

بخشش نوع‌دوستانه و تأثیر مشوق‌های مالیاتی بر آن مورد مطالعه: شهرهای منتخب ایران (۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵)^۱

کاوه حقوقی

دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه تبریز، kaveheco@tabrizu.ac.ir

احمد اسدزاده*

دانشیار اقتصاد دانشگاه تبریز، assadzadeh@tabrizu.ac.ir

محمدعلی متفکرآزاد

استاد اقتصاد دانشگاه تبریز، motafakker@tabrizu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۸/۰۷ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۱۲

چکیده

هدف این مطالعه بررسی عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از اظهارنامه‌های مالیاتی تسلیم‌شده از طرف اشخاص حقیقی در هشت شهر تبریز، اصفهان، شیراز، ارومیه، مشهد، اهواز، رشت و اراک با استفاده از داده‌های پانل طی دوره ۱۳۸۸-۱۳۹۵ است. نتایج تحقیق مؤید آن است که بین متغیر درآمد افراد، بهای بخشش، سن و بخشش نوع‌دوستانه یک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی همراه با افزایش درآمد افراد، بهای بخشش و سن، بخشش نوع‌دوستانه افزایش می‌یابد. از آنجا که حجم زیادی از مؤدیان مشاغل، در طبقات متوسط و پایین درآمدی قرار دارند و در شرایط فعلی این گروه در مقایسه با گروه پردرآمد قیمت بیشتری برای کمک‌های خیریه پرداخت می‌کنند لذا برای تشویق این گروه باید هزینه یا قیمت کمک کاهش یابد. از طرفی بخشش درآمدی ۰/۸۵ و بخشش بهای بخشش برابر ۰/۰۶ است که نشان‌دهنده هماهنگی بین درآمد و قیمت و اثرگذاری آن بر بخشش نوع‌دوستانه است. در ادامه، عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از بخشش مالیاتی، نشان‌دهنده آن است که بین متغیر مالیات و بخشش نوع‌دوستانه یک رابطه منفی و معنادار وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: مشوق مالیاتی، بخشش نوع‌دوستانه، اقتصاد اخلاقی، بهای بخش.

طبقه‌بندی JEL: H31، H26، H33، H73.

^۱ این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول در دانشگاه تبریز است.

* نویسنده مسئول مکاتبات

۱- مقدمه

از نظر جامعه شناسان صرف کردن داوطلبانه وقت و پول برای کمک به دیگران نشانه انسجام در یک جامعه است. تقریباً تمام کشورها، فرهنگ‌ها و ادیان از رسم‌های خاص خود در کمک کردن به دیگران برخوردارند. این رسم‌ها پیچیده هستند و تاریخ، سنت و مذهب این کشورها آن‌ها را شکل می‌دهند. مقدار این کمک‌ها در یک کشور نشانگر قدرت جامعه مدنی است که تا چه اندازه افراد آن جامعه تمایل و توان دارند تا به حل مشکل نیازمندان محل خود یا جاهای دیگر کمک کنند. دولت‌ها به خاطر اهداف زیر سعی در حمایت حس نوع دوستی دارند:

الف) تأمین خدمات اجتماعی بیشتر برای جامعه: حامیان استفاده از انگیزه‌های مالیاتی برای تشویق پرداخت خیریه معتقدند جامعه از وجود بخش غیرانتفاعی بزرگ و پرتحرک به انجمن‌های مختلف سود می‌برد. بسیاری از این سازمان‌ها کالاها و خدماتی را با استفاده از منابع غیردولتی تهیه می‌کنند که در غیر این صورت دولت باید آن‌ها را تهیه می‌کرد.

ب) رشد و توسعه اقتصاد: سازمان‌های خدماتی غیرانتفاعی مولد، میزان تولید در کشور را افزایش می‌دهند و در نتیجه شغل ایجاد کرده و مخارج دولت را کاهش می‌دهند. ج) کسب حمایت مردم: اگر دولت این حمایت‌های مردمی را تشویق و با شهروندانی که درگیر حل مسائل اجتماعی هستند همکاری کند مردم این برداشت را خواهند کرد که دولت به پیگیری نگرانی‌های مردم علاقه‌مند بوده و در نتیجه شایسته حمایت مردم است.

د) توجه به ترجیحات خیرین: سازمان‌های خیریه خصوصی که باید به طور مستقیم برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی باهم رقابت کنند نسبت به سازمان‌هایی که کاملاً به وجوه دولتی وابسته‌اند کارا تر و پاسخگو ترند و خدمات متنوع‌تری را فراهم کرده و در نتیجه منعکس‌کننده ترجیحات خیرین هستند. در واقع انگیزه‌های مالیاتی برای کمک‌های خیریه انفرادی امکان می‌دهد تا به طور مستقیم درباره چگونگی مصرف وجوه آنان اظهار نظر کنند (بوریس^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). دولت‌ها به شکل‌های مختلف از کمک‌های خیریه خصوصی حمایت می‌کنند. یک روش درباره مقررات و قوانین ناظر بر فعالیت‌های

¹Boris et al.

این مؤسسات است که به‌سختی و شدت مؤسسات تجاری انتفاعی نیست، زیرا در بسیاری از موارد مؤسسات غیرانتفاعی نمی‌توانند در شرایط سخت قانون و مقررات دوام بیاورند.

دولت‌ها به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته مانند آمریکا، انگلستان و کانادا برای تشویق و افزایش کمک‌های خیریه از انگیزه‌های مالیاتی عموماً به دو روش کسورات مالیاتی^۱ و اعتبار مالیاتی^۲ استفاده می‌کنند. در روش اول هر کمک‌کننده می‌تواند کمک‌های خیریه خود را تحت شرایطی جزء هزینه‌های قابل قبول حساب کرده و در نتیجه درآمد مشمول مالیات خود را تا اندازه‌ای کاهش دهد؛ اما اعتبار مالیاتی مطابق شرایط، از بدهی مالیاتی فرد به‌طور مستقیم (و نه از درآمد مشمول مالیات) کسر می‌شود (دوکوت^۳، ۲۰۱۹). باوجوداینکه انگیزه‌های مالیاتی دارای دو روش عمومی است ولی در هر کشور ساختار این روش‌ها متنوع هستند؛ به همین خاطر از ضوابط قانونی و مقررات خاصی تبعیت می‌کنند.

در ایران هم ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷ صراحت دارد که فعالیت‌های عام‌المنفعه و کمک‌های دریافتی از سوی مؤسسات خیریه و عام‌المنفعه و کمک‌های پرداختی افراد و شرکت‌ها به مؤسسات خیریه تعیین شده از سوی دولت، معاف از مالیات هستند. نظام مالیات بر درآمد جمهوری اسلامی ایران نیز برای تشویق کمک‌های خیریه، مؤسسات غیرانتفاعی را تحت شرایطی از مالیات بر درآمد معاف کرده است. همچنین خیرینی که کمک‌های خاص انجام می‌دهند می‌توانند مطابق قانون از کسورات مالیاتی استفاده کنند (مزیکی و زاهدی^۴، ۱۳۸۹، شفیعی^۵، ۱۳۸۹).

