

# **نسويق الضرائب**

## **أسلوب مقترح**

### **لتقليل التهرب عن دفع ضريبة الدخل**

الأستاذ المساعد ارزقي عباس عبد

## تسويق الضرائب

### أسلوب مقترح لتقليل التهرب عن دفع ضريبة الدخل

ارزقي عباس عبد، أستاذ مساعد، المعهد التقني/ بابل

#### المقدمة

لا يقتصر دور التسويق في الوقت الحاضر على استخدام الطرق والأساليب العلمية لمعرفة حاجات ورغبات المستهلكين الحالية والمستقبلية والعمل على تلبيتها بأعلى كفاءة ممكنة لإرضاء الزبائن والمحافظة عليهم (8: Kotler)، فهو "نظام متكامل من الفعاليات الإدارية المصممة لتخطيط، تسعير، ترويج، وتوزيع المنتجات لإشباع حاجات الأسواق المستهدفة، وتحقيق أهداف المنظمة" (Stanton & Others: 6). وقد استخدمت تطبيقاته وأساليبه المتنوعة للتأثير في الكثير من الجوانب الاجتماعية والسياسية لمنظمات الأعمال والمنظمات العامة على حدٍ سواء، كترشيد الاستهلاك (الديوه جي: ) أي تقليل الطلب على السلع والخدمات، ونشر الأفكار الاجتماعية والدينية والسياسية، ونشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع.

وقد جاء هذا البحث ليلفت الانتباه إلى أحد المجالات الاقتصادية التي يمكن للتسويق أن يلعب دوراً إيجابياً في التأثير على دافعي الضرائب (المكلفين بدفع الضرائب) لتقليل نسب احتمالات عزوفهم عن دفع الضرائب المستحقة عليهم، والعمل على تقليل حدة التذمر وعدم الرضا الذي قد يصاحب دفع الضريبة إلى أقل حد ممكن.

#### مشكلة البحث

تعد الضريبة في العراق والدول النامية بشكل عام من أهم الأعباء التي يشعر المكلف (سواء كان فرداً أو شركة) بثقلها، ويجاول جاهداً التخلص منها أو تقليل الوعاء الخاضع لها بأي طريقة كانت مشروعة أو غير مشروعة، مما يؤثر على حجم الوعاء الكلي الخاضع للضريبة، وبالتالي على مقدار الضريبة التي تحصل عليها الدوائر المالية، ومن ثم التأثير على عمليات تمويل المشاريع العامة، وتقديم الخدمات للمجتمع، إذ أن دور إيرادات الضرائب لا يقتصر على تمويل النفقات الاعتيادية فقط (النايف: ٢٧٧) إنما يمتد ليشمل المشاريع الاستثمارية والخدمات العامة الأخرى.

#### هدف البحث

يهدف البحث إلى الاستفادة من الأساليب أو الطرق التسويقية لتقليل ميل دافعي الضرائب إلى التهرب من دفع الضريبة، وجعلهم يقبلون على دفعها بقدر من الرضا وعدم ابتكار الأساليب والطرق الملتوية للتخلص من دفعها، والابتعاد عن اللجوء إلى استخدام القوة والإكراه من قبل الدوائر المالية للحصول على الضريبة من المكلفين.

## أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من استهدافه إرشاد الدوائر المالية لإتباع الطرق والأساليب التسويقية المقترحة في البحث لتقليل أو تخفيض عمليات التهرب من دفع الضريبة، وتحسين العلاقة بين هذه الدوائر والمكلفين بدفعها، وإيجاد نوع من التفاهم والتعاون بينهما بدلاً من الخلاف والصراع، إضافة إلى زيادة اهتمام الدوائر الضريبية بدفعي الضرائب ومعاملتهم كزبائن أو عملاء بدلاً من التعامل معهم بجفاء أو بخشونة وكأهم أنداد أو صيد يخشى ضياعه.

