدة (10) سنوات، وطبقا للمادة 12 من القانون التجاري فإنه يجب الاحتفاظ بسندات المراسلات طيلة نفس المدة ابتداء من تاريخ تحريرها كما أن أي إخلال بهذه الشروط السابقة الذكر يؤدي إلى رفض المحاسبة من قبل المحققين، وبالتالي فإن المكلف يعتبر مخالفا للواجبات المحاسبية.

ب- حقوق المكلفين:

- الحق في الاعتراض: يعتبر هذا الحق من الحقوق التي أصبحت مقررة للمكلف، ويكون حق المكلف بالاعتراض ضمن مدة زمنية محددة، فإذا انقضت هذه المدة ولم يتقدم المكلف باعتراضها أصبح التقدير قطعياً.
- الحق في اللجوء للقضاء يعتبر حق اللجوء إلى القضاء من الحقوق الأساسية والتقليدية لكل إنسان، وكذلك الأمر نفسه بالنسبة للمكلف، حيث أنه من حق المكلف اللجوء إلى القضاء في حالة تقديم اعتراض إلى الإدارة الضريبية ولم تقبل هذه الأخيرة أو لم ترد على اعتراضه خلال مدة محددة.
- إعادة الضريبة أو المبالغ المسددة بالزيادة: تعمل التشريعات على رد المبالغ الضريبية التي دفعها المكلف زيادة عن مبلغ الضريبة، ويعتبر هذا الحق من أهم حقوق المكلف.
- الحق في الاستعلام الضريبي: على الإدارة الضريبية أن تزود المكلفين بالمعلومات الكافية التي يستعلمون عنها، وحق المكلف بالاستعلام الضريبي يتوافق مع أحد قواعد فرض الضريبة، وهي قاعدة اليقين، بحيث ينبغي أن يعرف المكلف القواعد التي ستطبق عليه، ومبلغ الضريبة الذي يجب أن يدفعه.
- الحق في المساعدة: هناك بعض المكلفين الذين تكون لديهم صعوبات في ملئ بيانات الإقرار الضريبي، كما في حالة المكلف الأمي، الذي لا يعرف القراءة والكتابة أو المكلف المعوق، فمثل هؤلاء المكلفين لهم الحق في اللجوء للإدارة الضريبية لمساعدتهم، والإدارة الضريبية تكون ملزمة بهذا الخصوص أن تقدم كل مساعدة ممكنة لهؤلاء المكلفين.<sup>1</sup>

2- بالنسبة للإدارة الجبائية:

أولاً: تعريف الإدارة الضريبية.

التعريف 01: تمثل إدارة الضرائب مجموع الهيئات العامة وما تتفرع إليه من فروع وما تتضمنه من درجات وظيفية متعددة والتي تشكل مجملها مجموعة العمليات التي تهدف إلى تطبيق وتنفيذ قانون الضريبة.<sup>2</sup>

التعريف 02: إن الإدارة الضريبية تعرف بذلك الجهاز الفني الذي يتمتع بالشرعية القانونية والذي يتحمل مسؤولية تنفيذ التشريع الضريبي، ويعمل كهمزة وصل بين المكلفين بالضريبة والنظام الضريبي، وتعتبر الإدارة الضريبية عامل أساسي ومحرك للإصلاح الجبائي، إذ أنها هي التي سوف تقوم بتطبيق مختلف الإجراءات والتشريعات وتحسيس المكلف بها، فالتشريع الجبائي وحده غير قادر على تحقيق أهداف السياسة الجبائية ما لم تتوفر إدارة ضريبية تتميز بدرجة عالية من الكفاءة، إذ أن النظام الضريبي الأحسن تصوراً لا تكون له قيمة إلا بفضل الإدارة التي تطبقه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>عبد الغني بوشري، المرجع نفسه ص-ص 99-102.

<sup>2</sup>نصيرة بجاوي، دراسة حول التهرب والغش الضريبي، مذكرة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1998، ص 53.

<sup>3</sup>منور اوسرير، احمدحو، جباية المؤسسة، مكتبة بوداود، الجزائر، 2009، ص 77.

ثانيا: مهام الإدارة الضريبية

تقوم الحكومة بتنفيذ القوانين والتشريعات الضريبية، من خلال الوزارة المكلفة بالمالية، والتي تدخل بالمالية في الشأن الضريبي من خلال الإدارة الضريبية التي يختلف تنظيمها ودرجة استقلاليتها من بلد إلى آخر، وتقوم الإدارة الضريبية بالمهام التالية:<sup>1</sup>

- تفسير التشريع الضريبي من خلال إصدار القرارات التنظيمية وتطبيق هذا القانون.
- تحصيل الديون الضريبية لدى المكلفين.
- تقدير الغرامات الضريبية وفوائد التأخير.
- تنظيم وتيسر المصالح الضريبية وضبط انتشارها عبر الأقاليم.
- إدارة الموارد البشرية الضريبية عن طريق تأهيلها، توظيفها، تكوينها، وفق الإجراءات المعتمدة في الإدارات العمومية.
- القيام بالتحقيقات الضريبية في مجال مكافحة الغش الضريبي.

ثالثا: مقومات نجاح الإدارة الضريبية.

يتطلب نجاح إدارة الضرائب في تأدية وظائفها توفر عدة مقومات يمكن إجمالها فيما يلي:

- توفر العناصر الفنية والإدارية ذات الكفاءة العالية والخبرة الواسعة وذلك من خلال تكوين متخصصين في الضرائب، والذي يرفع مستوى تأهيل وتدريب تلك العناصر مع وضع برنامج تكوين دوري قصير المدى لتلك العناصر
- ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف لتحسين العلاقة بينهما وكسب ثقة المكلف
- يجب على الإدارة الضريبية أن تضمن أحسن تطبيق النظام الضريبي وتؤمن له الظروف الموضوعية الأخلاقية العمل الضريبي ومردوديته التامة.
- وضع نظم رقابية ضريبية فعالة، والتي تتميز بدقتها وسرعة اكتشاف مختلف المخالفات المرتكبة مع فرض العقوبات المناسبة لمرتكبيها.
- القضاء على السلوك الإداري البيروقراطي حيث أن هذا الأخير يؤثر سلبا على مردودية النظام الضريبي.
- تزويد مختلف الإدارات الضريبية بأجهزة الإعلام الآلي قصد إتقان العمل وسرعة تنفيذه كما يمكن حصر جميع المكلفين وتحديد ما يستحق عليهم من ضرائب.
- تعميق وسائل الاتصال بين الإدارة والمكلفين وهذا لا يكون إلا من خلال الإعداد الجيد لرجال الإدارة الضريبية.
- تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها حتى يسهل عمل موظفي إدارة الضرائب من جهة وتخفيض حجم المنازعات الضريبية التي قد تنشأ بين المكلفين وإدارة الضرائب من جهة أخرى.

<sup>1</sup>ناصر مراد، 2003، مرجع سابق، ص114.

- إقامة تعاون وثيق بين إدارة الضرائب ومختلف الإدارات الحكومية مثل إدارة الجمارك والبنوك قصد تزويد إدارة الضرائب بما تحتاجه من معلومات وتوضيحات حول نشاط المكلفين.

### المطلب الثالث: أهمية الوعي الجبائي

#### أولاً: أهمية تحقيق الوعي الجبائي بالنسبة للمكلف:

تختلف أهمية الوعي الجبائي باختلاف نوع الضريبة حيث تتميز الضرائب المباشرة بأنها تشعر المكلفين بواجباتهم الجبائية ويرجع ذلك إلى أن المكلف بالضريبة يدفعها في شكل تضحية بجزء من دخله إلى الدولة، أما الضرائب غير مباشرة فلكونها تفرض على الإنفاق فإن المكلف لا يشعر بها بل يعتبرها جزء من سعر المنتج أو الخدمة مما يؤدي إلى عدم شعوره بالواجب الضريبي الذي يساهم في انخفاض الوعي الجبائي<sup>1</sup>. يمكن اختصار أهمية الوعي الجبائي بالنسبة للمكلفين في النقاط التالية:

- يعمل الوعي الجبائي على إزالة أسباب التوتر وخلق الثقة المتبادلة بين المكلف والإدارة الجبائية وتحقيق التعاون بينهما.
- تغيير ذهنية الرأي العام بحيث لا يرى جمهور المكلفين الإدارة الجبائية خصماً وإنما إدارة ضرورية لكل مجتمع متحضر.
- القضاء على النظرة السائدة عند المكلفين بأن الضريبة مجرد عبء.
- تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية.
- تجنب العقوبات عن طريق تقديم التصريح الصحيح والدفع في المواعيد المحددة قانوناً.