پرداخت کمک به هم‌نوع بالاخص در سطح فردی و غیر شرکتی، یک امر شخصی است و بر اساس احساس فردی صورت می‌گیرد و انگیزه‌های مادی تأثیر کمتری در این حرکت دارند، اما این موضوع در سطح بنگاه و شرکت‌ها و نیز برای مبالغ بزرگی از کمک‌های خیریه قدری متفاوت است و برای گروه اخیر، استراتژی‌ها و مشوق‌های

¹ Tax deduction

² Tax credit

³ Duquette

⁴ Maziki & Zahedi (2011)

⁵ Shafiee (2011)

مالیاتی و حمایتی می‌تواند انگیزه بنگاه‌ها و حجم این نوع کمک‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

با توجه به جایگاه بسیار ممتاز نوع دوستی و انفاق در فرهنگ دینی ما و از طرفی بر اساس قانون مالیات‌های مستقیم تاکنون مطالعه دقیقی که ارتباط بین بخشش نوع دوستانه و مشوق‌های مالیاتی را بررسی کند، صورت نگرفته است؛ لذا در این تحقیق، سعی شده است به ارتباط بین بخشش نوع دوستانه و مشوق‌های مالیاتی در شهرهای منتخب ایران (شهر تبریز، اصفهان، شیراز، ارومیه، مشهد، اهواز، رشت و اراک) طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵ پرداخته شود. در بخش دوم، ادبیات نظری و پس از آن پیشینه تحقیق ارائه شده است. در بخش سوم روش‌شناسی تحقیق بحث شده و بخش چهارم تحقیق شامل برآورد مدل است. ارائه نتایج و پیشنهادها، بخش‌های پایانی مقاله است.

۲- ادبیات موضوعی تحقیق

۲-۱- مبانی نظری

به طور معمول فرض بر این است که جریان اصلی^۱ تفکر اقتصادی به این نتیجه ختم می‌شود که علم اقتصاد بدون در نظر گرفتن توجیهات اخلاقی پایه‌ریزی شده است. برای مثال، برخی از محققین چنین عنوان می‌کنند: «اقتصاد خرد مقدماتی بر اساس پیش فرض رفتار خودخواهانه منطقی استوار است» (رحیمی بروجردی^۲، ۱۳۹۱). از خودگذشتگی و بخشش، خیرخواهی، دلسوزی، نیکوکاری، نوع دوستی و کلماتی از این دست مفاهیمی هستند که ممکن است در نگاه اول با روح علم اقتصاد که بر اساس نفع شخصی استوار است ناسازگار به نظر آیند؛ به راستی علمی که بر مبنای نفع شخصی بنا نهاده شده است به همین آسانی با رفتارهایی که به وضوح برخاسته از عدم خودخواهی باشد همراه نخواهد شد. چگونه رفتار از خودگذشتگی با نفع شخصی کنار می‌آید؟ (اندرونی^۳، ۲۰۰۶)

¹ Mainstream

² Rahimi Boroujerdi (2012)

³ Andreoni

عبارت اقتصاد اخلاقی برای اولین بار در مقاله تامپسون^۱ (۱۹۷۱) تحت عنوان «اقتصاد اخلاقی جمعیت انگلستان در قرن هجدهم»^۲ آورده شده است. این اصطلاح در مفهوم‌سازی یک سری مشاهدات تجربی در قالب یک عبارت مشخص، موفق بود. همچنین نمونه‌ای نادر از یک مفهوم ابداع شده توسط یک تاریخدان را توضیح می‌داد و به اندازه‌ای جذاب بود که پژوهشگران دیگر رشته‌ها، مانند علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی نیز آن را پذیرفتند (برک^۳، ۲۰۰۵).

پس از آنکه اولین مقاله دانشگاهی در ارتباط با نوع‌دوستی ارائه شد، علاقه شدیدی در ارتباط با اقتصاد نوع‌دوستی و بخشش خیرخواهانه^۴ از دهه ۱۹۸۰ به وجود آمد. صدها مقاله برای کشف و گسترش یافته‌های تئوریک نوشته شده است و بیش از صدها مقاله به دنبال ارائه پاسخی برای پرسش‌های تجربی بوده‌اند. نوع‌دوستی یکی از بزرگ‌ترین معماهای اقتصادی است؛ چرا که با فروض اولیه اقتصاد کلاسیک در خصوص به حداکثر رساندن نفع شخصی و حداکثر کردن مطلوبیت با توجه به محدودیت‌های قید بودجه افراد در تناقض است. آنجا که شخص می‌تواند با خط بودجه بالاتر به مطلوبیت بیشتری دست یابد آیا با از دست دادن بخشی از بودجه خود به واسطه بخشش، از مطلوبیت کمتری برخوردار خواهد شد؟ و آیا این در تناقض با اصول اقتصاد کلاسیک نیست؟ در پاسخ به این موارد، یک توضیح می‌تواند این باشد که بخشش خیرخواهانه اصولاً به معنی از خود گذشتگی نیست. توجیه دوم که برخی اوقات نفع شخصی روشنفکرانه^۵ گفته می‌شود، این است که بخشش ناشی از خودخواهی فرد و حب نفس است. شخصی که به آسودگی در جایی استخدام شده است ممکن است بدین جهت فقرا بخشش کند تا رسم معمول را برقرار نگه دارد، چرا که او هم ممکن است روزی به واسطه حوادث نادر فقیر شود. دلیل سوم این است که نوع‌دوستی دیگران یا نسل آینده ممکن است محرکی برای بخشش باشد و این هدایا داده می‌شوند که تابع مطلوبیتی را حداکثر کنند که دربرگیرنده منافی برای دیگران یا جامعه به طور کل باشد. در حالی که این سه توضیح

¹ Thompson (1971)

² The moral economy of the English crowd in the eighteenth century

³ Burke

⁴ Charitable giving

⁵ Enlightened self-interest

متمایز هستند، یک نظریه پرداز اقتصادی ممکن است همه آن‌ها را به شکل مشابهی مدل‌سازی کند.

علت چهارم می‌تواند این‌گونه باشد که اعطای کمک‌های خیریه ممکن است بیشتر جذاب باشد: مردم ممکن است که از بخشیدن، مطلوبیت - یک حس درونی خوب^۱ - کسب کنند.

علت پنجم می‌تواند این باشد که اصول اقتصادی ما که بر اساس رفتار منفعت‌گرایانه شخصی بنا نهاده شده است حقیقتاً برای توضیح مناسب نوع دوستی سازگار نیست. انسان‌ها صرف نظر از هر چیزی موجودات معنوی هستند. شاید رفتار ما تحت تأثیر کدهای اخلاقی است که انتخاب‌های ما را با مدل‌های نئوکلاسیکی و ترجیحات خوش رفتاری^۲ و توابع مطلوبیت شبه مقعر^۳ قابل توضیح نمی‌سازد (بوریس و همکاران، ۲۰۱۰).