## أولاً: مفهوم الضريبة وأنواعها

### (أ) مفهوم الضريبة

لقد عرفت الضريبة من قبل عدد كبير من الكتاب والمهتمين، فمنهم من عرفها بأنها "مبلغ من النقود تجببه الدولة جبراً من الأفراد دون مقابل، وذلك بقصد تمويل نفقاتها العامة، وتحقيق الأهداف النابعة من مضمون فلسفتها السياسية" (رضا: ١٦٩). وقد عرفها باحث آخر بأنها: "إقتطاع نقدي تجريه الدولة أو إحدى هيئاتها العامة على موارد الوحدات الاقتصادية المختلفة بقصد تغطية الأعباء العامة دون مقابل محدد، وتوزيع هذه الأعباء بين الوحدات الاقتصادية وفقاً لمقدورها التكلفة" (الجنابي: ١٣٦).

إن التعريفين أعلاه يعبران عن المفهوم التقليدي للضريبة عندما كانت الدولة لا تتدخل في الحياة الاقتصادية للمجتمع، وإن وظيفتها فقط الحماية، وإدارة الشؤون الخارجية، غير أن مفهوم الضريبة قد تطور بتطور وظائف الدولة الحاكمة وأهدافها السياسية والاقتصادية، فبعد أن كان هدف الضريبة ينحصر في تحقيق الهدف المالي، تعدى ذلك إلى استهدافها إدراك أو تحقيق غايات اقتصادية واجتماعية وسياسية مثل توجيه الاقتصاد القومي باتجاه معين، أو إبعاد الجمهور عن بعض أنواع الاستهلاك الضار بالصحة أو الأخلاق العامة (فاضل: ٨٣). ووفقاً لهذا الاتجاه فقد اعتبر أن المفهوم الحديث للضريبة يقوم على اعتبارها إحدى المصادر الرئيسية للتمويل، ووسيلة فاعلة تمكن الدولة من التدخل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وتوجيه النشاط الاقتصادي على نحو معين (رضا: ١٧٦).

### (ب) أنواع الضرائب

تعارف الاقتصاديون على تقسيم الضرائب بشكل عام إلى نوعين هما: الضرائب المباشرة، والضرائب غير المباشرة، وقد تباينت آراؤهم بخصوص التمييز بينهما، فمنهم من يرى بأن هناك ثلاث معايير للتمييز هما: (الجنابي: ١٣٨)

١. المعيار الإداري: ويعتمد على أسلوب تحصيل دين الضريبة، فتعد مباشرة إذا كان تحصيلها يتم وفق جداول رسمية تتضمن اسم المكلف، ومقدار الوعاء والمبلغ الواجب تحصيله. في حين أنها تعد غير مباشرة إذا لم يكن تحصيلها قد تم بهذا الأسلوب.
٢. معيار نقل عبئ الضريبة: وبموجب هذا المعيار، تعد الضريبة مباشرة إذا كان المكلف بما قانوناً هو الذي يتحمل العبء الناشئ عنها بصفة نهائية، ولا يستطيع نقل هذا العبء للغير، في حين تعد غير مباشرة إذا استطاع من نقل عبئها إلى الغير.
٣. معيار الثبات: تعد الضريبة مباشرة وفق هذا المعيار إذا فرضت على وعاء يتميز بالثبات، مثل ضريبة العقار، والدخل، وغيرها، وتعد غير مباشرة إذا فرضت على أوعية تتميز بعدم الثبات.

وهناك من يأخذ بفكرة المقدرة المالية للمكلف في تصنيف الضرائب إلى مباشرة وغير مباشرة، فإذا كانت تراعي الظروف الشخصية للمكلف وصفت بأنها مباشرة، أما إذا لم تراعي ظروف المكلف عدت غير مباشرة (الصكبان: ١٩) وقد قسمها باحث آخر بشكل مغاير إلى ثلاث أنواع: (التكريتي: ١٠٥)

١. ضرائب الدخل، وتتكون من عدد من الضرائب هي:

- ضريبة الدخل.
- ضريبة العقار.
- ضريبة الأرض الزراعية.