#### ثانياً: أهمية تحقيق الوعي الجبائي بالنسبة للإدارة الجبائية:

تؤثر سياسة الإدارة الضريبية بشكل كبير في مستوى العلاقة بين المكلف والإدارة الضريبية وكذلك في مستوى التحصيل والجبائية، وعليه يتوجب على الإدارة الضريبية عند وضع الخطط أن تأخذ بعين الاعتبار تحقيق الأهداف المرجوة، حيث يتوجب على المشرع الضريبي أن يعمل على وضع تشريعات ضريبية ملائمة لواقع وظروف المكلف، وللظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة في ذلك البلد، وعلى الإدارة الضريبية أن تعمل على وضع الخطط والسياسات المناسبة، وأن تعمل على تعديل هذه الخطط و ملائمتها مع الظروف والأوضاع، وأن تعمل الإدارة الضريبية كذلك على متابعتها و تقييمها باستمرار.<sup>2</sup>

وكذلك يتوجب على الإدارة الضريبية أن تعمل على تبسيط الإجراءات المتبعة داخل الدوائر الضريبية وأن لا يكون همها وهدفها الوحيد حجم الجبائية والانجاز، وأن لا تقوم بالضغط الشديد على مأموري التقدير أنفسهم التحقيق ذلك، لأنه إذا تم ذلك فانه سوف يكون على حساب الأهداف الأخرى التي تسعى الدولة لتحقيقها، كذلك يتوجب على الإدارة الضريبية أن يكون لديها الخبرات، و الإلمام المالي

<sup>1</sup> محمد عباس محرز، اقتصاديات الجبائية و الضرائب، دار هومة، الجزائر، 2003، ص 69.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 108.

والمحاسبي و الضريبي، وأن يكون لديها وعي بالظروف الاقتصادية والسياسية والبيئة المحيطة حيث أن هذا الوعي و المعرفة يساعد الإدارة الضريبية في وضع الخطط و تعديلها ومتابعتها، وفي وضع الاقتراحات لتعديل القوانين، وكذلك وضع اللوائح والتعليمات وإصدارها.

ويتوجب على مأمور التقدير حتى تكون لديه الخبرة الكافية والوعي الضريبي المطلوب منه أن يعمل دوما على زيادة خبرته واطلاعه على الأمور المحاسبية والمالية والضريبية والقانونية، والقوانين الأخرى ذات الصلة، وكذلك التقارير والمجلات الخاصة بعمله، وأن يكون لديه الاستعداد لتطوير نفسه ومعرفته وأن يكون لديه إلمام بالقطاعات المختلفة، مما ينعكس أثره إيجابيا على مقدار وعيه وبالتالي موضوعية القرار الذي سيتخذه، وفي هذا رفع وزيادة المستوى التحصيل والجبائية. بناء على ما تقدم يتبين مدى أهمية الإدارة الضريبية، ومأمور التقدير بالوعي الضريبي والمعرفة الكافية بالظروف المحيطة، حيث أنه كلما كان هناك وعي ضريبي لدى الإدارة الضريبية، ولدى مأمور التقدير، كلما ساعد ذلك في تحسين العلاقة بين المكلف والإدارة الضريبية، وبالتالي ينعكس إيجابا على مستوى التحصيل والجبائية، وعلى العكس من ذلك، بحيث إذا ما وصفت الإدارة الضريبية بالمكلفين ومأمور التقدير بقلة الوعي الضريبي وعدم المعرفة الكافية بالظروف الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بالمكلفين، فإن هذا سيؤدي حتما إلى توسيع الفجوة القائمة بين المكلف والإدارة الضريبية وبالتالي ينعكس سلبا على مستوى التحصيل والجبائية<sup>1</sup>.

#### المطلب الرابع: مصادر الوعي الجبائي و أسباب ضعفه

تتنوع أسباب ضعف الوعي الجبائي من دولة لأخرى ومن منطقة لأخرى، وكذا تتنوع مصادره، وسنحاول من خلال هذا المطلب بيان أسباب ضعفه ومصادره في الجزائر.

#### أولا: مصادر الوعي الجبائي

**1- الإعلام الجبائي:** تعتبر الإدارة الجبائية المسؤول المباشر عن عملية تكوين وتوليد الوعي الجبائي لدى المواطنين بصفة عامة والمكلفين بالضريبة بصفة خاصة عن طريق استخدام التكنولوجيا الحديثة والإعلام الرسمي، وهذا ما باشرته مصالح المديرية العامة للضرائب عن طريق وضع موقع الكتروني خاص بما يهدف إعلام المكلفين وإعلامهم بالمستجدات التي تطرأ على القوانين الجبائية، حيث يمكن للمكلف الولوج إليه والإطلاع أو تحميل كافة القوانين والوثائق التي تخص وضعيته الجبائية، كما يمكن للمكلف طلب هذه القوانين والوثائق عن طريق الطلب المباشر من المصالح الجبائية بمختلف مكوناتها، كما يتوجب على أعوان الضرائب إجابة المكلفين عن مختلف انشغالاتهم الجبائية مراعين في ذلك المواصفات المتعلقة بإجراءات الاستقبال والإعلام.

يبقى دور الإعلام غير الرسمي مهما في عملية التوعية الجبائية للمكلفين لمعرفة التزاماتهم وواجباتهم الجبائية لتطوير الحس والثقافة الجبائية، إلا أنه يبقى محدودا في الجزائر لعدم تكوين الصحفيين في هذا الجانب، وعدم وجود مجالات أو قنوات اتصال متخصصة في الاقتصاد أو الجبائية بصفة خاصة.

<sup>1</sup>حسام فايز عبد الغفور، العلاقة بين المكلف و الإدارة الضريبية، وأثرها على التحصيل و الجبائية، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين 76-78. مأمور التقدير: أي موظف أو أي لجنة من الموظفين مفوض أو مفوضة بإجراء أي تقدير أو تدقيق للضريبة.

**2- وكيل المكلف:** تنص القوانين الجبائية في الجزائر على أنه يمكن للمكلفين اختيار وكيل جبائي ليمثلهم حيث يجب أن تشعر الإدارة المكلف بهذا الحق إجباريا، حيث يلعب وكيل المكلف دورا مهما في قضية نشر الوعي الضريبي، فمن جهة يكون مطالبا بأن يكون لديه القدر الكافي من الوعي الضريبي، ليتمكن من تمثيل المكلف بالشكل الصحيح، ومن جهة أخرى فإنه يكون مطالبا وتقع عليه مسؤولية نشر الوعي الضريبي بين صفوف المكلفين الذين قاموا بتوكيله لمتابعة قضاياهم الجبائية والمالية، إذ أن المكلف عادة ما يجهل الأمور الجبائية والمحاسبية وغيرها، فيعهد بهذا الأمر للوكيل ليقوم مقامه في متابعة جميع معاملاته المالية والجبائية وهذا يحقق كل من مصلحة الإدارة الجبائية والمكلف على حد سواء، ومن هنا يمكن القول إن المكلف ومن خلال احتكاكه بالوكيل الجبائي فإنه يستمد منه معرفة ضريبية واقتناع بالزامية الخضوع للقانون الجبائي .

### ثانيا: أسباب ضعف الوعي الجبائي في الجزائر

تنقسم أسباب ضعف الوعي الضريبي إلى أسباب مباشرة وأخرى غير مباشرة كالتالي:

#### **1- الأسباب المباشرة: وتتمثل فيما يلي:**

**أ- الأسباب التشريعية:** إن تعقيد القوانين الجبائية في نظر المكلف ساهم بشكل مباشر في ضعف مستوى الوعي الجبائي من خلال عدم الفهم الصحيح للقوانين وعدم تفسيرها من قبل الإدارة الجبائية، وفي الجزائر نلاحظ غياب ثقافة الاعتماد على الوكيل الجبائي، فوكيل المكلف يلعب دورا مهما في قضية الوعي الضريبي، فمن جهة يكون مطالبا بأن يكون لديه القدر الكافي من الوعي الضريبي، ليتمكن من تمثيل المكلف بالشكل الصحيح، ومن جهة أخرى فإنه يكون مطالبا وتقع عليه مسؤولية نشر الوعي الضريبي بين صفوف المكلفين الذين قاموا بتوكيله لمتابعة قضاياهم الضريبية والمالية، إذ أن المكلف عادة ما يجد صعوبة في فهم التشريعات الضريبية والمحاسبية وغيرها، فيعهد بهذا الأمر للوكيل ليقوم مقامه في متابعة جميع معاملاته المالية والضريبية وهذا يحقق مصلحة كل من الإدارة الضريبية والمكلف على حد سواء<sup>1</sup>.

**ب- الأسباب الإدارية:** إن النقص في الكفاءة الإدارية والفنية، إضافة إلى إجراء الكثير من التعديلات على القوانين، أدى إلى ضعف الإلمام بهذا الموضوع سواء على أعوان الإدارة أو المكلفين فمسؤولية توعية المكلف تقع على عاتق الدولة، إذ يجب على الدولة أن تقوم بتنفيذ برامج توعية ضريبية، وذلك من خلال تنظيمات سياسية، ومهنية، بحيث تعمل الدولة على إيقاظ فكرة الواجب الضريبي بين المكلفين، ونشر فكرة التضامن والتكافل الضريبي بينهم، كذلك أن تشمل التوعية الضريبية تعريف المكلفين بالمكاسب والمنجزات التي حققتها الدولة لهم، على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وأن الدولة ممثلة بأجهزتها تعمل دوما للقضاء على المحسوبية، وتعمل على محاربة هدر الأموال العامة، وأن الدولة تسعى للوصول إلى العدالة الاجتماعية لتوزيع الدخل والثروات، وهذا ما لا يوجد في الجزائر نهائيا.