هر کدام از موارد فوق می‌تواند دلیلی برای افراد باشد تا راغب به بخشش بخشی از دارایی و درآمد خود برای برطرف کردن یک نیاز در جامعه بشوند؛ حال اگر این نیاز یک نیاز عمومی مثل احداث پل بر روی رودخانه، تأسیس مدرسه، آسفالت نمودن خیابان و غیره باشد در حقیقت محرک ورود آن‌ها به اقتصاد بخش عمومی است. اینجاست که وجود یک سیاست قوی دولتی به منظور تحریک حس نوع دوستی و هدایت آن به سمت تأمین نیازهای عمومی جامعه بسیار لازم است. بدین صورت است که نوع دوستی خصوصی می‌تواند جانشین بخش عمومی در تهیه کالا و خدمات باشد؛ چرا که با وجود افرادی که خدمات حمایتی از فقرا را ارائه می‌کنند و یا از هنر حمایت می‌کنند و یا یک نیاز عمومی از جامعه را برطرف می‌نمایند نیاز کمتری به این وجود دارد که دولت این کارها را انجام دهد. تا بدان جا که ضروری به نظر می‌رسد که درک شود چگونه خیریه خصوصی فراهم می‌شود و چگونه با تهیه و تدارک کالاهای عمومی تعامل می‌کند. در این ارتباط دولت‌ها در گذشته معمولاً با سیاست‌های مساعدت مالیاتی^۴ با اعانه‌دهندگان خیر رفتار کرده‌اند، همانند اعطاء مشوق‌های مالیاتی در قبال انجام کمک‌های خیریه^۵ در

¹ A warm-glow

² well-behaved preferences

³ quasi-concave utility functions

⁴ Tax-favored

⁵ Charitable deduction

ایالات متحده. این امر، مالیات بر درآمد اهدا کننده را کاهش داده و باعث ایجاد انگیزه‌ای برای کمک‌های خیریه بیشتر شده و زمانی که نرخ نهایی مالیات اهدا کننده افزایش می‌یابد، بسیار با ارزش‌تر می‌شوند. از طرف دیگر این امر باعث تقویت بخش اقتصاد غیرانتفاعی و تأمین هزینه بسیاری از خدمات عمومی و ضروری در آن کشور شده است. (دوکوت^۱، ۲۰۱۹)

منظور از بخش سوم همان سازمان‌هایی هستند که در کنار بخش خصوصی یا بازار (بخش اول) و یا بخش عمومی یا دولت، فعالیت می‌کنند ولی جزو هیچ یک از این دو بخش نیستند، اما نقش غیرقابل انکاری در فعالیتهای اقتصادی دارند و در دهه‌های اخیر حجم بالایی از تولید داخلی بسیاری از کشورها را تشکیل می‌دهند (ریاحی سامانی^۲، ۱۳۹۴).

شناسایی انگیزه‌های بنیادین بخش سوم همچون حس نوع‌دوستی برای حضور در اقتصاد بخش عمومی می‌تواند نقطه آغازی بر پررنگ‌تر نمودن نقش آن باشد و در کنار آن و به صورت هم‌زمان، در نظر گرفتن مشوق‌های مالیاتی که منجر به کاهش درآمدهای مالیاتی دولت می‌شود با هدف تأمین بخشی از هزینه‌های عمومی که معمولاً بر دوش دولت است، از طریق جلب این‌گونه مشارکت‌ها هدفی است که امروزه اکثر کشورهای توسعه یافته با برنامه‌ریزی‌هایی که انجام می‌دهند قصد دارند بیشتر به آن دست پیدا کنند.

اگرچه بررسی‌های موجود در بسیاری از کشورهای جهان نشان می‌دهد که پرداخت کمک به هم‌نوع بالاخص در سطح فردی و غیر شرکتی، یک امر شخصی است و بر اساس احساس فردی صورت می‌گیرد و انگیزش‌های مادی تأثیر کمتری در این حرکت دارند، اما این موضوع در سطح بنگاه و شرکت‌ها و نیز برای مبالغ بزرگی از کمک‌های خیریه قدری متفاوت است و برای گروه اخیر، استراتژی‌ها و مشوق‌های مالیاتی و حمایتی می‌تواند انگیزه بنگاه‌ها و حجم این نوع کمک‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (عرب‌مازار و زایر^۳، ۱۳۹۰).

¹ Duquette

² Reyahie Samani (2015)

³ Arabmazar & Zayer (2011)

• نوع دوستی و نظام مالیاتی

نوع دوستی از جنبه رفتاری یا روان‌شناختی قابل فهم است. از جنبه انگیزشی، نوع دوستی، تمایل به ارتقاء رفاه دیگران است به طوری که از خالص رفاه شخص کاسته شود. از جنبه رفتاری، نوع دوستی هر کاری است که برخاسته از محرک‌های نوع دوستانه باشد (الستر^۱، ۲۰۰۶). رفتارهای نوع دوستانه زیر مجموعه‌ای از رفتارهای اجتماعی مطلوب هستند. نوع دوستی به معنای انگیزه‌ای ذاتی است که رفتارهای داوطلبانه را به خاطر نفع دیگری برمی‌انگیزاند، اعمالی که به خاطر دغدغه دیگران یا به وسیله ارزش‌ها، اصول و اهداف درونی شده برانگیخته شده‌اند و نه به واسطه انتظار پاداش‌های اجتماعی یا مادی یا اجتناب از تنبیه (ایزنبرگ^۲، ۱۹۸۹).

نوع دوستی، سخاوت و بلند نظری بدون انتظار مقابله به مثل است که به واسطه آن شخص، رفع نیازهای دیگران را به طور داوطلبانه در اولویت قرار می‌دهد (شعبانی^۳، ۱۳۹۳). نوع دوستی به عنوان یک رفتار خیرخواهانه نسبت به دیگران در جامعه معمولاً در قالب هدایای خیریه تعریف شده است. کمک‌های خیریه بخش مهمی از درآمد در ایالات متحده و دیگر کشورها به حساب می‌آید و اغلب مستقیماً از طریق سیاست مالی دولت ترغیب می‌شود (اندرونی، ۲۰۱۵).

کمک‌های نوع دوستانه‌ای که توسط بخش خصوصی انجام می‌پذیرد، همچون پرداخت‌های انتقالی دولت، یکی از مهم‌ترین روش‌ها برای کاهش فاصله طبقاتی جامعه است. اغلب کشورها، به نقش پراهمیت و معناداری که بخش داوطلبانه^۴ در پدید آوردن جامعه قوی و با عملکرد مناسب دارد به علاوه تأثیر آن در اشتغال، رفاه و رشد اقتصادی پی برده‌اند. رفتار اشخاص حقیقی اغلب به پیشینه فرهنگی، اجتماعی و عواملی چون سن، جنسیت، وضع درآمد، میزان مالیات پرداختی و باورهای دینی وابستگی بیشتری دارد؛ و برای گروه اخیر، استراتژی‌ها و مشوق‌های مالیاتی و حمایتی می‌تواند انگیزه بنگاه‌ها و حجم این نوع کمک‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (عرب مازار و زایر، ۱۳۹۰).