٢. ضرائب الثروة، وتتكون من نوعين هما:

- ضريبة التركات.
- ضريبة العرصات.

٣. ضرائب الإنفاق، وتتشكل من ضريبتين هما:

- الضرائب الكمركية على السلع المستوردة.
- الضرائب على الاستهلاك.

كما قسمها باحث ثالث وفق أسس أخرى إلى عدة أنواع رئيسية وفرعية هي: (إسماعيل: ٧٢)

أ- الضرائب بحسب سعرها، تقسم إلى نوعين:

- الضرائب التوزيعية.
- الضرائب القياسية.

ب- الضرائب بحسب وعائها، تقسم إلى نوعين رئيسيين وأنواع فرعية كالاتي:

- ١- ضرائب على الأشخاص، وتقسم بدورها إلى:
  - ضرائب بسيطة.
  - ضرائب مدرجة.

٢- ضرائب على الأموال: وتقسم هي الأخرى إلى أنواع هي:

- ضرائب مباشرة:

\* على الدخل.

- نوعية.

- عامة.

\* على رأس المال:

- سنوية.

- استثنائية.

ضرائب غير مباشرة:

- على الاستهلاك.

- على التداول.

## ثانياً: أساليب تحصيل وجباية الضرائب في العراق

يعد أسلوب أو طريقة تحصيل الضريبة أيما كان مقدارها أو نوعها من أهم أسباب التهرب الضريبي، لما فيه من عنصر الإكراه أو الإجبار أو عامل القوة والقهْر، لذا أصبح لزاماً أن نعرض صورة مختصرة لأساليب جباية الضرائب التي تتم بشكل عام بثلاثة طرائق هي: (إسماعيل: ٦٥٥)

أ. أن يقوم المكلف (أو من ينوب عنه) بتسديد مبلغ الضريبة بنفسه إلى دائرة الضريبة التي يتبعها. أن تقوم الدائرة المالية بإرسال ممثل عنها (محصل) إلى مكان المكلف لتحصيل مبلغ الضريبة منه مباشرة في المناطق التي ينعهد فيها وجود دائرة للجباية.

ب. جباية الضريبة عند المنبع (الاستقطاع المباشر): أي إن تحصيل الضريبة يتم من الدخل مباشرة قبل وصوله إلى يد صاحبه، فصاحب الدخل لا يدفع الضريبة بنفسه، بل يدفعها عنه الشخص الذي يحصل على دخله منه. وتعد هذه الطريقة من أسهل الطرق، وأفضلها بخصوص منع التهرب الضريبي، مادام من يدفع الضريبة ليس له مصلحة في إخفاء الوعاء كلاً أو جزءاً.

أما في العراق، فإنها تطبق بالشكل التالي:

● فيما يتعلق بالطريقة الأولى، فقد أزم المشرع العراقي المكلف بدفع مبلغ الضريبة المتحققة عليه في الدائرة المالية المعنية، ويقتضي قبل ذلك تبليغ المكلف خطياً بدفع الضريبة معينة مقدارها وتاريخ استحقاقها، ويعتبر توقيع المكلف على مذكرة التقدير تبليغاً له بالدفع خلال مدة لا تتجاوز (٢١) يوماً، وألا يعرض نفسه للعقوبات المنصوص عليها بالقانون.

● أما ما يتعلق بالطريقة الثانية، فإنه لم ينص القانون على تطبيقها.

● أما الطريقة الثالثة، فإنها تطبق في العراق على رواتب وأجور موظفي الدولة، وموظفي وعمال المشروعات الخاصة، كما تخضع لها الفوائد والتخصيصات السنوية والرواتب التقاعدية المدفوعة إلى أشخاص غير مقيمين في العراق.

مما يتضح أن أسلوب تحصيل الضريبة ينحصر أما بحضور المكلف إلى الدائرة المالية لدفع مبلغ الضريبة، وخاصة فيما يتعلق بضرائب الدخل والعقار<sup>(\*)</sup>، أو تحصيلها عند المنبع فيما يتعلق بضرائب الدخل على الرواتب والأجور المدفوعة للعاملين لدى الدولة والقطاع الخاص.