**ج- وسائل الاتصال:** تعتبر مساهمة وسائل الاتصال في توعية المكلفين في الجزائر ضعيفة مقارنة بدورها في الدول المتقدمة وهذا راجع لعدة أسباب منها عدم وجود وسائل إعلام متخصصة في هذا المجال. فوجود هكذا إعلام متخصص يعني بتمكين الناس من التعرف بماهية

<sup>1</sup>حسام فايز عبد الغفور، مرجع سابق، ص-79

الضريبة وأهميتها ودور إيراداتها، عن طريق نشر القوانين الضريبية والتعليمات الخاصة بتطبيقها وكل ما يتعلق بالالتزام الضريبي، ليكون المكلف الضريبي على دراية كافية حول ذلك مما يجنب تعرضه للغش الضريبي..

2- الأسباب غير مباشرة: وتبرز أهمها في:

أ- الأسباب التاريخية: الضريبة هي أداة لنهب أموال المكلفين، هذا ما جسدهته السياسة الاستعمارية في الجزائر التي كانت تستعمل الضريبة للحد من حرية الأفراد.

ب- الأسباب النفسية: تعتبر من أهم أسباب ضعف الوعي الضريبي حيث يعتقد المكلفون بالضريبة بأن ما يدفعوه من ضرائب لا يعود عليهم بالمنفعة، فيجب على الإدارة الضريبية أن تعمل على إزالة أسباب التوتر بين المكلف والإدارة الضريبية، مما يؤدي إلى خلق الثقة المتبادلة بين الطرفين وتحقيق التعاون بينهما هذا من جهة، ولكي تتغير عقلية الرأي العام الضريبية، بحيث لا يرى جمهور المكلفين بالإدارة الضريبية خصما، وإنما إدارة ضرورية لكل مجتمع متحضر من جهة أخرى، فالعلاقة بين المكلفين والإدارة الضريبية يجب أن لا تكون علاقة عداء بل العكس من ذلك يجب أن تركز على دعائم الثقة والتعاون والمسؤولية المشتركة في سبيل النفع العام.<sup>1</sup>

ج- الاقتصاد غير رسمي: نجد في هذا النوع من السوق بأن المكلفين غير مجبرون على دفع الضريبة لأنهم لا يملكون سجل تجاري، وهذا ما أدى إلى عدم اهتمامهم بالضريبة.

<sup>1</sup>داودي محمد، الإدارة الجبائية و التحصيل الجبائي في الجزائر، مذكرة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص151.



## المبحث الثاني: ركائز تنمية الوعي الجبائي

إن الركائز الأساسية لتحقيق الوعي الضريبي تتجسد في التالي:

### المطلب الأول: دور الإعلام في تنمية الوعي الجبائي

لم يعد الإعلام مقتصرًا على الأخبار السريعة فحسب بل اتسع مفهومه في عصرنا الحاضر وأصبح علما قائما بذاته وتعددت تعريفاته. وينظر للإعلام بأنه أداة اتصال بين طرفين وهم الإعلامي (المراسل) والجمهور (الفئة المستقبلة)، ويكون ذلك عن طريق العديد من الوسائل الإعلامية، كما أنه تنتقل الرسالة الإعلامية بواسطته من طرف الآخر، ويعرف الإعلام بأنه العملية التي تقوم على تزويد الجمهور أو المستقبل للمعلومات بأكبر كمية ممكنة من المعلومات الصحيحة بالإضافة إلى الحقائق الثابتة والواضحة، وكلما كانت هذه المعلومات صحيحة وسليمة كان الإعلام سليما وقويا.<sup>1</sup>

ويعد الإعلام من أقوى وسائل التأثير الجماهيري وتسويق الأفكار، وأدواته من أفضل الأدوات في تسويق الفكر والتأثير في الناس، ولا يمكن الحديث عن تسويق الفكر بعيدا عن الوسائل الإعلامية التي تأخذ من الناس وقتا كبيرا أكثر من مدارسهم وأعمالهم وأشغالهم، ولذا تحرص جميع المؤسسات الحكومية وغير الحكومية على أن يكون لها أدواتها التي تسوق بها أفكارها وأهدافها وبرامجها. والإعلام الضريبي هو نوع من أنواع الإعلام المتخصص في تلبية احتياجات الجمهور عن طريق عرضها للقوانين الضريبية والتعليمات الخاصة بتنفيذها بشكل يتسم بالدقة والموضوعية من أجل حل المشاكل التي تواجه العمل الضريبي. والإعلام الضريبي المتخصص يقوم على ركنين أساسيين:

1- المادة المتخصصة: وهي القوانين الضريبية والتعليمات الصادرة من الهيئة العامة للضرائب حول كيفية تطبيق تلك القوانين.

2- الجمهور المتخصص: ويشمل كافة المكلفين الخاضعين للضريبة من الشركات والأفراد.

ومما تقدم يمكن الإشارة إلى بعض الملاحظات حول الإعلام الضريبي المتخصص.

- ✓ انه ضرورة ملحة لتعريف الجمهور بالقوانين الضريبية السارية والتعليمات الخاصة بتنفيذها .
- ✓ انه نشاط اتصالي له خصائصه ووسائله ويستخدم للإخبار والتفسير والإقناع والتوجيه والتوعية. يهدف إلى توعية الناس وتنقيفهم ضريبيا وزيادة وعيهم الضريبي .
- ✓ انه نشاط ابتكاري يحتاج إلى ذكاء ومرونة في التخطيط والتنفيذ والمتابعة، ويستخدم الإعلام الضريبي كافة وسائل الاتصال الجماهيرية كالصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والانترنت في نشر القوانين الضريبية وبأساليب مختلفة وحسب نوع الوسيلة المستخدمة.

ومن هنا لابد من التركيز على وسائل الإعلام ذات الأثر المهم في توجيه وتوعية المواطنين حول مفهوم الضريبة وأهدافها والغرض من فرضها والكيفية التي تفرض بها انطلاقا من مبدأ الشفافية الضريبية في اطلاع المواطنين على كل ما يتعلق بعملية التحاسب الضريبي للابتعاد قدر الإمكان عن المشاكل التي تواجههم عند مراجعتهم لدوائر الضريبة وتعرضهم للابتزاز أحيانا بسبب عدم معرفتهم وجهلهم بألية التحاسب الضريبي.

مما سبق يتضح أهمية الإعلام وأثره المهم في عملية إخبار المواطنين وإتاحة الفرصة لهم لمعرفة ما يحتاجون إليه من معلومات حول أي موضوع وبكافة الوسائل الإعلامية المتاحة والمؤثرة في الجمهور، وبالإمكان استخدام أكثر من وسيلة للترويج لسلعة معينة أو إخبار المواطنين بضرورة

<sup>1</sup>عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه و مذهب، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 2002، ص23.

انجاز عمل معين يصب في المصلحة العامة. وتنعكس تلك الأهمية على دوره في زيادة الوعي الضريبي للمكلفين الذين هم بحاجة إلى معرفة كيفية إجراء عملية التحاسب الضريبي لهم والعقوبات الناتجة عن تهربهم الضريبي أو تأخرهم عن تسديد ما بذمتهم من مبالغ ضريبية مما يدفعهم للالتزام بتسديد الضريبة في وقتها ومكانها المحدد. ولابد أن يكون الإعلام الضريبي فعالاً في نشر الوعي الضريبي عند التنشئة الاجتماعية أي مرحلة طلاب المدارس من خلال إدراج مفاهيم الضريبة ودورها في رفد الموازنة العامة للدولة في المناهج المدرسية والتركيز على أن الضريبة هي نظام عالمي تحقق الدول من تحصيلاتها أهداف مالية واقتصادية واجتماعية وسياسية الخ ..... ومن جانب آخر لابد من نشر الوعي الضريبي من خلال وسائل الإعلام المؤثرة في المواطن لتغيير معرفته وسلوكه تجاه الضريبة فبعض الناس لا يفهم معنى الضريبة وأين تذهب المبالغ الضريبية التي تجبي من خلال فرضها وبذلك يمتنع عند مراجعة دوائر الضريبة وتسديد ما بذمته منضرائب متحققة لاسيما إذا كان لا يشعر بقيمة ما يدفعه من أموال للضريبة عندما تكون الخدمات المقدمة إليه سيئة ولا تجعله يحس برفاهيته.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: إشعار المكلفين بأهمية الضرائب

