



ورقة عمل بعنوان :

إدارة المعلومة الغاية والأهداف



يناير 2023



يقول الله تعالى :

(أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ
قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا
الْأَلْبَابِ) .

سورة الزمر

مقدمة :

يوجد حالياً حاجة عالمية "إقليمية ودولية " لعلم المعلومات من أجل توفير المعلومة الصحيحة والوصول إليها وخاصة بعد ظهور المشكلة الاقتصادية العالمية الكبرى والتي أضرت باقتصاديات كل الدول المتطورة والدول النامية على حد سواء . وحتى تتحصل الدولة على إيرادات ضريبية كبيرة تساهم في تمويل الموازنة العامة وتقلل من مخاطر الاستدانة من الجهاز المصرفي وتأثيراته التضخمية على الاقتصاد الوطني سعت الدولة للنهوض بقطاع المعلومات وتطويره من خلال إحداث إعادة هيكلة لإدارات الديوان كما سعت لتعديل القوانين المعنية بتطوير قطاع المعلومات وذلك حتى تتوفر لهذا القطاع القدرة على توفير معلومات التبادلات التجارية بين الممولين حتى يتسنى للديوان إصدار تقديرات واقعية تعكس النشاط الحقيقي للممولين .

الي جانب توسيع المظلة الضريبية رأسياً بتأسيس سليم لتقديرات الممولين الضريبية كما توسعت المظلة أفقياً بإدخال ممولين جدد يعملون خارج المظلة الضريبية ولا يقدمون مساهمة في تمويل إيرادات الموازنة العامة .

المعلومة الضريبية :

هي مجموعة البيانات والأرقام التي توضح حجم مشتريات الممول أو مبيعاته والتي تساعد في إصدار التقدير الضريبي وتحديد مقدار ضريبته السنوية ، والمعلومة الضريبية في الفقه الضرائبي تنقسم إلى نوعين أساسيين :

- 1/ المعلومات الأساسية للممول .
 - 2/ معلومات حجم النشاط (رقم الأعمال) .
- ويمكن الحصول عليها من مصادر مختلفة أهمها :
- المسح الميداني .
 - إقرار الممول .
 - مصادر المعلومات المختلفة .

إدارة المعلومة :

هي العمليات الفنية التي تستهدف توفير المعلومة وتوظيفها للاستفادة منها في توسيع المظلة الضريبية أو توسيع قاعدة مصادر المعلومات ، وتتكون مراحل إدارة المعلومة من :
أ. الحصر الميداني : ويمكن تقسيم أنواع الحصر الميداني حسب القصد منه كما يلي :

- حصر الممولين .
- حصر مصادر المعلومات .
- حصر المعلومات .

ب. استلام المعلومات : يتم استلام المعلومات دورياً من المصادر ، وتستلم المعلومات في شكل دفاتر الفواتير أو في شكل كشوف توضح مبيعات المصدر ، أو عقود توضح تعاقدات المصدر مع الغير ، أو مشتريات الممول من الغير .

ج. تفريغ المعلومات :

- تفريغ المعلومات المستلمة
- مراجعة المعلومات المفرغة
- التصنيف
- الفرز

د. إرسال المعلومات .

القوانين المنظمة لعمل إدارة المعلومات :

الأساس في المعاملات المالية والتجارية ، سواء بين الأفراد أو الأفراد والحكومة هو التشريع ، فالتشريع بقدر تنظيمه للحقوق يجب أن يوضح الالتزامات دون استثناءات أو مواربة .

تقوم إدارة المعلومات بطلب المعلومات من مصادر المعلومات استناداً للمادة (40) من قانون ضريبة الدخل لسنة 1986 بتعديلاته المختلفة ، وقد ظلت هذه المادة كما هي عبر كل التعديلات التي تمت على هذا القانون ، والذي ينظم عمل وطبيعة الإقرارات والإعلانات (المطالبات) ضمن المواد من 38 ، 39 ، 40 ، 41 ، إلى المادة 46 منه ، والمعلومات الوارد ذكرها في هذه المادة هي المعلومات التي تدعم وتثبت صحة بيانات إقراره .