### التهرب الوظيفي

يقصد بالتهرب من الضريبة هو: "تلك الظاهرة التي يحاول بواسطتها الشخص المكلف بدفع الضريبة للتخلص من دفعها كلاً أو جزءاً مستخدماً إحدى الوسائل التي تمكنه من عدم الالتزام بدفعها" (رضا: ٢٢١). كما عرفها باحث آخر بأنها: "اللجوء إلى الغش أو الاحتيال للتخلص من الضريبة أو تقليل مبلغها، ويجري ذلك أما بمحاولة الفرد إنكار وجود وعاء الضريبة أو الإفصاح عن مبلغ يقل عن المبلغ الحقيقي للوعاء" (إسماعيل: ٥٥). وقد يكون التهرب مشروعاً عند قيام المكلف باستغلال إحدى الثغرات القانونية الموجودة في قانون الضريبة للتخلص من دفعها، وقد يكون التهرب غير مشروع عند تعمد المكلف إخفاء الوعاء كلياً وجزئياً بحيث يتعذر على الجهاز الضريبي معرفته. ويؤدي التهرب الضريبي إلى آثار سيئة على الاقتصاد الوطني كونه يقلل مقدار الأموال المتحصلة للدولة من جهة، ويعيق

(\*) وقد لاحظ الباحث مقدار المعاناة التي يمر بها المكلف في مرحلتي تقدير الوعاء الخاضع للضريبة، ودفعها، وأساليب الابتزاز التي يتعرض لها المكلف أيام النظام السابق.

تحقيق العدالة الاجتماعية كما قصدتها السياسة الضريبية من جهة أخرى (رضا: ٢٢١). كما عرف بأنه: "كل اعتداء على حق الخزينة العامة فيما فرضه القانون من ضرائب" (فاضل: ٨٢).

### أسباب التهرب الضريبي

لقد أورد العديد من الكتاب جملة من الأسباب التي قد تؤدي إلى قيام المكلفين بإخفاء وعاء الضريبة منها: (رضا: ٢٢٢، إسماعيل: ٥٧)

١. ارتفاع نسبة الضريبة، فكلما ارتفعت نسب الضرائب كلما زاد الدافع لدى المكلفين على إخفاء وعاء الضريبة، والعكس صحيح.

٢. الظروف الاقتصادية التي يمر بها البلد، من رخاء أو كساد ففي أوقات الرخاء يقل التهرب، بينما يزداد في أوقات الكساد حيث تقل الأموال.

٣. درجة انتشار الوعي الضريبي، فكلما ازداد شعور الأفراد بواجباتهم تجاه الدولة، كلما قل الدافع للتهرب من دفع الضريبة، والعكس بالعكس.

٤. سياسة الدولة الإنفاقية، فكلما كان إنفاق الدولة رشيداً وموجهاً لتحقيق المنافع للمواطنين كلما شعر الأفراد بأهمية الضريبة وضرورة دفعها والعكس صحيح.

٥. طبيعة الجزاء الذي تفرضه الدولة على مرتكبي مخالفة التهرب الضريبي، فكلما كان الجزاء كبيراً وصارماً كلما قل التهرب والعكس صحيح.

أما فيما يتعلق بطرق مكافحة التهرب من الضريبة، فقد أورد أحد الكتاب مجموعة من الطرق منها: (رضا: ٢٢٣):

١. جباية الضريبة عند المنبع.

٢. إعطاء الحق لموظف الضريبة للإطلاع على الأوراق والدفاتر والمستندات المتنوعة.

٣. إلزام المكلف بإخبار الدوائر المالية عن جميع المعاملات التي يتوقف عليها فرض الضريبة.

٤. تطبيق مبدأ العقاب والجزاء المتنوعة على المخالفين.

٥. استيفاء الضريبة عيناً عند اختلاف الإدارة الضريبية مع المكلف في تقدير قيمتها.