یکی از بخش‌های مهمی که در تمامی کشورهای دنیا برای حمایت از مشارکت بخش خصوصی و تقویت نظارت بر فعالیت‌های آن‌ها مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است، نظام

¹ Elster

² Eisenberg

³ Shabani (2015)

⁴ Voluntary sector

مالیاتی است. طی چند دهه گذشته تلاش‌های زیادی در دنیا برای افزایش کمک‌های خیریه از طریق تغییر سیاست‌های دولت صورت گرفته است. بهبود مقررات نظارتی خیریه‌ها و سایر سازمان‌های غیرانتفاعی، توسعه مشوق‌های مالیاتی برای حمایت از افراد خیر از یک سو و مؤسسات خیریه از سوی دیگر به منظور افزایش حجم کمک‌ها و در نتیجه افزایش شفافیت و مسئولیت‌پذیری نهادی خیریه‌ها از اهم اقدامات و تلاش‌های مستمری است که کشورهای مختلف جهان انجام می‌دهند. ارفاق مالیاتی به شکل اجازه کسر کمک‌های خیریه از درآمد مشمول مالیات و تخفیف مالیاتی (اعتبار مالیاتی) از رایج‌ترین اشکال حمایت مالیاتی از کمک‌های خیریه بخش خصوصی در کشورهای مختلف است که در اکثر کشورهای جهان تحت شرایط و ضوابط خاص به افراد واجد شرایط اعطاء می‌شود.

در ایالات متحده و بسیاری از دیگر کشورها یک مزیت مالیاتی برای بخشش‌های نوع دوستانه وجود دارد و به صورت مؤثر هزینه بخشش را کاهش می‌دهد. به عنوان مثال در ایالات متحده، بخشش نوع دوستانه می‌تواند از درآمد مشمول مالیات کاسته شود. با وجود نرخ‌های فزاینده مالیاتی افرادی که درآمد بیشتری دارند باید مالیات بر درآمد بیشتری پرداخت کنند و این بدان معنی است که این دسته از افراد در صورت روی آوردن به بخشش نوع دوستانه و ارائه آن در اظهارنامه‌های مالیاتی خود از یارانه‌های نهایی بیشتری بهره‌مند می‌شوند.

۲-۲- پیشینه تحقیق

در خصوص تأثیر معافیت‌های مالیاتی بر بخشش نوع دوستانه در سال ۱۹۶۷ مطالعه‌ای توسط تائوسیگ^۱ صورت گرفت که با استفاده از یک نمونه طبقه‌بندی شده از ۷۰۵۹۶ اظهارنامه مالیاتی شامل اطلاعاتی در خصوص یک سری کسورات معین انجام شد. یافته اصلی تحقیق تائوسیگ این بود که این کسورات دارای اثر بسیار کم و یا فاقد هرگونه اثری بر روی مقدار کل کمک‌های نوع دوستانه است. به بیان دقیق‌تر، برآوردهای پارامتر تائوسیگ یک کاهش قیمتی کمتر از ۰/۱ را نشان می‌دهد و بنابراین مؤید آن است که به ازای هر دلار از درآمد بالقوه از دست‌رفته توسط وزارت دارایی، کمتر از ده سنت صرف امور خیریه می‌شود (تائوسیگ، ۱۹۶۷). از جمله ایرادات وارده به تحلیل تائوسیگ یکی

^۱ Taussig

حذف تصادفی ۲۲۹۱۸ مشاهده است که باعث زیر سؤال رفتن نتیجه‌گیری نهایی وی شد و دیگری مشکلات جدی در تصریح و روش تخمین تاؤسیگ است. طبق یافته‌های مقاله اندرونی (۲۰۱۵) انسان‌دوستی با احتساب تقریباً ۲٪ از مالیات سالانه طی ۴۰ سال منتهی به سال ۲۰۱۴ یک عامل مهم در اقتصاد ایالات متحده است. دولت و اعانه‌دهندگان خصوصی برای تأمین مالی ارائه خدمات تقریباً دو بیست هزار سازمان خیریه همکاری می‌کنند. در این مقاله تأثیرات اقتصادی روی نوع‌دوستی خصوصی بررسی شده است و اینکه چگونه با سیاست دولت در تعامل است. مهم‌ترین یافته این است که افراد به‌راستی نسبت به کسر خیریه در سیستم مالیاتی ایالات متحده حساس هستند. با یارانه دادن به خیریه، کسر مالیات به‌طور واضحی اعانات بخش خصوصی را افزایش داده است، هرچند در گروه‌های درآمدی مختلف، اثر آن متفاوت است. البته نکته قابل‌توجه این است که کسر مالیات تنها برای کسانی شدنی است که کسورات را در اظهارنامه مالیاتی خود جزء به‌جزء نوشته‌اند. برای این افراد در مالیات‌های پایین، ۲۸٪-۱۰ بخشش آن‌ها به‌صورت کسر از مالیات به آن‌ها برمی‌گردد و اهدای آن‌ها به اندازه ۲۰٪-۷ افزایش می‌یابد. خانوار با درآمد بالا، با ۲۰۰.۰۰۰ دلار و بیشتر در هر سال ۳۵٪-۳۳ اهدای خود را به‌وسیله سطح مالیات‌های کمتر برمی‌گردانند و این باعث می‌شود کمک‌های خیریه آن‌ها در حدود ۴۰٪-۳۵ افزایش یابد.

تژیتدینووا^۱ (۲۰۱۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان، کاهش فرار (مالیاتی) از طریق خود اظهاری، شواهدی از کمک‌های خیریه، در دوره زمانی ۲۰۰۹-۱۹۷۰ برای ایالات متحده، با استفاده از طرح نیمه تجربی برای کمبود کمک‌های خیرخواهانه غیر نقدی، ارائه کرده است. نتایج نشان داد که حتی الزامات پایه‌ای خود اظهاری در کاهش فرار (مالیاتی) مؤثر هستند ولی هزینه‌های زیادی برای رعایت قوانین به مالیات‌دهندگان تحمیل می‌کند. الزامات گزارش ساده‌شده، هزینه‌های گزارش را به میزان ۵۵ دلار برای هر فرد کاهش و کمک‌های موردنیاز را به‌صورت قابل‌توجهی افزایش می‌دهد. با این حال، نیمی از کمک‌های جدید به دلیل فرار (مالیاتی) است؛ بنابراین، گزارش اطلاعات فقط باید برای کل کمک‌های گزارش شده بالاتر از یک آستانه مشخص اعمال شود.

¹ Tazhitdinova

ورفل^۱ (۲۰۱۸)، مقاله‌ای با عنوان، آیا کمک‌های خیرخواهانه، حمایت از مخارج دولتی را کاهش می‌دهد؟ را برای ایالات متحده ارائه کرده است. وی با استفاده از بررسی تجربیات نشان داد که کمک‌های خیریه می‌تواند حمایت از مخارج دولت را کاهش دهد. در مطالعه اول، پاسخ‌دهندگانی که به صورت تصادفی جهت بررسی کمک‌های خیرخواهانه یک منطقه خاص مورد نظر قرار گرفته بودند، احتمال حمایت از مالیات اضافی و مخارج دولتی در آن‌ها کمتر بوده است. مطالعه دوم، نشان داد که جانشینی جبری زمانی که پاسخ‌دهندگان احساس کنند که کمک‌ها تأثیر بیشتری دارند، کاهش می‌دهد.