واستخدمت المادة (40) والمادة (46) كأساس لمطالبة المكلف بتقديم المعلومات المطلوبة من الممول بغرض تقدير الغير ، وتعتبر هذه المواد أساس عمل إدارة المعلومات ، وكنتيجة لما تم الإشارة إليه سابقاً من إن المادة (40) تخص مقدم الإقرار فقد أغفلت هذه المادة الخصائص الأساسية المطلوب توفرها في المعلومة (الدقة ، الشمول ، الاكتمال) مثل البيانات الواجب توافرها في الفاتورة الضريبية وهى :

1. الاسم الثلاثي للمشتري .
2. رقم الفاتورة التي تم التعامل بها وتاريخها .
3. الرقم الضريبي .
4. قيمة التعامل بالعملة المحلية أو الأجنبية .
5. العنوان الكامل للمشتري .
6. نوع التعامل .

هذه البيانات إذ لم تتوفر في الفاتورة الضريبية يصبح اعتمادها كمعلومة اعتماداً ضعيف غير ذا جدوى ، إن قانون الضريبة على الدخل ، وقانون ولأئحة رسم الدمغة قد اغفلا الإشارة الي بيانات الفاتورة الضريبية .

ظل قطاع المعلومات يعاني ضعف التشريع الضريبي ، والذي يشكل أهم العقبات التي تواجه إدارة المعلومة ، وتحد من أداء إدارة المعلومات ككل ، ويمكن إيجاز بعض هذه المعوقات في ما يلي :

1. امتناع الممولين عن التعامل بالفاتورة الضريبية وعن مد إدارة المعلومات بالمعلومات المطلوبة .

2. الامتناع عن تسجيل الرقم التعريفي الضريبي في مستندات تعاملاتهم التجارية .

3. تسجيل اسم العميل ثنائياً أو مفرداً وفى بعض الأحيان تسجيل اللقب أو اسم سائق الشاحنة .

4 عدم تسجيل عنوان العميل .

هذه المؤثرات مجتمعة تحول دون الاستفادة من المعلومات المستلمة من المصادر ، وتراكم من فاقد ومرتجع المعلومات ، إلا أنه أخيراً تم إجراء معالجات لبعض المواد القانونية كما يلي :

1. تم إضافة البند (ك) للمادة 74 (1) يلزم الممولين بتسجيل الرقم الضريبي للمتعاملين معهم بالبيع أو الشراء أو أداء أي خدمة في المستندات الخاصة بتلك المعاملة ويعتبر عدم الالتزام بذلك تهرباً ضريبياً .
2. تم تعديل المادة 82 كما يلي :

- إلزام الممول باستخراج الرقم التعريفي الضريبي .
- إلزام السلطات لرسمية في مستويات الحكم المختلفة والهيئات العامة والوحدات الإنتاجية التابعة لها ومؤسسات القطاع الخاص بأن لا تتعامل مع أي شخص (طبيعي ، اعتباري) ما لم يبرز الرقم التعريفي الضريبي ، وأن تثبته في المستندات الخاصة بتلك المعاملات .

مشاكل وعقبات تحد من الأداء :

تواجه إدارة المعلومات عدة مشاكل في عملية حصر وتوزيع المعلومات ، يمكن إجمالها في مشاكل خارجية و مشاكل داخلية .

المشاكل الداخلية :

1. ضعف الرقابة على الاسواق.
2. عدم تعاون بعض إدارات ومكاتب الديوان مع إدارة المعلومات في توفير البيانات الأساسية للممولين من حيث حركة ملفات الممولين .
3. تفريغ وتوزيع المعلومات المحلية بطريقة تقليدية .
4. نقص القوى العاملة ، بالإضافة إلى النقص الحاد في معينات العمل .
5. نقص التدريب والتأهيل للعاملين بإدارة المعلومات .

6. عدم وجود آلية ثابتة للحصول على المعلومات المحلية من الولايات .
كل الأسباب أعلاه تضافرت لتحد من فاعلية مخرجات هذه الإدارة الأمر الذي انعكس ليس على إدارات أرباح الأعمال وحسب بل امتد إلى ضعف هيمنة إدارة الضريبة على القيمة المضافة والدمغة من خلال التوسع في البيع دون فاتورة .

المشاكل الخارجية :

1. عدم اهتمام مصادر المعلومات بتسجيل بيانات الفاتورة الأساسية .
- 2 . عدم تعاون بعض الجهات الأمنية أو الهيئات السيادية بعدم تقديم المعلومات بحجة السرية .
3. بعض الوحدات ترفض إعداد كشوف المعلومات بحجة نقص عدد موظفيها وتكتفى بالكشوفات المقدمة لبعض إدارات الديوان الأخرى .