إن هذه الطرائق لا تعد كافية لمنع التهرب الضريبي، علاوة على ما تسببه من إساءة للعلاقة بين دوائر الضريبة وبين المواطنين المكلفين بدفع الضرائب، عليه فإن البحث يقترح تطبيق الأسلوب التالي لتقليل التهرب الضريبي.

### ثالثاً: الأسلوب المقترح لتقليل التهرب عن دفع ضريبة الدخل

إن جباية ضريبة الدخل لا تتم بطريقة واحدة، فمنها ما يجبي عند المنبع، مثل الضريبة على رواتب وأجور العاملين في القطاعين العام والخاص في العراق، إذ أن هذه الطريقة كفيلة بمنع التهرب لأنها لا تدع مجالاً لصاحب الدخل من إخفاء دخله كلاً أو جزءاً على اعتبار أن الذي يدفع الضريبة غيره، وهذا الأخير لا مصلحة له في إخفاء أو تقليل الوعاء الخاضع للضريبة.

أما الدخول الأخرى لأصحاب المهن والمصالح والتجار والمقاولين والمزارعين وأصحاب السيارات الإنتاجية وغيرها، فإن طريقة جباية الضريبة تقتضي مراجعة المكلف إلى الدوائر المالية لسداد المبلغ المستحق عليه لهذه الدوائر كضريبة على الدخل، ونظراً للصعوبات التي يواجهها المكلفون في تسديد الضريبة خصوصاً عند نهاية السنة المالية من جهة، والصعوبات التي تعاني منها دوائر الضريبة كتلك

المتعلقة بزيادة بل مضاعفة حجم العمل عند قرب نهاية السنة المالية وعدم مراجعة جميع المكلفين لتسديد ما عليهم من ضرائب مستحقة خلال العام (التهرب الضريبي) من جهة أخرى، ولتذليل هذه الصعوبات وتخفيف معاناة دافعي الضرائب عند مراجعة الدوائر المالية وتقليل دوافع التهرب الضريبي، فإن البحث يقترح تطبيق الأسلوب التالي من قبل الدوائر المالية:

١. قيام وزارة المالية بعمليات إعلانية واسعة ومكثفة في جميع وسائل الإعلام المتاحة في القطر لنشر الوعي الضريبي بين المواطنين لإقناعهم بأن الضريبة هي جزء من واجب المواطنة والانتماء، وإنها تستخدم لتقديم الخدمات العامة للمجتمع وبدونها سيحرم المجتمع من مثل هذه الخدمات.

٢. جعل المواطن يلمس على الأرض بشكل فعلي الفائدة التي تعود عليه من حصيله أموال الضريبة، وذلك بتحويل المبالغ المجمعة من الضرائب لتمويل المشاريع ذات النفع العام كل محافظة بمحافظتها، وذلك بتقسيم واردات الضرائب إلى حصص كالآتي:

٢٠% لخزانة الدولة العامة.

٥٠% لتمويل مشاريع المحافظة العامة كبناء الجسور، وتعبيد الطرق وبناء المدارس والمستشفيات

والجسور وغيرها.

١٥% لبناء وتمويل دور الأيتام والمحتاجين في المحافظة.

١٥% لتمويل الجمعيات المهنية والاجتماعية والخيرية والأندية الرياضية في المحافظة.

١. تقسيط مبلغ الضريبة على شكل أقساط شهرية أو فصلية أو نصف سنوية بحسب رغبة المكلف، بعد تقدير هذا المبلغ وتبليغ المكلف بمقداره خطياً، وإعطاءه الخيار في أن يدفع المبلغ كاملاً نقداً أو بصك أو بالأقساط بغية تخفيف العبء عن كاهله.

٢. تسهيل عملية الدفع وذلك بإعطاء المكلف الخيار بدفع قسط الضريبة بتوسيط المصارف الحكومية أو الأهلية أو دوائر البريد كل في المكان الذي يرغب لقاء وصولات نظامية رسمية وفق آلية تتفق عليها الدوائر الضريبية والبنوك في المحافظات دون تحميل المواطن أية رسوم أو فوائد إضافية، إنما تتحملها الدوائر الضريبية، أو حضوره شخصياً أو من يوكله إلى دائرة الضريبة لدفع المبلغ المستحق عليه.