دوکوت (۲۰۱۹) پژوهشی تحت عنوان، آیا محدودیت‌های سهم درآمدی در کسری مالیات کمک‌های خیریه بر میزان کمک‌ها تأثیر می‌گذارد؟ با استفاده از روش رگرسیون پانلی برای ایالات متحده انجام داده است. کاهش مالیات و قانون Jobs^۲ در سال ۲۰۱۷، محدودیت روی کسری مالیات کمک‌های خیریه را از ۵۰ تا ۶۰ درصد درآمد ناخالص مشخص افزایش داده است. این توضیح برآورد اثر محدودیت سهم درآمدی روی کمک‌ها را برای اولین بار برآورد می‌کند. الگوهای مربوط به کمک‌ها، در طول زمان در میان خیریه‌ها، با تغییرات اولیه در محدوده سهم درآمدی همراه است که با یک اثر سیاسی قابل توجه سازگار است. نتایج تخمین نشان داد که افزایش محدودیت سال ۲۰۱۷ مجموع کمک‌های خانوارها را حدود ۱۰ میلیارد دلار افزایش داده است.

مطالعات اندکی در خصوص بررسی میزان تأثیر معافیت‌های مالیاتی بر مقدار بخشش نوع دوستانه در ایران انجام شده است که شاید یکی از دلایل اصلی آن فقدان داده در سال‌های گذشته - قبل از راه‌اندازی سیستم مکانیزه مالیاتی در قالب طرح جامع مالیاتی کشور - باشد.

گیلک حکیم‌آبادی^۳ (۱۳۸۹) پژوهشی با استفاده از اطلاعات بودجه خانوارهای شهری کشور در سال ۱۳۸۷ انجام داده است. وی کشش کمک‌های خیریه را نسبت به درآمد بعد از مالیات برآورد کرده که بر تأثیر مثبت مشوق‌های مالیاتی بر کمک‌های خیریه در کشور اشاره دارد. کشش کمک‌های خیریه در این تحقیق ۰/۳۳ به دست آمده است. نقد وارد بر این مطالعه نادیده گرفتن سایر عوامل مؤثر بر میزان بخشش و صرفاً با اهمیت

¹ Werfel

² Jumpstart Our Business Startup

³ Gilak Hakim Abadi (2011)

دانستن نقش درآمد در میزان بخشش است؛ در حالی که به لحاظ نظری هم وجود رابطه مستقیم بین میزان درآمد و میزان بخشش بدیهی است و سایر عوامل مؤثر باید وارد مدل می‌شدند.

عرب مازار و زایر (۱۳۹۰) به منظور ارائه الگویی برای حمایت مالیاتی از کمک‌های خیریه در ایران، مطالعه‌ای بر پایه ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم انجام داده‌اند. بخش قابل توجهی از تحقیق آن‌ها به مقایسه تطبیقی سیستم‌های مالیاتی کشورهای مختلف در حوزه معافیت‌های اعطایی اختصاص دارد و نهایتاً نتیجه‌گیری کرده‌اند که روش فعلی حمایت از بخشش‌های نوع دوستانه در ایران دارای اشکالات متعددی است که از آن جمله می‌توان به بی‌عدالتی عمودی، بالا بودن هزینه‌های دریافت کمک از مؤدیان پردرآمد، بالا بودن هزینه این سیاست برای دولت و... اشاره کرد. پیشنهاد آن‌ها جایگزینی سیاست اعتبار مالیاتی غیرقابل استرداد با دو نرخ تبعیضی ۲۵ و ۳۰ درصد برای سطوح مختلف کمک‌های خیریه، به عنوان سیاست جایگزین نظام فعلی حمایت از کمک‌های خیریه در ایران است. در این تحقیق، محققین به تحلیل تئوری موضوع بسنده کرده‌اند و هیچ‌کدام از دو مدل ارائه شده، کمی سازی نشده و تخمین و ارزیابی ارائه نشده است.

بررسی‌های به عمل آمده، حاکی از آن است که تا کنون مطالعه‌ای در زمینه بررسی تأثیر سیاست‌های مساعدت مالیاتی بر بخشش نوع دوستانه در کشور انجام نشده است. با توجه به موارد فوق و دشواری‌هایی در زمینه جمع‌آوری داده‌ها تحقیق، در این مطالعه سعی شده است با در نظر گرفتن موارد زیر، گامی مهم و مؤثر در جهت تأثیر مشوق‌های مالیاتی بر بخشش نوع دوستانه برداشته شود.

مطالعات اقتصادسنجی بخشش خیرخواهانه، تصریحات متفاوتی از تقاضای بخشش را استفاده کرده‌اند. از آنجاکه در این تحقیق هدف بررسی تأثیر سیاست‌های مساعدت مالیاتی بر بخشش نوع دوستانه است؛ می‌تواند اطلاعات دیگری در رابطه با ویژگی‌های جمعیت شناختی و اقتصادی و اثر آن‌ها بر بخشش نوع دوستانه هر خانواده را ارائه می‌دهد؛ تجزیه و تحلیل اثرات این عوامل در کمک‌های خیرخواهانه، به خودی خود می‌تواند مورد هدف قرار گیرد.

۳- روش‌شناسی تحقیق و تصریح مدل

دو مدل پایه نظری برای تجزیه و تحلیل رفتار افرادی که بخشش می‌کنند ابداع شده است. نوع اول مدل‌های کالاهای عمومی است که در آن فرض بر این است که افراد

به‌منظور تأمین کالاهای عمومی برای جامعه بخشش می‌کنند. نوع دوم مدل‌های کالاهای خصوصی است که بر عواید حاصل از بخشش برای اهداء‌کنندگان انفرادی تأکید دارد (چانگ^۱، ۲۰۰۵).

از آنجاکه بخشش‌های انجام شده در تعیین درآمد مشمول مالیات، قابل کسر است، سیستم مالیات بر درآمد فعلی «قیمت» اعانات را از قیمت دیگر کالاها و خدمات کمتر می‌کند. به‌عنوان مثال یک فرد با یک نرخ مالیات نهایی ۴۰ درصدی، با چشم‌پوشی کردن از ۶۰ دلار از مصرف شخصی، می‌تواند ۱۰۰ دلار بخشش کند. بهای خالص بخشش برای وی فقط ۰/۶ است. به‌صورت کلی، برای یک فرد با نرخ نهایی مالیات m ، بهای بخشش^۲ برابر است با (فلدشتاین و تیلور^۳، ۱۹۷۶):

$$P = 1 - m \quad (۱)$$

مطالعات اقتصادسنجی بخشش خیرخواهانه، تصریحات متفاوتی از تقاضای بخشش استفاده کرده‌اند. از آنجاکه در این تحقیق هدف بررسی تأثیر سیاست‌های مساعدت مالیاتی بر بخشش نوع‌دوستانه است؛ به‌منظور مدل‌سازی بخشش نوع‌دوستانه از مدل پایه مطالعه فلدشتاین و تیلور (۱۹۷۶) و دوکوت (۲۰۱۸) با اعمال تغییرات و تعدیلات لازم استفاده شده است. بررسی مطالعات فلدشتاین و تیلور (۱۹۷۶) و دوکوت (۲۰۱۸) اطلاعات دیگری در رابطه با ویژگی‌های جمعیت شناختی و اقتصادی و اثر آن‌ها بر بخشش نوع‌دوستانه هر خانواده را ارائه می‌دهد. تجزیه و تحلیل اثرات این عوامل در کمک‌های خیرخواهانه، به خودی خود می‌تواند مورد هدف قرار گیرد.