الإصلاحات الفنية في قطاع المعلومات :

تفاقم المشاكل المشار إليها في البند السابق ، اقعد بإدارة المعلومات عن القيام بالدور المناط بها ، حيث تفقد المعلومة الكثير من جوهرها ، لذا اتخذت الكثير من المحاولات والقليل من المعالجات لتدارك الوضع واصلاح شأن ادارة المعلومة ، وقد انصبت المعالجات في الاتي :

- أ. الرقم الضريبي .
- ب. التحصيل المقدم .
- ج. تعديل بعض القوانين .

رؤى ومعالجات مقترحة

أولاً : اعادة هيكلة وتطوير ادارة المعلومات :

حتى تستطيع ادارة المعلومات من تحقيق الاهداف اعلاه لابد من توفر العناصر الاتية :

- الاهتمام بتوفير قيادات ادارية ذات كفاءة ورغبة فى التطوير وايمان بدور واهمية المعلومات للعمل الضريبي .
- دعم الادارة بحاجتها من الكوادر المؤهلة والفاعلة والجادة .
- تهيئة وتحديث بيئة العمل المناسبة والمحفزة للعمل .
- جعل إدارة المعلومات إدارة جاذبة للعاملين ومحفزة لاستقطاب الكفاءات .

- توفير حاجات الادارة من معينات العمل اللازمة .
 - توفير التقنية المتطورة في مجال المعلومات (شبكات ، برامج حاسوب ، ... الخ) .
 - تدريب العاملين بالإدارة والاستفادة من تجارب وخبرات الدول الشقيقة والصديقة في مجال المعلومات الضريبية .
- ثانياً : العلاقات البينية بين إدارات الديوان وأثرها في تفعيل المعلومات :**
- أ. العلاقة البينية بين إدارة المعلومات والإدارات الأخرى :
- يظل الديوان كيان واحد مهما تعددت إداراته وتشعبت مكاتبه فالأهداف واحدة هي تحقيق الإيرادات ، وإدارة المعلومات بطبيعتها لا تملك أدوات ضغط تجبر الموليين على التعاون بتقديم المعلومات المطلوبة وبالكيفية المطلوبة وفي الزمان المطلوب .
-

والإدارات التي تتعامل بصورة مباشرة مع الفاتورة الضريبية هي :

1. الإدارة العامة للدمغة .
 2. الإدارة العامة للضريبة على القيمة المضافة .
 3. الإدارة العامة للمعلومات .
- هذه الإدارات الثلاثة يجب أن يكون بينها ارتباط إداري وفني تام مقنن ،
يتعلق بـ :-
- البيانات المطلوب توفرها في الفاتورة .
 - الرقابة على الفاتورة المستخرجة .
- إن هذا الارتباط الإداري يحقق منافع عديدة ، ليس لإدارة المعلومات
فحسب بل للإدارتين .

ب. العلاقة البينية بين الإدارة العامة للمعلومات وإدارات المعلومات بالولايات :

إن عملية حصر المعلومات يجب أن تشمل كافة التعاملات التجارية للممول قيد التقدير وإلا أصبحت مضللة ، إذ لم يكن من يجرى التقدير الضريبي على دراية تامة بأن المعلومات المتاحة إليه لا تمثل سواء جزء من تعاملات الممول .

كما يجب دعم مكاتب المعلومات في الولايات حتى تصل إلى حجم مهام الإدارة العامة للمعلومات الاتحادية وتقوم بذات دورها في إرسال تلك المعلومات من الولاية إلى جميع ولايات السودان المختلفة بما فيها المركز ، وحتى يتثنى لنا ذلك لا بد من الاتي :-

1. الربط بين مكاتب وإدارات المعلومات في الولايات مركزياً مع الإدارة العامة للمعلومات ، على قرار العلاقة بين إدارات الضريبة على القيمة المضافة في الولايات والمركز في الخرطوم (أي أن تتبع مكاتب وإدارات المعلومات بالولايات إدارياً لإدارة الولاية على أن تتبع فنياً للإدارة العامة للمعلومات الاتحادية بالخرطوم وتمنح ذات صلاحيات وامتيازات المركز ومن خلاله).
 2. الربط الالكتروني بين هذه المكاتب لتسهيل عملية تبادل المعلومات .
-

ثالثاً : دور المعلومات في توسيع المظلة الضريبية :

تشكل طبيعة مهام إدارة المعلومات عامل هام في توسيع المظلة الضريبية أفقياً ورأسياً .