٣. تشجيع المكلف على دفع الضريبة عن طريق إتباع وسائل التشجيع التالية أو أي منها: (ونشر ذلك في وسائل الإعلام المتنوعة)

أ. الخصم: أي إن كل مكلف يدفع الضريبة المستحقة عليه خلال العشرة أيام الأولى لتبليغه يخصم من مبلغها ١٢%، والخمسة عشر يوماً التالية ٨%، والعشرون يوماً التالية ٥%، أو أن يمنح الخصم بطريقة أخرى هي:

● من يدفع كامل مبلغ الضريبة المستحقة عليه في الثلاثة أشهر الأولى من السنة يمنح خصماً بمقدار ١٢%.

● من يدفع كامل مبلغ الضريبة المستحقة عليه في الثلاثة أشهر الثانية من السنة يمنح خصماً بمقدار ٧%.

● من يدفع كامل مبلغ الضريبة المستحقة عليه في الثلاثة أشهر قبل الأخيرة من السنة يمنح خصماً بمقدار ٢%.

● من يدفع كامل مبلغ الضريبة المستحقة عليه في الثلاثة أشهر الأخيرة من السنة لا يمنح خصماً.

● من يتأخر إلى السنة الثانية تفرض عليه زيادات تتراوح من ١% إلى ٨% حسب مدة التأخير.

- ب. إدخال أرقام وصولات تسديد الضريبة في مسابقات شهرية أو أسبوعية وتخصيص جوائز نقدية وعينية مغرية لعشرة أو خمسة عشر وصلاً الفائزة.
- ج. إعفاء المكلف من تسديد القسط الأخير لكل من يسدد الأقساط الشهرية للضريبة في مواعيدها المحددة، أو ٢٠% من القسط الأخير في حالة الأقساط الفصلية، أو ١٠% من القسط الثاني في حالة الأقساط نصف السنوية.
- د. منح مكافآت وامتيازات عينية لمن لم يتخلف عن (تسديد الأقساط) دفع الضريبة في موعدها المحدد للسنوات الثلاثة الأخيرة، مثل تنظيم سفرة سياحية جماعية إلى المناطق السياحية داخل أو خارج القطر لمدة عشرة أيام على نفقة الدائرة الضريبية في المحافظة، أو منح هؤلاء بطاقات سفر مجانية بالطائرة إلى أحد الأقطار المجاورة كل حسب رغبته، أو السماح له بإدخال سيارة خاصة معفاة من الرسوم والضرائب الكمركية، أو تقديم نوع من أنواع السلع المعمرة لكل واحد منهم، أو غير ذلك من الهدايا العينية الأخرى.
- هـ. إقامة مسابقات ومهرجانات رياضية وترفيهية، تحسم قيمة بطاقات الدخول من مبلغ الضريبة عند إبرازها من قبل المكلف وقت التحاسب الضريبي أي محاولة الحصول على جزء من مبلغ الضريبة برشاقة بصورة غير مباشرة بعد إعلام المواطنين بذلك.
١. الحرص على بناء علاقات عامة طيبة مع جميع المواطنين وذلك بتمكين المواطنين من الإطلاع على جهات إنفاق مبالغ الضرائب المجمعة سنويا وبشكل تفصيلي بكل صدق وأمانة، باستخدام وسائل الاتصال المتاحة في المحافظة.
٢. تخصيص جزء من مبالغ الضريبة للإنفاق على الفقراء والمعوزين والأيتام والمحتاجين ودور المسنين والجوامع والمساجد وترميمها أو بنائها أو تشييد المكتبات العامة ورفدها بالمصادر والكتب المختلفة في كل محافظة وفق برامج وخطط موضوعة وبإشراف من قبل مجالس المحافظات ووجهاتها ونشر ذلك في وسائل الإعلام المختلفة.
٣. إشعار دافعي الضرائب بمدية الضرائب، أي جعل المكلف يحس ويرى بل ويلمس بأن ما يدفعه على شكل ضرائب إنما تعود إليه وإلى مدينته وحيه على شكل خدمات هو بأمر الحاجة إليها. وهذا يحتاج بطبيعة الحال إلى برامج عمل منظمة وجهود مخططة ومعلومات وبيانات عن ما أنجز من مشاريع عامة تصل إلى كل المواطنين عن طريق إقامة الندوات العامة والمؤتمرات واستخدام جميع وسائل الاتصال المتاحة في المحافظة.
٤. إشعار المواطنين (دافعي الضرائب) بأن الدوائر المالية هي دوائر تقديم خدمات وليست دوائر بوليسية أو دوائر متعسفة تستخدم القانون بشكل تسلطي. والعمل على تحسين صورتها وسمعتها وإزالة ما لحق بها من تشويه جراء التصرفات والأفعال التي كانت تستخدمها مع المواطنين أيام النظام السابق، عندما كانت تجبي الضرائب من المواطنين بشكل كفي بعيداً عن نص القانون الضريبي وروحه، إذ كان الهدف هو جمع أكبر قدر ممكن من المال على شكل ضرائب للحصول على نسبة منها بغض النظر عن قابلية المكلفين على الدفع، وحجم الوعاء الضريبي. والأسوأ من ذلك حرمان المحافظة من هذه المبالغ وإرسالها إلى الخزنة العامة للدولة التي لا يعرف جهات إنفاقها ولا طريقة التصرف بها. كل هذا أساء لسمعة الدوائر الضريبية وعلاقتها مع المواطنين مما دفعهم إلى إتباع سبيل والوسائل للتهرب من دفع الضريبة.