يلعب المكلف بالضريبة دوراً هاماً وفعالاً في الأداء الحسن للضريبة، ويعتمد دوره على درجة ثقافته الجبائية ودرجة ضبط القوانين والتشريعات الجبائية، ودرجة أداء الإدارة الجبائية ومصالحها المختلفة، دون نسي دور قناعة ورضا المكلف بعدل الضريبة في فرضها وأدائها الاقتصادي والتجاري والمالي وشعوره بالأمن تجاهها بالنسبة لذمته المالية وما يملكه من ثروات. إن تكوين وإعلام المكلف بالضريبة له دور هام ومعتبر في تغيير تلك النظرة السلبية التي يحملها المكلفين بالضريبة على الضريبة والإدارة الجبائية بالأخص، حيث يؤدي إلى تحويل المكلف بالضريبة المعارض إلى مكلف ملتزم، وهذا انطلاقاً من تثقيفه وإطلاعه على مختلف التعديلات والمستجدات التي تحدث على مستوى النظام الضريبي ولهذا الغرض على الإدارة الجبائية أن تستعين بالصحف والمنشورات التحسيسية، والمجلات المتخصصة لتوضيح مستجدات النظام الضريبي، وشرح كل الإجراءات الجبائية وتوضيحها وإزالة الغموض الذي قد تتضمنه بعض النصوص القانونية في التشريع الجبائي. فهناك عدة قنوات يمكن أن تستعملها الإدارة الجبائية لإبلاغ سياستها الجبائية، ومن بين الوسائل التقليدية وسائل الإعلام السمعية البصرية، الإذاعة، التلفزيون، المجلات، الجرائد، الأيام الإعلامية ولكل واحدة من هذه الوسائل دورها في إيصال السياسة الجبائية إلى كل فئات المجتمع. ونظراً لتطور وسائل الاتصال في وقتنا الحالي، يجب على الإدارة الجبائية الجزائرية أن تستعملها لإيصال سياستها الجبائية إلى كل أطراف المجتمع، بالإضافة إلى الوسائل التقليدية السابقة الذكر، فيجب على الإدارة أن تستعمل الوسائل الحديثة والمتمثلة في الأيام الدراسية، استعمال مواقع على الانترنت وإدخال كل التغيرات التي تحدث على السياسة الجبائية. إن الملاحظة الأساسية التي يمكننا أن ندرجها في هذا المقام، هي غياب قنوات الإبلاغ عند الإدارة الجبائية الجزائرية، فهي شبه غائبة إذا لم نقل هي غائبة تماماً في بعض الأحيان، ومن ثم نستخلص مدى تأثير الاتصال « la communication » على المردودية الجبائية.

القيام بهذه المهمة اللازمة والضرورية يتطلب من الإدارة الجبائية إقامة مكاتب على مستوى مصالحها المختلفة، تتمثل وظيفتها الأساسية في شرح الإجراءات المتعلقة بالالتزامات الجبائية، يسهر على هذه المكاتب الإعلامية موظفين مؤهلين لهذا الغرض، حيث يسعون إلى تحسين العلاقة ما بين طرفي التحصيل الضريبي، الإدارة الجبائية والمكلف بدفع الضريبة، وذلك من خلال الإجابة على مختلف تساؤلات المكلفين وحسن استقبالهم.

من يدفع أمواله أو جزء منها إلى هيئة أو إدارة ما، عليه أن يجد المبرر المقنع مقابل هاته الأموال وإلا فلن يستجيب، إذ لا يمكن أن يلتزم المكلف التزاماً كلياً بتسديد ما عليه من ديون، إذا لم يشعر بأهمية هذا الالتزام.

<sup>1</sup>علاء حسين علوان، دور الإعلام في تنمية الوعي الضريبي، دراسة تطبيقية في الهيئة العامة للضرائب، كلية اقتصاديات الأعمال، جامعة النهريين، العراق، 2016، ص-ص 11-12.

معروف أن أموال الضرائب تذهب إلى تغطية نفقات مختلفة من قطاعات حيوية مختلفة ، ولكننا المانع إذا تم إشعار المكلف أو المواطن بماته النفقات وخاصة عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، ولماذا لا يتم إقامة جهاز إعلامي مختص في الدعاية والإشهار لدفع الضرائب يكون مقره في المديرية العامة ووسائله كل الأجهزة الإعلامية ابتداء من التلفزيون وصولاً إلى المجلة أو النشرة، ويكون باللغة الوطنية إلى جانب اللغة الفرنسية ومحاولة حتى إعطاء المبررات الدينية من طرف مختصين في هذا المجال لما للدين من أهمية في التحفيز والتشجيع.

إن وجود مثل هذه الأجهزة الإعلامية ممكن لو صحت النية والإدارة، خاصة إذا وجدنا دول متطورة اقتصادياً تستعمل هاته الأساليب فكثيراً ما نشاهد في القنوات الفرنسية ومضات اشهارية تشجع على دفع الضرائب وتعطي الأدلة الواقعية والملموسة في الدور الذي تلعبه هاته الأموال في حياة الناس وشؤونهم الاجتماعية والاقتصادية، ونحن عندنا الإمكانيات ولكن تنقص الإرادة التي تضع الأفكار موضع التنفيذ.

### المطلب الثالث: العلاقة بين الإدارة الجبائية والمكلفين بالضريبة.

تعد العلاقة بين الإدارة الجبائية والمكلفين بالضريبة أهم الركائز التي يجب التركيز عليها لنشر و تنمية الوعي الجبائي، و يكون ذلك بعدة أساليب. نذكر منها ما يلي:

#### أولاً: تعزيز اللقاءات بجمعيات واتحادات المهنية.

والتي تهدف إلى تحسين مستوى الإعلام الجبائي لدى الجمعيات والاتحادات المهنية التي تشكل أكبر فئة من الخاضعين للضريبة، خاصة عندما يتعلق الأمر بإعداد نصوص تشريعية أو طرح سياسة جبائية جديدة تخص هذه الفئات<sup>1</sup> وهو ما أشارت إليه دورية الوعي الضريبي للمملكة الأردنية حيث نشرت بهذا الصدد "... وتأتي أهمية هذه اللقاءات في دورها الفاعل في تعزيز الالتزام الضريبي والاستجابة الطوعية لدى التجار وأصحاب الأعمال والمهنة وتوعيتهم وإرشادهم بتشريعات والإجراءات الضريبية الصحيحة والناظمة لعلاقة المكلف مع الدائرة<sup>2</sup>.

#### ثانياً: تطور معاملة المكلف بالضريبة كعميل أو زبون لدى إدارة الضرائب.

تنظر إدارة الضرائب إلى المكلف بالضريبة على أساس أنه مدينا بالضريبة، أي أنه مجبر على أدائها باعتباره مكلفاً قانوناً، بغض النظر إلى ظروفه وأحواله الخاصة، غير أن هذه النظرة لم تعد تتلاءم مع الإصلاحات الواقعة على الإدارة الضريبية، فكان لابد لها أن تنظر إليه على أنه عميل أو زبون تسعى هذه الإدارة إلى توضيحه عن طريق تقديم خدمات بجودة عالية تجعله مرتبطاً بها. وكذا حسن لقاء المكلف بالضريبة أو مخاطبته في المراسلات التي ترد إليه من إدارة الضرائب إذ يجب أن تكون بالأسلوب اللائق البعيد عن التهديد والوعيد والإشارة إلى ما يقرره القانون دون إرهابه أو تكديره.

أما بالرجوع إلى الإدارة الضريبية فقد بدأت في تقنين معلوماًها للتطور من منظمة ضريبية مركزية إلى منظمة زبون مركزية في أوائل 2001 من أجل تحسين العلاقة بين المكلف بالضريبة والإدارة الضريبية عن طريق هدفين<sup>3</sup>:

<sup>1</sup>عبد الغني بوشري، فعالية الرقابة الجبائية و أثرها في مكافحة التهرب الجبائي في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص نفود و بنوك جامعة تلمسان ص210.

<sup>2</sup>موسى الطراونة، أنشطة و لقاءات التنقيف الضريبي، دورة الوعي الضريبي الالكترونية، الأردن، العدد 2015، ص53، ص05.

<sup>3</sup>فاطمة زعزوعة، الحماية القانونية للأشخاص الخاضعين للضريبة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة تلمسان، 2013، صص 86-87.

1- خلق حساب مالي

2- انطلاق إعلان الضريبة على الانترنت واستمرت حتى عام 2005 في تزويد الخدمات إلى المواطنين.

ولبناء علاقات جيدة مع المكلفين بالضريبة كزبائن أو عملاء يمكن إتباع الخطوات التالية:

- يجب على من يفحص الضرائب أن يكون بالقدرة اللازمة من أجل حسن معاملة المكلفين بالضريبة في جل اتصالاتهم بهم أو بممثلهم.
- يجب أن تكون المراسلات الموجهة إلى المكلف بالضريبة واضحة وموجزة وملتزمة بالشروط القانونية.
- يجب أن تحتوي هذه المراسلات على اسم الموظف، توقيعه ورقم هاتفه لسهولة الاتصال به. والرقم التعريفي بالضريبة، أي الرقم الجبائي للمكلف بالضريبة على مستوى إدارة الضرائب التابع لها.
- الرد على تساؤلات المكلف بالضريبة وتقديم ما أمكن من استفسارات لأجل إزالة الغموض الذي يعترضهم.
- التعامل مع المكلف بكل شفافية وصدق، وأمانة دون التمييز بين مكلف بالضريبة دون آخر.

ثالثا: تطور الإدارة الضريبية إلى إدارة الخدمات:

حيث تتمثل هذه الخدمة في إعانة المكلف بالضريبة على الوفاء بالتزاماته الضريبية، وابتعاده عن الوقوع في المخالفات التي تعرضه إلى توقيع العقوبات، إذ أن المكلف بالضريبة يشعر أن إدارة الضرائب تخدمه، وأن خدماتها تعود عليه بالنفع.