به همین منظور خانوارها با توجه به عوامل زیر طبقه‌بندی می‌شوند سن، جنسیت، محل اقامت، اشتغال، بخشش نوع‌دوستانه، مالیات‌ها و کمک‌های پرداختی در این پژوهش بیش از ۲۵۰۰ اظهارنامه‌های مالیاتی تسلیم‌شده هشت شهر تبریز، اصفهان، شیراز، ارومیه، مشهد، اهواز، رشت و اراک از طرف اشخاص حقیقی طی دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵ مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته است و اطلاعات اشخاص حقیقی همچون جنسیت، محل اقامت، درآمد، میزان بخشش و سن^۴ استخراج

^۱ Chang

^۲ Giving cost

^۳ Feldstein and Taylor

^۴ سایر اطلاعات در اظهارنامه مالیاتی موجود نیست.

شده است. مبالغ نهایی کمک‌های نوع دوستانه تأیید شده در قالب ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷ از سازمان امور مالیاتی کشور و بر اساس اطلاعات تکمیل شده در جدول کمک‌های پرداختی در اظهارنامه‌های مالیاتی اشخاص حقیقی اخذ شده است. اطلاعات در نرم‌افزار Excel پردازش شده و توسط نرم‌افزار Eviews10 تخمین‌ها انجام شده است. تصریح پایه معادله رفتاری که بخشش نوع دوستانه (G) را به درآمد (Y)، مالیات (T) و بهاء بخشش (P) - به معنی هزینه خالص اهداءکننده به ازای هر ریالی که به فرد نیازمند می‌دهد - ارتباط می‌دهد یک رابطه با کشش ثابت^۱ است که به صورت زیر ارائه شده است

$$\log G_i = \beta_0 + \beta_1 \log Y_i + \beta_2 \log T_i + \beta_3 \log P_i + \beta_4 \log AGE_i + \beta_5 \log GEND_i + \varepsilon_i \quad (۲)$$

سایر متغیرها عبارت‌اند از:

AGE: متغیر مجازی که نشان می‌دهد سن فرد بخشنده بیشتر یا کمتر از ۶۰ سال (بر اساس سن بازنشستگی در ایران طبق ماده ۷۶ قانون بازنشستگی) است.

GEND: متغیر مجازی که نشان می‌دهد جنسیت فرد بخشنده مؤنث یا مذکر است. تعریف اولیه درآمد، عبارت است از درآمد ناخالص تعدیل شده منهای مالیاتی است که باید پرداخت می‌شد اگر هیچ بخشش نوع دوستانه‌ای صورت نگرفته بود (فلدشتاین و تیلور، ۱۹۷۶).

در جدول (۱) میانگین کمک‌های پرداختی و مالیات و درآمدهای مشمول مالیات ارائه شده است.

نتایج جدول (۱) مؤید آن است که بیشترین درآمد مشمول مالیات به ترتیب متعلق به استان‌های تبریز، اصفهان، رشت، ارومیه، مشهد، شیراز، اهواز و اراک بوده است. نتایج بررسی‌ها حاکی از آن است که بیشترین مالیات پرداختی به ترتیب متعلق به استان‌های تبریز، اصفهان، رشت، مشهد، ارومیه، اراک، شیراز و اهواز بوده است. همچنین نتایج جدول (۱) نشان دهنده آن است که بیشترین کمک‌های پرداختی متعلق به استان‌های تبریز، اصفهان، مشهد، ارومیه، رشت، اهواز، شیراز و اراک بوده است.

^۱ Constant elasticity relation

جدول (۱): نتایج توصیفی میانگین بخشش نوع دوستانه، کمک‌های پرداختی و مالیات و درآمدهای مشمول مالیات

شهر	کمک‌های پرداختی	مالیات	درآمد مشمول مالیاتی
تبریز	۶۹۸۹۶	۱۰۰۴۳۶	۴۷۸۸۷۸
اصفهان	۳۸۰۵۶۸	۱۰۴۵۴۵	۱۱۲۲۳۱۵
مشهد	۲۵۱۱۴۴	۳۳۳۳۷	۲۸۱۵۵۲
ارومیه	۱۰۴۸۹۴	۲۵۴۸۰	۲۸۳۸۹۷
رشت	۱۰۲۱۹۴	۷۳۱۵۲	۵۵۲۰۵۸
اراک	۵۵۶۸۶	۵۰۲۸	۷۰۷۵۶
شیراز	۶۲۷۶۷	۳۹۴۴	۹۴۹۴۴
اهواز	۷۷۴۳۴	۱۲۳۰	۹۳۰۵۳

منبع: یافته‌های تحقیق

۴- برآورد مدل و تجزیه و تحلیل نتایج

به منظور تخمین مدل، لازم است تا نوع روش تخمین پانل دیتا تعیین شود؛ بنابراین، ابتدا برای تعیین وجود یا عدم وجود عرض از مبدأ جداگانه برای هر یک از این شهرها از آماره F استفاده شده است. سپس، برای آزمون اینکه مدل با بهره‌گیری از روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی برآورد شود، از آزمون هاسمن استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون F ، برآورد مدل به روش اثرات ثابت را تأیید می‌کنند. همچنین نتایج آزمون هاسمن بیانگر تأیید مدل اثر ثابت در برابر اثر تصادفی است. جدول (۲) نتایج آزمون چاو و هاسمن را نشان می‌دهد.

جدول (۲): نتایج آزمون‌های چاو و هاسمن

نوع آزمون	متغیر وابسته G	نتیجه آزمون
آزمون چاو	۴/۲۷ (۰/۰۰۱)	تأیید مدل اثر ثابت در برابر مدل داده‌های تلفیقی
آزمون هاسمن	۵/۲۸۸ (۰/۳۸۱)	عدم تأیید مدل اثر ثابت در برابر اثر تصادفی

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج برآورد مدل با اثرات تصادفی در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول (۳): برآورد مدل به روش اثرات تصادفی

متغیر مستقل	ضریب	آماره t	خطای استاندارد	سطح معنی داری
درآمد (Y)	۰/۸۵	۱۴/۱۷۵***	۰/۰۶۰	۰/۰۰۰
بهای بخشش (P)	۰/۰۶	۲/۳۴۰**	۰/۰۲۷	۰/۰۲۳
مالیات (T)	-۰/۱۵۰	-۷/۱۶۸***	۰/۰۲۰	۰/۰۰۰
جنسیت (GEND)	۰/۰۵۸	۱/۰۱	۰/۰۴۸	۰/۳۱۴
سن (AGE)	۰/۰۹	۱/۹۷۹**	۰/۰۵۸	۰/۰۵۲
C	۱/۸۴۵	۴/۵۱۳***	۰/۴۰۸	۰/۰۰۰
آماره F	۲۸/۸۵۱			
P-value	۰/۰۰۰			
R ²	۰/۷۳			

منبع: یافته‌های تحقیق (مقادیر داخل پرانتز آماره T است).

علامت *** نشان معنی داری متغیرهای تحقیق است.