٥. ولتعزير ما ذكرنا أعلاه ولتعميق العلاقة الطيبة وزرع روح التعاون بين المكلفين ودوائر الضريبة يجب أن توكل عملية تقدير الوعاء الخاضع للضريبة إلى موظفين ذوي اختصاص مشهود لهم بالكفاءة العالية والتزاهة، مدربين تدريباً جيداً في مجالات العلاقات العامة، والجوانب النفسية والإنسانية والاجتماعية (علم النفس، علم الاجتماع والسلوك) للتعامل مع شرائح المجتمع المختلفة، إذ يجب أن يقوم هؤلاء بتقدير الوعاء الضريبي بشكل غير متعسف بعد أخذ ظروف كل مكلف بنظر الاعتبار بعيداً عن استهداف جمع أكبر قدر ممكن من المال على شكل ضرائب بل يجب أن يكون الهدف هو إقامة علاقات طيبة وزرع الثقة وروح التعاون والتفاهم مع المواطنين وصولاً إلى اقتناع المكلف بدفع المبالغ المستحقة عليه في مواعيدها بعد إشعاره بأحقيتها وصحتها ومناسبتها من حيث المقدار والتوقيت حتى لو حصل ذلك في المدى المتوسط أو البعيد.

### الخلاصة

تعد الأموال المستحصلة على شكل ضرائب مباشرة وغير مباشرة، من مواطني أي بلد مهما كان شكل نظامه السياسي ومقدرته الاقتصادية، مصدراً مهماً جداً من مصادر التمويل التي تستخدم لتغطية النفقات العامة من بناء الجسور، والمستشفيات، والمدارس، وتعبيد الطرق، وإنشاء السدود، وحفر الآبار، وشق الترع والأهبار والبرول، واستصلاح الأراضي، وغير ذلك كثير، إذ إن إيرادات الضرائب تشكل رافداً أساسياً من روافد الموازنة العامة للدولة يمكن الاعتماد عليه بنسبة أكبر من الاعتماد على مصادر التمويل الأخرى التي تتأثر بالظروف السياسية والاقتصادية الدولية والمحلية، مثل تصدير الموارد الأولية، والمنتجات الجاهزة، والمعادن، والوقود وغير ذلك، أو الاقتراض لمختلف الآماد، وما يسببه ذلك من مشاكل والتزامات خانقة تثقل كاهل البلد، وتستنزف موارده على شكل فوائد وأقساط، وأمور أخرى كالضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ومن هنا، ولأجل تقليل نسب تذبذب مقدار الأموال المستحصلة على شكل ضرائب، وبالأخص ضريبة الدخل من سنة لأخرى، (أي زيادة الإعتمادية)، فإن ذلك يستلزم بذل المزيد من الجهود من قبل الدوائر الضريبية (المالية) لتقليل دوافع التهرب الضريبي لدى دافع الضريبة إلى أقل حد ممكن، إذ أن العلاقة بين التهرب الضريبي ومقدار الأموال المستحصلة من دافعي الضرائب تعد علاقة عكسية فكلما ازدادت نسبة التهرب الضريبي قلت الأموال المستحصلة، والعكس صحيح. مما ينعكس تأثيره بشكل مباشر على