



ورقة عمل بعنوان :

# ادارة المعلومة الغائية والأهداف

يناير 2023





---

يقول الله تعالى :

( أَمَّنْ هُوَ قَاتِنٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ  
فُلْ 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 المتطرورة والدول النامية على حد سواء .

وحتى تحصل الدولة على إيرادات ضريبية كبيرة تساهم في تمويل الموازنة العامة وتقلل من مخاطر الاستدانة من الجهاز المركزي وتأثيراته التضخمية على الاقتصاد الوطني سعى الدينار للنهوض بقطاع المعلومات وتطويره من خلال إحداث إعادة هيكلة لإدارات الديوان كما سعى لتعديل القوانين المعنية بتطوير قطاع المعلومات وذلك حتى تتوفر لهذا القطاع القدرة على توفير معلومات التبادلات التجارية بين الممولين حتى يتسعى للديوان إصدار تقديرات واقعية تعكس النشاط الحقيقي للممولين .

الي جانب توسيع المظلة الضريبية رأسياً بتأسيس سليم لتقديرات الممولين الضريبية كما توسيع المظلة أفقياً بإدخال ممولين جدد يملكون 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 تساعده في إصدار التقدير الضريبي وتحديد مقدار ضريبته السنوية ، والمعلومة الضريبية في الفقه الضرائي تنقسم إلى نوعين أساسيين :

- 1/ المعلومات الأساسية للممول .
  - 2/ معلومات حجم النشاط (رقم الإعمال) .  
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 ، و تتكون 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 دوريًا من المصادر ، و تستلم 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 ، و كنتيجة لما تم الإشارة إليه سابقاً من إن المادة (40) تخص مقدم الإقرار فقد أغفلت هذه المادة الخصائص الأساسية المطلوب توفرها في المعلومة (الدقة ، الشمول ، الاتكمال) مثل البيانات الواجب توافرها في الفاتورة الضريبية وهي :

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 ولائحة رسم الدmega قد أغفل الإشارة الي بيانات الفاتورة الضريبية .

ظل قطاع المعلومات يعاني ضعف التشريع الضريبي ، والذى يشكل أهم العقبات التي تواجهه إدارة المعلومات ، وتحدد من أداء إدارة المعلومات ككل ، ويمكن إيجاز بعض هذه المعوقات في ما يلى :

1. امتناع الممولين عن التعامل بالفاتورة الضريبية وعن مد إدارة المعلومات بالمعلومات المطلوبة .
2. الامتناع عن تسجيل الرقم التعريفى الضريبي في مستندات تعاملاتهم التجارية .
3. تسجيل اسم العميل ثنائياً أو مفرداً وفي بعض الأحيان تسجيل اللقب أو اسم سائق الشاحنة .
- 4 عدم تسجيل عنوان العميل .

هذه المؤشرات مجتمعة تحول دون الاستفادة من المعلومات المستلمة من المصادر ، وتراكم من فاقد ومرتاج المعلومات ، إلا أنه أخيراً تم إجراء معالجات لبعض المواد القانونية كما يلى :

1. تم إضافة البند (ك) لل المادة 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 يلى :
  - إلزام الممول باستخراج الرقم التعريفي الضريبي .
  - إلزام السلطات الرسمية 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 ثبته في المستندات الخاصة بتلك المعاملات .

## مشاكل وعقبات تحد من الأداء :

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

### المشاكل الداخلية :

1. ضعف الرقابة على الأسواق .
  2. عدم تعاون بعض إدارات ومكاتب الديوان مع إدارة المعلومات في توفير البيانات الأساسية للممولين من حيث حركة ملفات الممولين .
  3. تفریغ 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 بالكشفات المقدمة لبعض إدارات الديوان الأخرى .

## الإصلاحات الفنية في قطاع المعلومات :

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

- 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 الآتية :

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

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

والأدارات 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 مقتن ،

يتعلق بـ :-

- البيانات المطلوب توفرها في الفاتورة .
- الرقابة على الفاتورة المستخرجة .

إن هذا الارتباط الإداري يحقق منافع عديدة ، ليس لإدارة المعلومات

فحسب بل للإدارتين .

---

## بـ. العلاقة البيئية 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 يجري 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 الآتي :-

---

1. الربط بين مكاتب وإدارات المعلومات في الولايات مركزيًّا 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 إداريًّا لإدارة الولاية على أن تتبع فنيًّا للإدارة العامة للمعلومات الاتحادية بالخرطوم وتمنح ذات صلاحيات وامتيازات المركز ومن خالله).
  2. الربط الإلكتروني 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 وراسياً .

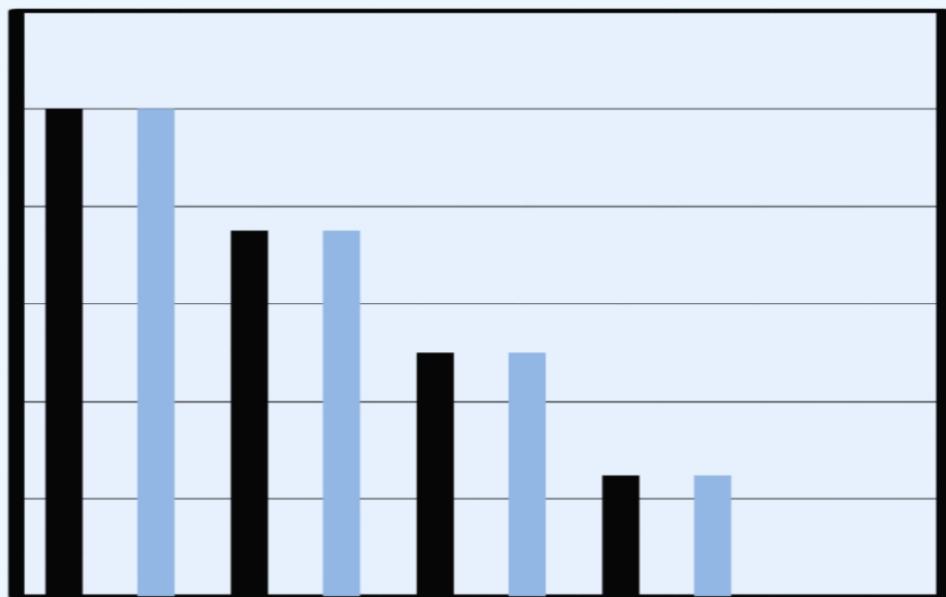
#### أ. التوسيع الأفقي للمظلة الضريبية :

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 يلى :

- 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 وتفعيلاهم مساهمتهم .
  - ضمان انسباب معلومات البنك (التمويل البنكي) بشهادة خلو طرف من ديوان الضرائب .
- ب. التوسيع الراسي للمظلة الضريبية :
- وبذات القدر الذي تعمل فيه إدارة المعلومات على توسيع المظلة الضريبية أفقياً ت العمل على التوسيع 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





---