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد که مدل برآوردی از نظر شاخص‌های آماری در وضعیت مناسبی قرار دارد. آماره F بیانگر معناداری کل رگرسیون است. به عبارتی این فرضیه که ضرایب متغیرهای مستقل مدل می‌توانند صفر باشند رد می‌شود و کل رگرسیون معنی‌دار است. همچنین آماره R² بیان‌گر آن است که متغیرهای مستقل به خوبی توانسته‌اند تغییرات متغیر وابسته را تا حد زیادی توضیح دهند.

عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از کشش مالیاتی و درآمدی، بهای بخشش، جنسیت و سن افراد خیر بررسی می‌شود. چالش‌های زیادی در خصوص برآورد قابل اعتماد این پارامتر کلیدی وجود دارد. یکی از مشکلات اساسی در این زمینه تفکیک اثر علی قیمت بر میزان کمک‌های خیریه از تأثیر درآمد و سایر عوامل غیرقابل مشاهده است.

نتایج جدول (۳) نشان‌دهنده آن است که بین متغیر درآمد افراد و بخشش نوع دوستانه یک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی همراه با افزایش درآمد افراد، بخشش نوع دوستانه افزایش می‌یابد؛ به طوری که طبق برآورد، افزایش ۱ درصدی در میزان درآمد افراد منجر به افزایش ۰/۸۵ درصدی در بخشش نوع دوستانه می‌شود.

همچنین نتایج جدول (۳) مؤید آن است که بین متغیر بهای بخشش (مساعدت مالیاتی) و بخشش نوع‌دوستانه یک رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ یعنی همراه با افزایش مساعدت مالیاتی، بخشش نوع‌دوستانه افزایش می‌یابد به طوری که طبق برآورد، افزایش ۱ درصدی در میزان بهای بخشش منجر به افزایش ۰/۰۶ درصدی در بخشش نوع‌دوستانه می‌شود. از آنجا که حجم زیادی از مؤدیان مشاغل، در طبقات متوسط و پایین درآمدی قرار دارند و در شرایط فعلی این گروه در مقایسه با گروه پردرآمد قیمت بیشتری برای کمک‌های خیریه پرداخت می‌کنند و لذا برای تشویق این گروه باید هزینه یا قیمت کمک کاهش یابد

از طرفی کشش درآمدی ۰/۸۵ و کشش بهای بخشش برابر ۰/۰۶ است؛ این روند مثبت اثرگذاری کشش درآمد و بهای بخشش بر بخشش نوع‌دوستانه و خطاهای استاندارد کشش‌ها بسیار کوچک، نشان‌دهنده هماهنگی بین درآمد و قیمت است.

عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از کشش مالیاتی نشان‌دهنده آن است که بین متغیر مالیات و بخشش نوع‌دوستانه یک رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ یعنی همراه با افزایش مالیات، بخشش نوع‌دوستانه کاهش می‌یابد به طوری که طبق برآورد، افزایش ۱ درصدی در میزان مالیات منجر به کاهش ۰/۱۵ درصدی در بخشش نوع‌دوستانه می‌شود.

نتایج تحقیق نشان داده است که دامنه سنی افراد از لحاظ آماری معنادار است، ضرایب نشان می‌دهد که با افزایش سن، بخشش‌ها هم به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد. به نظر قابل قبول است که رفتارهای بشردوستانه مالیات‌دهندگان مسن‌تر ممکن است به‌طور معناداری با رفتار جوانان تفاوت داشته باشد. تصمیمات مربوط به کمک‌ها و اتفاقات خیرخواهانه فعلی احتمالاً وابستگی متقابل بیشتری در مقایسه با سنین کم دارند. درآمد جاری می‌تواند یک مقدار بسیار ضعیف از درآمد دائمی باشد و کمک‌های فعلی ممکن است منعکس‌کننده الگوهای پیشین در زندگی باشد؛ بنابراین، ثروت‌اندوزی می‌تواند در سنین جوان مهم‌تر باشد. همچنین نتایج تحقیق نشان داده است که متغیر جنسیت افراد از لحاظ آماری معنی‌دار نیست.

۴- نتیجه‌گیری و پیشنهادهای

نقش کمک‌های داوطلبانه بخش خصوصی در کاهش فاصله طبقاتی، افزایش رفاه افراد نیازمند و کاهش هزینه‌های دولت بر هیچ دولتی پوشیده نیست و در این میان نظام‌های مالیاتی کشورهای مختلف وظیفه بسیار مهمی در تشویق کمک‌های خیریه دارند. کشورهای جهان و بالاخص کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی به دلیل سهم نسبتاً بالای بخش خیریه در اقتصادشان و هم به دلیل افزایش روزافزون توجه به این بخش برای انجام فعالیت‌های پول‌شویی و فرار مالیاتی، توجه ویژه‌ای به این بخش دارند و این وظیفه مهم را بر عهده نظام مالیاتی خود قرار داده‌اند. اعطای کسور مالیاتی و یا اعتبار مالیاتی دو ابزار رایج مورد استفاده در این کشورها برای تشویق بخش خصوصی به اعطای کمک‌های خیریه است.

در این مطالعه عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از اظهارنامه‌های مالیاتی تسلیم‌شده هشت شهر تبریز، اصفهان، شیراز، ارومیه، مشهد، اهواز، رشت و اراک از طرف اشخاص حقیقی طی دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۵ مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته است.

عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از بخشش مالیاتی و درآمدی، بهای بخشش، جنسیت و سن افراد خیر بررسی می‌شود. نتایج مؤید آن است که بین متغیر درآمد افراد، بهای بخشش، سن و بخشش نوع دوستانه یک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی همراه با افزایش درآمد افراد، بهای بخشش و سن، بخشش نوع دوستانه افزایش می‌یابد.

از آنجاکه حجم زیادی از مؤدیان مشاغل، در طبقات متوسط و پایین درآمدی قرار دارند و در شرایط فعلی این گروه در مقایسه با گروه پردرآمد قیمت بیشتری برای کمک‌های خیریه پرداخت می‌کنند و لذا برای تشویق این گروه باید هزینه یا قیمت کمک کاهش یابد. از طرفی بخشش درآمدی ۰/۸۵ و بخشش بهای بخشش برابر ۰/۰۶ است که نشان‌دهنده هماهنگی بین درآمد و قیمت و اثرگذاری آن بر بخشش نوع دوستانه است.

عکس‌العمل کمک‌های خیریه نسبت به مشوق‌های مالیاتی با استفاده از بخشش مالیاتی نشان‌دهنده آن است که بین متغیر مالیات و بخشش نوع دوستانه یک رابطه منفی و معنی‌دار وجود دارد.

پیشنهادهای زیر با عنایت به اهمیت موضوع با بررسی ادبیات موضوع، نتایج مطالعات داخلی و خارجی، استماع نظرات کارکنان سازمان‌های امور مالیاتی شهرهای مورد بررسی و بر اساس الگوی بررسی شده در این مطالعه، جهت پربارتر کردن حمایت دولت از حس نوع دوستی و بالا بردن سرمایه اجتماعی ارائه شده است.