إن هذه الخدمات المقدمة إلى المكلف بالضريبة يمكن ترجمتها إلى مبالغ نقدية يمكن توفيرها دون الحاجة إلى ذوي الخبرات، وبالتالي يجنبهم التكلفة. ومن خلال هذا نجد أن هناك عدة أسباب أدت إلى تحول الإدارة إلى إدارة خدمات ومن بينها:

- ضرورة وجود إدارة تهتم بكافة جمهور المكلفين والوفاء بها.

- قيام الإدارة بمد جسور الثقة بين المصلحة وجمهور المكلفين على حد سواء.
- تقديم المشورة والمساعدة لجمهور المكلفين بالضريبة.
- قيام الإدارة بالإعلان عن أي تغيير في الإجراءات والقوانين واللوائح.

ولكي تؤدي هذه الأسباب نتائجها وجب أن يتبنى التشريع الضريبي فلسفة معينة تقوم على تحسين الخدمات التي تقدمها إدارة الضريبة إلى المكلف بالضرائب، وهذا عن طريق إصدار تعليمات واضحة ومبسطة، ونماذج سهلة مفهومة وتوفير المعلومات المطلوبة بشفافية، وهكذا يختار المكلف بالضريبة الالتزام بالقانون أكثر من اعتماده على الإلحاح في دفع الضريبة.

حيث تقوم الإدارة الضريبية الأسترالية بتقديم خدمة متخصصة لمساعدة المكلف بالضريبة من أجل فهم الالتزامات الملقاة عليه، والوفاء بها، وتشتمل هذه الخدمات على:

- تعريف المكلف بالضريبة بحقوقه والتزاماته ومستحققاته.
- تقديم النصح والمعلومات بالطريقة التي تفي باحتياجات المكلف بالضريبة كلما أمكن.
- الوفاء بمعايير تقديم الخدمة.
- الرجوع إلى المكلف بالضريبة إذا تم وعده من جانب الإدارة الضريبية بذلك وفي أسرع وقت.

- إعطاء المكلف بالضريبة تفاصيل الاتصال بالإدارة الضريبية، وإذا كان الاتصال بشأن الاستفسار عن أمور أكثر تعقيدا فتيسر الإدارة الضريبية الاتصال بمن هو ممكن لمساعدة المكلف بالضريبة.
- محاولة استخدام لغة سهلة وواضحة عند الحديث مع المكلف أو الكتابة له.
- الاعتذار عن الأخطاء المرتكبة عن الإدارة الضريبية وإصلاحها في أسرع وقت ممكن.

## خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى مفهوم الوعي الجبائي و الأطراف ذات العلاقة به، ثم تم توضيح أهميته بالنسبة للمكلفين و الإدارة الجبائية كل على حدا، ثم تبيان مصادر الوعي الجبائي و أسباب ضعفه في الجزائر.

ثم تطرقنا إلى أهمية الإعلام من خلال التعريف بالضرورية و أهميتها و أهدافها في دوره في نشر و تنمية الوعي الجبائي، كما أن العلاقة بين الإدارة الجبائية و المكلفين تعتبر واحدة من الركائز الأساسية لتنمية الوعي الجبائي.

# الفصل الثاني

الدراسة الميدانية باستخدام

أداة الاستبيان

## تمهيد

بعد التطرق للجانب النظري للدراسة الذي تم من خلاله التعرف على الإطار النظري المساعد في بناء الجانب التطبيقي، وفي محاولة منا لإثراء موضوع الدراسة وتدارك أي نقص قد يلحق بها بمعرفة وجهات نظر المكلفين ، استخدمنا أسلوب الاستبيان الذي يعتبر من أكثر أدوات البحث شيوعاً ومن أهم وسائل جمع البيانات والمعلومات، وهذا للإجابة على إشكالية البحث والأسئلة الفرعية المرتبطة بها واختبار جملة الفرضيات، وعليه تم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: منهجية وبناء الإستبيان.

المبحث الثاني: عرض أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في البحث.

المبحث الثالث: تحليل البيانات ، اختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها.



### المبحث الأول: منهجية وبناء استبيان الدراسة

إن لكل دراسة تطبيقية منهجية علمية يجب التقيد بها سواء في طريقة الحصول المعلومات أو معالجة المعطيات، هذا ما سيتم دراسته من خلال هذا المبحث.

#### المطلب الأول: منهجية الدراسة

للوصول إلى اختيار عينة الدراسة يتعين علينا بيان منهج وأسلوب الدراسة، إضافة إلى مجتمع وعينة الدراسة، وهذا ما سنتناوله من خلال هذا المطلب.

#### أولاً: منهج الدراسة

يمثل المنهج الأسلوب المتبع قصد الوصول إلى الأهداف المسطرة، فهو يسمح بالكشف عن الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، وباعتبار طبيعة بحثنا هذا سيتم الاعتماد على المنهج التحليلي في تحليل البيانات والمعلومات ثم تحديد النتائج المتحصل عليها.

#### ثانياً: أداة الدراسة الميدانية

نظراً لارتباط موضوع البحث بدراسة تحليلية وميدانية، فقد استخدم الباحث أداة الاستبيان كأهم الأدوات البحثية لتحليل رأي العينة المختارة، حيث تم تقديم الاستبيان إلى أفراد العينة عن طريق المقابلة للتغلب على أبرز العيوب وأهمها انخفاض نسبة الردود.

#### ثالثاً: مجتمع الدراسة

**تعريف مجتمع الدراسة:** هو جميع الأفراد أو الأحداث الذين يمثلون موضوع إشكالية البحث.

ومن خلال دراستنا فقد تم حصر مجتمع البحث في فئة المختصين في الجباية

#### رابعاً: ضبط متغيرات الدراسة

لدينا متغيرين حسب هذه الدراسة كالتالي:

**المتغير المستقل:** ويدرس آثاره على متغير آخر، فهو المتغير الذي يراد معرفة تأثيرها، وفي حالة دراستنا فإن المتغير المستقل يتمثل في الوعي الجبائي.

**المتغير التابع:** هو المتغير الذي يتغير بتغير المتغير المستقل، أي أنه ينعكس عليه آثار ما يحدث من تغير في المتغير المستقل، إذا كان هناك ثمة علاقة بين المتغيرين، ويتمثل المتغير المستقل في دراستنا في الحصيلة الجبائية.

### المطلب الثاني: منهجية بناء استبيان الدراسة

من خلال هذا المطلب سنتعرف إلى منهجية بناء الاستبيان المعتمد في هذا البحث.

#### أولاً: بناء استبيان الدراسة

**1- الحدود الزمنية والمكانية:** تم توزيع استمارة الاستبيان على العينة المختارة المتمثلة في:

مجموعة من المختصين في ولاية برج بوعرييج، بينما امتدت عملية تسليم وجمع هذا الاستبيان زمنياً من 20 إلى 30 سبتمبر 2020.

**2- هيكل الاستبيان:** من خلال أهداف الدراسة تم تقسيم هذا الاستبيان إلى قسمين (أنظر الملحق رقم 1) كما يلي:

1- القسم الأول: شمل هذا القسم متغيرات المراقبة لعينة الدراسة، وتضمن: الجنس، السن، نوع النشاط..

2- القسم الثاني:

تم تقسيم هذا القسم إلى ثلاث محاور رئيسية يشتملان في مجموعهما على 18 فقرة كالتالي:

1 - 2 - المحور الأول: يضم هذا المحور 6 فقرات، تهدف لإبراز مدى تأثير الوعي الجبائي على TVA.

2 - 2 - المحور الثاني: يضم هذا المحور 6 فقرات، تهدف لإبراز مدى تأثير الوعي الجبائي على IBS.

3-3- المحور الثالث : يضم هذا المحور 6 فقرات، تهدف لإبراز مدى تأثير الوعي الجبائي على TAP.

3- إعداد فقرات الاستبيان

تم اعداد فقرات الاستبيان وفق نموذج لكارت الحماسي الذي يحتمل خمسة إجابات، كما هو

موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (1):سلم لكارت الحماسي .

التصنيف	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نموذج لكارت.

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمد عليها الباحث عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات في الدراسة، ولتحديد درجة السلم فقد

حدد الباحث خمس مستويات كما هي موضحة في نموذج لكارت، بناء على المعادلة التالية:

طول الفئة= (الحد الأعلى - الحد الأدنى) عدد المستويات أي  $(5-1) / 5 = 0.8$ ، وبذلك تكون المستويات كالتالي:

الجدول رقم (2): مقياس تحديد الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة.

5-4.2	4.19-3.4	3.39-2.6	2.59-1.8	1.79-1	مجال المتوسط الحسابي
موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	درجة الموافقة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نموذج لكارت.

ثانيا: الصدق الظاهري للاستبيان

حتى يكون الاستبيان ذو مصداقية وفعالية:

✓ صياغة فقرات الاستبيان بطريقة سهلة وواضحة لتفادي سوء الفهم.

✓ تدرج الإجابة على العبارات باختيار أفراد العينة البديل من خمسة بدائل.

✓ شمولية عبارات الاستبيان لمعالجة مشكلة البحث.

بناء على توصيات المشرف تم التوصل إلى صياغة الاستبيان بشكله النهائي.

ثالثاً: توزيع أداة الدراسة

قام الباحث بتوزيع 30 استبيان عن طريق المقابلة المباشرة، أي تسليم الاستبيان واستجواب كل فرد من أفراد العينة بحضور الباحث، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (3): الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان.