مقدرة الدولة وأجهزتها المتنوعة لتنفيذ المشاريع والخدمات المخططة للمواطنين، عليه، فإنها كلما تمكنت الدوائر الضريبية من إرساء علاقات طيبة مع المواطنين، مبنية على الثقة والمصادقية والاقتناع بأهمية وأحقية المبالغ المدفوعة من قبلهم على شكل ضرائب على الدخل ولم يشعر بوطأتها أو ثقلها المادي والنفسي عليهم، كلما قلت الدوافع لديهم للتهرب الضريبي وازدادت نسبة استقرار المبالغ المستحصلة للدولة وإدارتها المحلية.

ولأهمية ذلك أعلاه، فقد جاء هذا البحث بمجموعة من المقترحات والأفكار التسويقية (المستمددة من علم التسويق) التي من شأنها أن تزيد من درجة التفاعل الإيجابي بين المواطنين من جهة، والدوائر الضريبية من جهة أخرى، إضافة إلى تخفيف وطأة الضريبة وحساسيتها من الناحيتين المادية والنفسية عليهم، وجعلهم يشعرون بأن المبالغ التي يدفعونها على شكل ضرائب، إنما ترجع إليهم بصورة غير مباشرة على شكل مشاريع وخدمات عامة تعود بالنفع على الجميع.

## المصادر

## (١) المصادر العربية

١. الصكبان، عبدالعال، "مقدمة في علم المالية والمالية العامة"، ط١، بغداد، مطبعة العاني، ١٩٧٢.
٢. الجنابي، طاهر، "دراسات في المالية العامة"، بغداد، مطابع التعليم العالي، ١٩٩٠.
٣. النايف، عبدالجواد، "تطور النظام الضريبي ومدى مساهمة الإيرادات الضريبية في تمويل خطط التنمية الاقتصادية"، مجلة تنمية الرافدين، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد العاشر، العدد ٢٣، ١٩٨٨.
٤. التكريتي، عبدالمجيد، "دور الضرائب في تكيف الإنفاق في ظل الحرب والتنمية"، مجلة تنمية الرافدين، المجلد السابع، العدد ١٤، ١٩٨٥.
٥. آل علي، رضا صاحب أبو أحمد، "المالية العامة"، البصرة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، ٢٠٠٢.
٦. إسماعيل، إسماعيل خليل، "المحاسبة الضريبية"، ط١، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، ٢٠٠٢.
٧. فاضل، عبدالستار، "الجرائم الضريبية في تشريع ضريبة الدخل العراقي"، مجلة تنمية الرافدين، المجلد السابع، العدد ١٣، ١٩٨٥.
٨. الديوه جي، أبي سعيد، "إدارة التسويق"، الموصل، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، ٢٠٠٠.

## (٢) المصادر الأجنبية

1. Kotler, Philip, "MarketingManagement", New Jersey, Prentice Hall International, Inc. 2000.
2. Stanton, William & Others, "Marketing", New York, McGraw-Hill Co., 1998.