نبود آمار و اطلاعات مربوط به نژاد، اندازه جامعه، اشتغال، مالکیت خانه و آموزش و پرورش و عدم اظهار این‌گونه مشخصات از سوی مؤدیان یکی از چالش‌های انجام تحقیق است. به عبارت دیگر برای تعیین نرخ بهینه اعتبار مالیاتی، لازم است اطلاع دقیقی از نحوه رفتار و عکس‌العمل مؤدیان نسبت به مشوق‌های مالیاتی وجود داشته باشد.

از نکات برجسته دیگر این است که تقریباً در اکثر کشورهای پیشرفته، مؤسسات دولتی و خصوصی هر ساله عملکرد خیریه کشور را رصد کرده و اطلاعات بازرشی را در اختیار جامعه علمی و سیاست‌گذاران می‌گذارند که ایجاد این مؤسسات در شهرهای مورد مطالعه پیشنهاد می‌گردد.

انتشار شاخص کمک‌های مردمی که بتواند جایگاه انسانی استان‌ها و مناطق را ارائه داده و امکان مقایسه را فراهم آورد می‌تواند در ایجاد رقابت بین شهرها و به وجود آوردن حساسیت‌های مهم و مثبت نقش مهمی داشته باشد.

فهرست منابع

۱. رحیمی بروجردی، علیرضا (۱۳۹۱). *اقتصاد اخلاقی*. تهران: نور علم
 ۲. ریاحی سامانی، نادر (۱۳۹۴). *وقف و اقتصاد*. وقف میراث جاویدان، ۲۳(۹۱) و ۹۲، ۲۷-۵۴.
 ۳. شعبانی، زهرا (۱۳۹۳). تبیین مدل نوع دوستی خیرین مدرسه‌ساز در ده سال اخیر (۱۳۸۰-۱۳۹۰). *دوفصلنامه علمی - پژوهشی تربیت اسلامی*، ۹(۱۹)، ۶۷-۹۴.
 ۴. شفیع‌ی، سعیده (۱۳۸۹). بررسی آثار کمک‌های خیریه بر درآمدهای مالیاتی با استفاده از تجربه سایر کشورها، *مجموعه مقالات سومین همایش مالیات‌های اسلامی*، انتشارات دانشگاه مفید، ۱۰۸-۹۵.
 ۵. عرب مازار، عباس و زایر، آیت (۱۳۹۰). ارائه الگویی برای حمایت مالیاتی از کمک‌های خیریه در ایران (بازنگری ماده ۱۷۲ ق.م.م با رویکرد اعتبار مالیاتی). *پژوهشنامه مالیات*، ۱۹(۱۱)، ۳۶-۹.
 ۶. گیلک حکیم‌آبادی، محمدتقی (۱۳۸۹). انگیزه‌های مالیاتی و کمک‌های خیریه در ایران. *مجموعه مقالات سومین همایش مالیات‌های اسلامی*، انتشارات دانشگاه مفید، ۶۸-۵۵.
 ۷. مزیکی، عباس و زاهدی، محمدمهدی (۱۳۹۰). راهکار افزایش کارایی معافیت خیرین، *مجموعه مقالات سومین همایش مالیات‌های اسلامی*، انتشارات دانشگاه مفید، ۵۸-۴۵.
1. Andreoni, J. (2006). *Philanthropy. Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity*, 2, 40-59
 2. Andreoni, J. (2015). *Charity and Philanthropy*, Economics of A2 - Wright, James D *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, pp. 358-363.
 3. Arabmazar, A., & Zayer, A. (2011). A Model of Tax Support on Charitable Giving in Iran (A Revision of Article 172 of Direct Tax Act with Tax Credit Approach). *Journal of Tax Research*, 19(11), 9-36 (In Persian).
 4. Boris, E. T., Cordes, J. J., Soto, M., & Todar, E. J. (2010). An Analysis of Potential Tax Incentives to Increase Charitable Giving in Puerto Rico. *Int'l J. Civ. Soc'y L.*, 8, pp 39-48.

5. Burke, P. (2005). *History and social theory*. Polity.
6. CHANG, W. C. (2005). Determinants of donations: Empirical evidence from Taiwan. *The Developing Economies*, 43(2), 217-234.
7. Duquette, N. J. (2019). Do share-of-income limits on tax-deductibility of charitable contributions affect giving?. *Economics Letters*, 174, 1-4.
8. Eisenberg, N. (1989). *The roots of prosocial behavior in children*. Cambridge University Press, pp 15-25.
9. Feldstein, M., & Taylor, A. (1976). The income tax and charitable contributions. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 10-22
10. Frankel, J. A., & Rose, A. K. (1996). Currency crashes in emerging markets: An empirical treatment. *Journal of international Economics*, 41(3), 351-366.
11. Gilak Hakim Abadi, M. (2011). Tax incentives and charitable donations in Iran. *Proceedings of the Third conference of Islamic Taxes*. Mofid University Press, 55-68 (In Persian).
12. Gtt ,, N. (111)). 'oo rll emmmmmmits nnneptaal ii ttrry ddd nnil ytiaal prospects. *Journal of Global Ethics*, 11(2), 147-162.
13. Kao, C. (1999). Tests of dividend signaling using the Marsh-Merton model: a generalized friction approach. *Journal of Business*, 45-68.
14. Levin, A., Lin, C. F., (1992). Unit root tests in panel data: asymptotic and finite-sample properties. *Journal of econometrics*, 108(1), 1-24.
15. Maziki, A., & Zahedi, M. (2011). Solution to increase the efficiency of charity exemptions. *Proceedings of the Third conference of Islamic Taxes*. Mofid University Press, 45-58 (In Persian).
16. Oh, S. H., (1996). Differential expression of bone morphogenetic proteins in the developing vestibular and auditory sensory organs. *The Journal of neuroscience*, 16(20), 64-75.
17. Rahimi Boroujerdi, A. (2012). *Moral Economics*, Tehran (In Persian).
18. Reyahie Samani, N. (2015). Dedication and Economics, *Dedication to the eternal heritage*, 23 (91 &92), 27-54 (In Persian).
19. Rosen, K. T. (1989). The Mortgage Interest Tax Deduction and Home Ownership. UC Berkeley: Fisher Center for Real Estate and Urban Economics. Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/2zx5348d>.
20. Shabani, Z. (2015). The humanitarianism of charity NGOs for school builders in the last decade. *Semi-annual Journal of Islamic Education*, 9(19), 67-94 (In Persian).
21. Shafiee, S. (2011). Investigating the effects of charitable donations on tax revenues using the experience of other countries. *Proceedings of the Third conference of Islamic Taxes*. Mofid University Press, 95-108 (In Persian).

22. Tazhitdinova, A. (2018). Reducing evasion through self-reporting: Evidence from charitable contributions. *Journal of Public Economics*, 165, 31-47.
23. Werfel, S. H. (2018). Does charitable giving crowd out support for government spending?. *Economics Letters*, 171, 83-86.
24. Westerdahl, S. (1997). Contribution of the social economy to local employment (II). *Anuario de estudios cooperativos*, (1), 321-378.
25. Wolf, C. (1993). *Markets or governments: Choosing between imperfect alternatives*. Mit Press, 33-50
26. Wu, D. K. (1996). Differential expression of bone morphogenetic proteins in the developing vestibular and auditory sensory organs. *The Journal of neuroscience*, 16(20), 63-75.