النسبة %	التكرار	البيان
100%	30	الاستمارات الموزعة
0%	0	الاستمارات غير مسترجعة
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أن جميع الاستمارات الموزعة تم استرجاعها بنسبة 100%، وهذا راجع إلى فعالية أسلوب التسليم والقبض المباشر في عين المكان.

### المبحث الثاني: عرض أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في البحث

بغية التأكد من سلامة صياغة الاستبيان وصحة مخرجات الدراسة، تم اللجوء إلى استعمال عدة أساليب إحصائية نوجزها في الآتي:

#### المطلب الأول: الوسائل الإحصائية المستخدمة في الدراسة

**1- التكرارات والنسب المئوية:** تم اعتماد المؤشرين في معالجة كافة إجابات عبارات الاستبيان لما لهما من أهمية قصوى في تحليل معطيات الدراسة.

**2- المتوسط الحسابي:** تم استخدامه في الدراسة كونه مؤشر يقوم بترتيب الإجابات حسب أهميتها من وجهة نظر المستجوبين.

**3- الانحراف المعياري:** يتمثل الهدف من استخدامه في معرفة مدى تشتت القيم عن متوسطها الحسابي.

**4- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach ' s Alpha):** أستخدم لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان، بحيث يأخذ قيمة تتراوح بين 0 و1، حيث كلما اقترب المؤشر من رقم 1 كلما ارتفع معامل الثبات.

#### المطلب الثاني: عرض الاختبارات الإحصائية المطبقة على الاستبيان

لقد تم إخضاع استمارة الاستبيان لعدة أنواع من الاختبارات الإحصائية كما يلي:

##### أولاً: اختبار ثبات الاستبيان

يقصد به أنه لو تم إعادة توزيع الاستبيان عدة مرات ونفس تحت الشروط السابقة سيكون هناك استقرار نسبي في نتائجه وعدم تغيرها بشكل كبير، وهذا ما يهدف إليه استخدام معامل ألفا كرونباخ في الدراسة . معامل ألفا كرونباخ 0.631 لجميع عبارات الاستبيان أكبر من المعامل المتفق عليه 0.6 وهذا ما يؤكد ثبات فقرات الاستبيان.

##### ثالثاً: معامل الارتباط لمحاور الاستبيان

للتأكد من وجود علاقة بين محاور الدراسة ومعرفة درجة وقوة الارتباط بين المحورين في القسم الثاني من الاستبيان، نلجأ إلى استخدام معامل الارتباط بيرسون.

#### جدول رقم (4): مصفوفة الارتباط بين محوري الدراسة.

مجموع المحاور	المحور الثالث	المحور الثاني	المحور الأول	
0.821	0.477	0.681	1	المحور الأول sig
0.922	0.729	1	0.681	المحور الثاني Sig
0.859	1	0.729	0.477	المحور الثالث sig
0.821	0.922	0.859	1	مجموع المحاور Sig

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)، وكانت قيم معاملات الارتباط تتمحور بين (0.681) و (0.477) و (0.922)، وهذا ما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين محاور الدراسة ومجموع المحاور.

## المبحث الثالث: تحليل البيانات ، اختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها

سنتطرق في هذا المبحث إلى تحليل بيانات الاستبيان الموزع على المكلفين إضافة إلى معالجة المخرجات بواسطة برنامج SPSS.

## المطلب الأول: تحليل بيانات القسم الأول من الاستبيان

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (5): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
77.7%	23	ذكر
23.3%	7	أنثى
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول رقم (5) نلاحظ أن أفراد العينة أغلبهم ذكور حيث تمثل نسبتهم % 77.7 من مجموع العينة ثم الإناث بنسبة %23.3.

ثانياً: توزيع أفراد العينة حسب السن

الجدول رقم (6): توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
33.3%	10	من 30 الى 40
36.7%	11	من 41 الى 50
30%	9	أكبر من 50
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول رقم (6) نلاحظ أن أفراد العينة بالنسبة للفئة العمرية الأولى تمثلت نسبة % 33.3 أما الفئة العمرية الثانية فتمتلك نسبة %36.7 و هي أكبر نسبة ، أما الفئة العمرية الثالثة أكبر من 50 سنة فتمتلك نسبة %30 و هي اصغر نسبة

### المطلب الثاني: اختبار الفرضيات

و لتأكيد او نفي الفرضيات سنعمد في تحليلنا على متوسط كل عبارة و درجة الموافقة لمجموع العبارات ، من خلال الاعداد التي أعطاها برنامج SPSS بعد ادخال الإجابات

أولا اختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية الأولى على ما يلي :

" يؤثر الوعي الجبائي بالإيجاب على حصيلة TVA "

الجدول رقم (7): تحليل فقرات محور مدى تأثير الوعي الجبائي على حصيلة TVA

المحور الأول	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
العبارة 01	4.76	0.4301	موافق تماما
العبارة 02	4.70	0.4660	موافق تماما
العبارة 03	4.16	0.5306	موافق
العبارة 04	4.80	0.4068	موافق تماما
العبارة 05	4.66	0.7946	موافق تماما
العبارة 06	4.80	0.4068	موافق تماما
مجموع العبارات	--	--	موافق تماما

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام لعبارة المحور الأول يتجه نحو موافق تماما ، مما يعني أن الوعي الجبائي يؤثر على حصيلة TVA بالإيجاب ، وعليه نقبل الفرضية التي تنص على أن الوعي الجبائي يؤثر بالإيجاب على حصيلة TVA . ومن خلال الجدول أعلاه يمكن تحليل عبارات المحور الأول كالتالي:

1- في العبارة الأولى (1) ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة TVA حصلت على درجة موافقة بـ (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ ( 4.76 ) وانحراف معياري بـ ( 0.4301).

2- في العبارة الثانية (2) تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة TVA حصلت على درجة موافقة بـ (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ ( 4.70 ) وانحراف معياري بـ ( 0.4660).

- 3- في العبارة الثالثة (3) معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة TVA حصلت على درجة موافقة ب (موافق ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.16 ) وانحراف معياري ب ( 0.5306).
- 4- في العبارة الرابعة (4) تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TVA حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.80 ) وانحراف معياري ب ( 0.4068).
- 5- في العبارة الخامسة (5) إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة TVA حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.66 ) وانحراف معياري ب ( 0.7946).
- 6- في العبارة السادسة (6) وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة TVA حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.80 ) وانحراف معياري ب ( 0.4068)
- ثانيا اختبار الفرضية الثانية:تنص الفرضية الثانية على ما يلي :

" يؤثر الوعي الجبائي بالإيجاب على حصيلة IBS "

الجدول رقم (8): تحليل فقرات محور مدى تأثير الوعي الجبائي على حصيلة IBS

المحور الثاني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
العبارة 01	4.80	0.4068	موافق تماما
العبارة 02	4.83	0.3790	موافق تماما
العبارة 03	4.26	0.5208	موافق تماما
العبارة 04	4.76	0.4301	موافق تماما
العبارة 05	4.83	0.3790	موافق تماما
العبارة 06	4.60	0.4982	موافق تماما
مجموع العبارات	--	--	موافق تماما

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات spss.



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام لعبارات المحور الثاني يتجه نحو موافق تماما ، مما يعني أن الوعي الجبائي يؤثر على حصيلة IBS بالإيجاب ، وعليه نقبل الفرضية التي تنص على أن الوعي الجبائي يؤثر بالإيجاب على حصيلة IBS . ومن خلال الجدول أعلاه يمكن تحليل عبارات المحور الأول كالتالي:

- 1- في العبارة الأولى (1) ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة IBS حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.80 ) وانحراف معياري ب ( 0.4068).
- 2- في العبارة الثانية (2) تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة IBS حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.83 ) وانحراف معياري ب ( 0.3790).
- 3- في العبارة الثالثة (3) معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة IBS حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.26 ) وانحراف معياري ب ( 0.5208).
- 4- في العبارة الرابعة (4) تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة IBS حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.76 ) وانحراف معياري ب ( 0.4301).
- 5- في العبارة الخامسة (5) إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة IBS حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.83 ) وانحراف معياري ب ( 0.3790).
- 6- في العبارة السادسة (6) وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة IBS حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.60 ) وانحراف معياري ب ( 0.4982).

ثانيا اختبار الفرضية الثالثة: تنص الفرضية الثالثة على ما يلي :

" يؤثر الوعي الجبائي بالإيجاب على حصيلة TAP "

الجدول رقم (9): تحليل فقرات محور مدى تأثير الوعي الجبائي على حصيلة TAP

المحور الثالث	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
العبارة 01	4.73	0.4497	موافق تماما
العبارة 02	4.73	0.4497	موافق تماما
العبارة 03	4.30	0.5349	موافق تماما
العبارة 04	4.76	0.4301	موافق تماما
العبارة 05	4.80	0.4068	موافق تماما
العبارة 06	4.76	0.4301	موافق تماما
مجموع العبارات	--	--	موافق تماما

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط العام لعبارات المحور الثالث يتجه نحو موافق تماما ، مما يعني أن الوعي الجبائي يؤثر على حصيلة TAP بالإيجاب ، وعليه نقبل الفرضية التي تنص على أن الوعي الجبائي يؤثر بالإيجاب على حصيلة TAP . ومن خلال الجدول أعلاه يمكن تحليل عبارات المحور الأول كالتالي:

1- في العبارة الأولى (1) ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة TAP حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.73 ) وانحراف معياري ب ( 0.4497).