أ. التوسع الأفقي للمظلة الضريبية :

فالإدارة في بحثها عن تعاملات الممولين المختلفة وعملها على توصيل المعلومات المتحصل عليها تكتشف الشركات وأسماء الأعمال والأفراد خارج المظلة الضريبية وبالتالي يكون في الإمكان فتح ملفات لهم وتتبعهم من خلال الدائرة الجغرافية الواردة في فاتورة المعاملة، وهذا بالطبع يحتاج إلى تعاون إدارات الديوان المختلفة بما يلي :

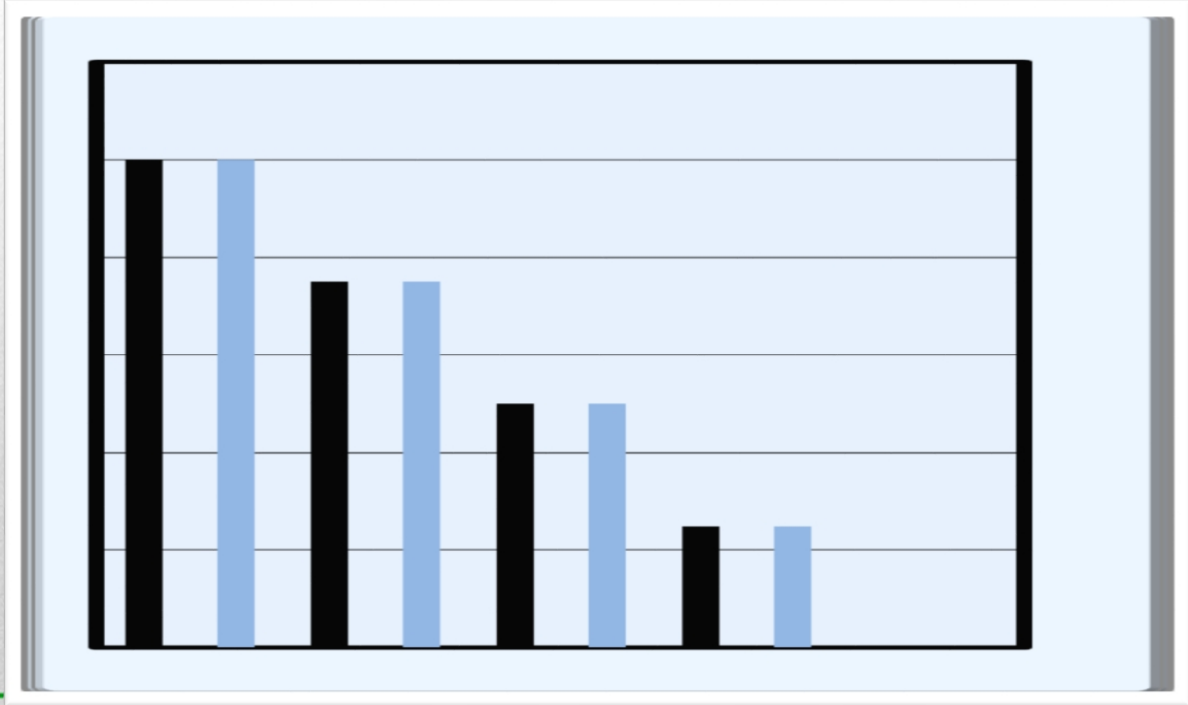
- التزام إدارات ومكاتب الديوان المختلفة بمد إدارة المعلومات بحركة الملفات لديها باستمرار .

- توفير رقابة لصيقة على الأسواق و منافذ البيع و نقاط سير و عبور البضائع .
- التنسيق مع الوحدات الحكومية الأخرى خاصة المحليات و مسجل الشركات ووزارة التجارة وشرطة الجمارك ، وتبادل المعلومات عن تراخيص مزاولة الأنشطة التجارية و الاستثمارية ، يساعد في حصر الممولين خارج المظلة الضريبية و يمكن من الوصول إليهم و ضمهم و تفعيلهم مساهمتهم .
- ضمان انسياب معلومات البنوك (التمويل البنكي) بشهادة خلو طرف من ديوان الضرائب .

ب. التوسع الراسي للمظلة الضريبية :

وبذات القدر الذي تعمل فيه إدارة المعلومات على توسيع المظلة الضريبية أفقياً تعمل على التوسع الراسي للمظلة من خلال دعم التقديرات الضريبية للديوان والحد من المنازعات مع الممولين و دعم التقدير الذاتي .

شكل يوضح العلاقة الدالية بين المعلومات والتقدير الضريبي





والله الموفق ،،