2- في العبارة الثانية (2) تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة TAP حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.73 ) وانحراف معياري ب ( 0.4497).

3- في العبارة الثالثة (3) معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة TAP حصلت على درجة موافقة ب (موافق ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.30 ) وانحراف معياري ب ( 0.5349).

4- في العبارة الرابعة (4) تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TAP حصلت على درجة موافقة ب (موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي ب ( 4.76 ) وانحراف معياري ب ( 0.4301).

5- في العبارة الخامسة (5) إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة TAP حصلت على درجة موافقة ب

(موافق تماما ) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ ( 4.80) وانحراف معياري بـ ( 0.4068).

6- في العبارة السادسة (6) وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة TAP حصلت على درجة موافقة بـ (موافق تماما) حيث قدرت قيمة المتوسط الحسابي بـ ( 4.76) وانحراف معياري بـ ( 0.4301).

## خلاصة الفصل

لقد تم تخصيص هذا الفصل للجانب التطبيقي للدراسة، وكان الهدف من ذلك هو اختبار صحة فرضيات الدراسة التي تم وضعها. حيث تم تقسيم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث ، منهجية وبناء الاستبيان ، وفي المبحث الثاني الجوانب الأساسية المتعلقة بالدراسة والمتمثلة في أدوات جمع البيانات والتي من خلالها يمكن التوصل إلى النتائج المستهدفة ، و في المبحث الثالث قمنا بعرض نتائج الاستبيان وتحليل النتائج المتحصل عليها. وقد تم التوصل في نهاية هذا الفصل الى اثبات صدق فرضيات الدراسة.

خاتمة

### خاتمة:

من خلال دراستنا يتبين أن للوعي الجبائي تأثيرا على الحصيلة الجبائية، لذلك يجب على الدولة تفعيل دور الوعي الجبائي و التركيز على نشره و تنميته من خلال تحسين العلاقة بين الأطراف ذات العلاقة بالوعي الجبائي، و كذا تفعيل دور الاعلام الجبائي.

و بعد ما تم عرضه في الدراسة النظرية و التطبيقية و إجراء التحليل الإحصائي المطلوب، يكمن ذكر نتائج الدراسة و الإجابة على الفرضيات و تقديم التوصيات كما يلي:

### أولاً: النتائج:

يمكن تقسيمها إلى نتائج نظرية و أخرى تطبيقية كما يلي:

#### أ- نتائج نظرية

- مسؤولية نشر الوعي الجبائي تقع على عاتق الدولة، إذ يجب أن تقوم بتنفيذ برامج توعية ضريبية، وذلك من خلال تنظيمات سياسية ومهنية.
- من أهم متطلبات تنمية الوعي الجبائي تركيز الانتباه على العلاقة بين المكلفين و الإدارة الجبائية.
- هناك إهمال لأهمية الوعي الجبائي في كونه مساهم في الرفع من التحصيل الجبائي.
- تعقيد القوانين الجبائية في نظر المكلف ساهم بشكل مباشر في ضعف مستوى الوعي الجبائي.
- وسائل الاتصال في توعية المكلفين في الجزائر ضعيفة مقارنة بدورها في الدول المتقدمة.

#### ب- نتائج تطبيقية

- غياب خطة واضحة مرسومة الأهداف لنشر الوعي الجبائي.
- ترقية الحوار بين الإدارة الجبائية و المكلف يرفع الحصيلة الجبائية.
- ترقية وسائل الاتصال الحديثة يعمل على الرفع من الحصيلة الجبائية.
- عدم مساهمة الإعلام في توضيح أهمية الضرائب و تفسير أهداف التحصيل الجبائي.
- تعقيد القوانين الجبائية و المرونة الكبيرة فيها يعرقل التحصيل الجبائي.

### ثانيا: اختبار الفرضيات

- بالنسبة للفرضية الأولى التي تنص على: إشعار المكلف و إقناعه بعدالة الضرائب و أهميتها تكرس الوعي الجبائي لديه. أكدت الدراسة ذلك، فقناعة ورضا المكلف بعدل الضريبة في فرضها و أدائها الاقتصادي و التجاري و المالي و شعوره بالأمن اتجاهها يعني بأن له ووعي جبائي.
- بالنسبة للفرضية الثانية و التي تنص على: سوء العلاقة بين الإدارة الجبائية و المكلفين يعيق تنمية الوعي الجبائي، و تحسين العلاقة يساهم في نشر و تنمية الوعي الجبائي.
- أكدت الدراسة النظرية و التطبيقية ذلك، فلا بد للإدارة الجبائية أن تنظر إلى المكلف على أنه عميل أو زبون و إرضائه عن طريق تقديم خدمات بجودة عالية تجعله مرتبطا بها.
- بالنسبة للفرضية الثالثة التي تنص على: الإعلام في الجزائر له دور في توجيه و توعية المواطنين حول مفهوم الضريبة وأهدافها والغرض من فرضها.

نفنت الدراسة ذلك، حيث اتضح أن الإعلام في الجزائر بعيد كل البعد عن التخصص الجبائي.

### ثالثا: الاقتراحات

- يجب على الدولة أن تضع خطة واضحة المعالم و مرسومة الأهداف لنشر الوعي الجبائي.
- يجب القضاء على الاقتصاد غير الرسمي لجعل جميع المكلفين سواسية أمام العدالة الجبائية.
- تحسين عمل الإدارة الجبائية من خلال تجهيزها بأحدث المعدات و الوسائل اللازمة لتسيير عملها.
- العمل على التحسيس المادي للمكلفين بأهمية الضرائب، بحيث جعله يرى و يشعر أن ما يدفعه من ضرائب إنما يعود إليه و إلى المجتمع في شكل خدمات هو يحتاجها.
- استخدام الجمعيات و الاتحادات المهنية لنشر و تنمية الوعي الجبائي.
- إشراك المكلفين في صياغة القوانين الجبائية.
- تفعيل نظام الحوافز الضريبية لتشجيع المكلفين على دفع الضريبة.
- وضع سياسة تربوية من اجل تطوير الحس الجبائي من خلال المناهج التربوية للأطوار التعليمية الأولى.
- التسويق لأهم إنجازات الدولة من الإنفاق العام لترسيخ أهمية الضريبة.
- إلزامية الإفصاح عن البيانات الضريبية الخاصة ليتسنى للباحثين في هذا المجال إجراء دراسات أكثر عمقا.
- الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في نشر التعليمات الضريبية مع ملاحظة آراء المكلفين و المواطنين حول تلك التعليمات، الأمر الذي سيوطد العلاقة بين الإدارة الضريبية و المكلفين .
- تسهيل عملية تقديم الأسئلة و الشكاوي للمكلفين.

# قائمة المراجع



### قائمة المراجع:

#### الكتب:

- 1- الحسون علاء، تنمية الوعي . دار الغدير 2003.
- 2- عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه و مذهب، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 2002.
- 3- محمد عباس محززي، اقتصاديات الجباية و الضرائب، دار هومة، الجزائر، 2003.
- 4- منور اوسرير، احمد حمو، جباية المؤسسة، مكتبة بوداود، الجزائر، 2009.
- 5- ناصر مراد، فعالية النظام الضريبي بين النظرية و التطبيق، دار هومة، الجزائر، 2003.

#### المذكرات:

- 1- حسام فايز عبد الغفور، العلاقة بين المكلف و الإدارة الضريبية، و أثرها على التحصيل و الجباية، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- 2- داودي محمد، الإدارة الجبائية و التحصيل الجبائي في الجزائر، مذكرة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 3- عبد الغني بوشري، فعالية الرقابة الجبائية و أثرها في مكافحة التهرب الجبائي في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص نقود و بنوك جامعة تلمسان.
- 4- فاطمة زعزوع، الحماية القانونية للأشخاص الخاضعين للضريبة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة تلمسان، 2013.
- 5- نصيرة يجياوي، دراسة حول التهرب و الغش الضريبي، مذكرة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر. 1998.

#### المجلات:

- 1- سهام محمد جاسم، العلاقة بين المكلف و الإدارة الضريبية و تأثيرها في الحد من التهرب الضريبي، مجلة الاقتصاد الخليجي، العدد 19، كلية الإدارة و الاقتصاد، جامعة البصرة، 2011.

#### الملتقيات:

- 1- سالم محمد عبود معين عايش، العلاقة بين الوعي الضريبي و التهرب الضريبي و تأثيرها على التنمية، ورقة عمل مقدمة الى الندوة العلمية الضريبية الاولى، 2008/11/12، مركز بحوث المستهلك، جامعة بغداد.
- 2- علاء حسين علوان، دور الإعلام في تنمية الوعي الضريبي، دراسة تطبيقية في الهيئة العامة للضرائب، كلية اقتصاديات الأعمال، جامعة النهرين، العراق، 2016.
- 3- موسى الطراونة، أنشطة و لقاءات التثقيف الضريبي، دورة الوعي الضريبي الالكترونية، الأردن، العدد، 2015.

# قائمة الملاحق

## القسم الأول: معلومات شخصية:

الجنس: ذكر ، أنثى .

السن:

## القسم الثاني: محاور أسئلة الاستبيان:

### المحور الأول: تأثير الوعي الضريبي على حصيلة TVA .

أُسئلة المحور الأول	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
1- ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة TVA					
2- - تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة TVA					
3- معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة TVA					
4- تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TVA					
5- إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة TVA					
6- وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة TVA					

## المحور الثاني : تأثير الوعي الضريبي على حصيلة IBS .

أُسئلة المحور الثاني	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
1- ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة IBS					
2- - تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة IBS					
3- معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة IBS					
4- تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة IBS					
5- إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة IBS					
6- وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة IBS					

### المحور الثالث : تأثير الوعي الضريبي على حصيلة TAP .

أُسئلة المحور الثالث	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
1- ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة TAP					
2- - تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة TAP					
3- معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة TAP					
4- تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TAP					
5- إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة TAP					
6- وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة TAP					

## مخرجات SPSS 21

أولا تحليل : المتغيرات النوعية

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	23	76.7	76.7	76.7
Valid أنثى	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

العمر بالسنوات

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
36.00	2	6.7	6.7	6.7
38.00	3	10.0	10.0	16.7
39.00	1	3.3	3.3	20.0
40.00	4	13.3	13.3	33.3
41.00	1	3.3	3.3	36.7
42.00	2	6.7	6.7	43.3
44.00	3	10.0	10.0	53.3
Valid 45.00	2	6.7	6.7	60.0
47.00	1	3.3	3.3	63.3
49.00	2	6.7	6.7	70.0
52.00	4	13.3	13.3	83.3
54.00	1	3.3	3.3	86.7
56.00	3	10.0	10.0	96.7
58.00	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

## Frequencies

### Notes

	Output Created	14-OCT-2020 11:14:33
	Comments	
	Data	C:\Users\Faiz\Desktop\ \Untitled1.sav
	Active Dataset	DataSet1
Input	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
	Syntax	<pre> FREQUENCIES VARIABLES=V1 V2 V3 V4 V5 V6 V7 V8 V14 V15 V16 V17 العمر الجنسV18 V9 V10 V11 V12 V13  /NTILES=4  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT  /ORDER=ANALYSIS. </pre>
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.09

### Statistics

		ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة TVA	تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة TVA	معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة TVA	تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TVA
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
	Mean	4.7667	4.7000	4.1667	4.8000
	Std. Error of Mean	.07854	.08510	.09689	.07428
	Median	5.0000	5.0000	4.0000	5.0000
	Mode	5.00	5.00	4.00	5.00
	Std. Deviation	.43018	.46609	.53067	.40684
	Variance	.185	.217	.282	.166
	Skewness	-1.328-	-.920-	.192	-1.580-
	Std. Error of Skewness	.427	.427	.427	.427
	Kurtosis	-.257-	-1.242-	.459	.527
	Std. Error of Kurtosis	.833	.833	.833	.833
	Range	1.00	1.00	2.00	1.00
	Minimum	4.00	4.00	3.00	4.00
	Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00
	Sum	143.00	141.00	125.00	144.00
Percentiles	25	4.7500	4.0000	4.0000	5.0000
	50	5.0000	5.0000	4.0000	5.0000
	75	5.0000	5.0000	4.2500	5.0000



## Frequency Table

ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلته TVA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	7	23.3	23.3	23.3
Valid موافق تماما	23	76.7	76.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلته TVA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	9	30.0	30.0	30.0
Valid موافق تماما	21	70.0	70.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلته TVA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
محايد	2	6.7	6.7	6.7
Valid موافق	21	70.0	70.0	76.7
Valid موافق تماما	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TVA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	6	20.0	20.0	20.0
Valid موافق تماما	24	80.0	80.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة TVA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	10	33.3	33.3	33.3
Valid موافق تماما	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلة TVA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	6	20.0	20.0	20.0
Valid موافق تماما	24	80.0	80.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلة IBS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	6	20.0	20.0	20.0
Valid موافق تماما	24	80.0	80.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة IBS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	5	16.7	16.7	16.7
Valid موافق تماما	25	83.3	83.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلة TAP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	8	26.7	26.7	26.7
Valid موافق تماما	22	73.3	73.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلة TAP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	1	3.3	3.3	3.3
موافق	19	63.3	63.3	66.7
موافق تماما	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلة TAP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق	7	23.3	23.3	23.3
موافق تماما	23	76.7	76.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلة TAP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موافق	6	20.0	20.0	20.0
موافق تماما	24	80.0	80.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصة TAP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	7	23.3	23.3	23.3
Valid موافق تماما	23	76.7	76.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصة IBS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
محايد	1	3.3	3.3	3.3
Valid موافق	20	66.7	66.7	70.0
Valid موافق تماما	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصة IBS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	7	23.3	23.3	23.3
Valid موافق تماما	23	76.7	76.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصة IBS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	5	16.7	16.7	16.7
Valid موافق تماما	25	83.3	83.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصة IBS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	12	40.0	40.0	40.0
Valid موافق تماما	18	60.0	60.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصة TAP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق	8	26.7	26.7	26.7
Valid موافق تماما	22	73.3	73.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

ثانيا : المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري :

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلته TVA	30	4.00	5.00	4.7667	.43018
تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلته TVA	30	4.00	5.00	4.7000	.46609
معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلته TVA	30	3.00	5.00	4.1667	.53067
تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلته TVA	30	4.00	5.00	4.8000	.40684
إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلته TVA	30	4.00	5.00	4.6667	.47946
وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلته TVA	30	4.00	5.00	4.8000	.40684
ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيلته IBS	30	4.00	5.00	4.8000	.40684
تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيلته IBS	30	4.00	5.00	4.8333	.37905
معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيلته IBS	30	3.00	5.00	4.2667	.52083
تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيلته IBS	30	4.00	5.00	4.7667	.43018
إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيلته IBS	30	4.00	5.00	4.8333	.37905
وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيلته IBS	30	4.00	5.00	4.6000	.49827

ترقية الحوار بين الإدارة والمكلف ترفع من حصيله TAP	30	4.00	5.00	4.7333	.44978
تبسيط قوانين الضرائب و إجراءات تنفيذها يعمل على رفع حصيله TAP	30	4.00	5.00	4.7333	.44978
معرفة المكلف ما له من حقوق وما عليه من واجبات ضريبية ترفع من حصيله TAP	30	3.00	5.00	4.3000	.53498
تحسيس المكلف بمسؤوليته في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ترفع من حصيله TAP	30	4.00	5.00	4.7667	.43018
إجراء الكثير من التعديلات على القوانين الضريبية تنقص من حصيله TAP	30	4.00	5.00	4.8000	.40684
وسائل الاتصال و دورها في نشر القوانين الضريبية و التعليمات الخاصة بتطبيقها تعمل على رفع حصيله TAP	30	4.00	5.00	4.7667	.43018
Valid N (listwise)	30				

ثالثا : اختبار صدق الاستبيان

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	18



رابعاً : معامل الارتباط بين محاور الدراسة

Correlations

	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	مجموع المحاور	
المحور الأول	Pearson Correlation	1	.681**	.477**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000
	N	30	30	30	30
المحور الثاني	Pearson Correlation	.681**	1	.729**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
المحور الثالث	Pearson Correlation	.477**	.729**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000
	N	30	30	30	30
مجموع المحاور	Pearson Correlation	.821**	.922**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أثر تنمية الوعي الجبائي على الحصيلة الجبائية، حيث تم التطرق في الجانب النظري إلى تعريف الوعي الجبائي و كذا ركائز تنميته، مع توضيح دور الإعلام الجبائي في الرفع من الوعي الجبائي من خلال تعريف الناس بماهية الضريبة و أهميتها و دور إيراداتها. أما في الجانب التطبيقي تم تحليل الاستبيان الذي وجه إلى عينة من المختصين، حيث تم استخدام الاختبارات و المعالجات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى نتائج تدعم موضوع الدراسة.

و في الأخير تم الوصول إلى عدة نتائج أهمها أن الوعي الجبائي له دور كبير في زيادة الحصيلة الجبائية و لكي نحصل على وعي ضريبي جيد للمكلف لابد من التركيز على تنمية ركائزه، دون نسيان أهمية تحسين العلاقة بين الإدارة الجبائية و المكلف الضريبي.

## Abstract

This study aims to clarify the tax awareness development impact on the tax revenue, in the theoretical part, the researcher defined the tax awarness and explained the ways to develop it. Also the researcher spotted the light on the role of the tax media through the definition of people what tax and importance of the role of its revenues.

In the practical part, designed a questionnaire distributed to a sample size of 30 respondents, "SPSS " package was used to analyze collected data .finily the study declared the following importnt finding that the tax awarness has a role in increasing tax revenue and in get a good awareness of tax the taxpayer has to be a good medea without forgetting the role of improving the relation between the taxpayr and the tax adminstration.