

بررسی عوامل موثر بر کمک‌های خیریه در استان‌های منتخب کشور ایران با رویکرد داده‌های تابلویی

باقر حسامی عزیزی^۱
محمدتقی گیلک حکیم‌آبادی^۲
نازنین اختیاری^۳

تاریخ دریافت: ۹۵/۴/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۵/۸/۱۸

چکیده

فقر پدیده نا بهنجار است. برای امحای فقر از جامعه، باید سیاست‌های مناسبی اتخاذ شود. بنابراین یکی از اهداف اساسی دولت‌ها این است که مردم به مقدار کافی از خدمات رفاهی منتفع گردند. فعالیت‌های بازار و دولت در راستای زدودن کامل فقر و تعدیل نابرابری کافی نیست. مردم به طور انفرادی و یا در قالب نهادهای خیریه و غیرانتفاعی و سازمان‌های غیردولتی می‌توانند به هم‌نوعان خود یاری رسانده و محیط اجتماع را برای خود و دیگران لذت‌بخش کنند. حس نوع‌دوستی و برادری در اجتماع شاید از مهم‌ترین انگیزه‌ی ایجاد مؤسسات غیرانتفاعی بوده است که در شرایط بحرانی روند رو به افزایش پیدا می‌کند. در این تحقیق عوامل مؤثر بر کمک‌های خیریه در ۲۲ استان منتخب کشور از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ با استفاده از روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت بررسی شده است. نتایج تحقیق بر این دلالت دارد که درآمد خانوار تاثیر مثبت و معنادار و سن سرپرست و بعد خانوار تاثیر منفی و معنادار بر کمک‌های خیریه داشته است.

واژگان کلیدی: کمک‌های خیریه، انفاق، صدقه، داده‌های تابلویی.

طبقه‌بندی JEL: C8

bhesami2008@gmail.com

Mtgilak@Gmail.com

nazaninekhtari@rocketmail.com

۱. استادیار گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور

۲. دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه مازندران

۳. کارشناس ارشد علوم اقتصادی

مقدمه

فقر یک پدیده نامطلوب اجتماعی است که وجود و گستردگی دامنه آن در جامعه به پیامدهای زبان‌آور همه جانبه‌ای در کوتاه‌مدت و درازمدت می‌انجامد. این پدیده شوم در همه ادیان و فرهنگ‌های بشری نکوهش و برای زدودن آن از جامعه راه‌ها و روش‌های گوناگونی پیشنهاد شده است (عسگری و غفورزاده، ۱۳۸۸).

رفع فقر و کاهش نابرابری از وظایف اصلی دولت به شمار می‌آید. دولت می‌تواند با ارائه خدمات عمومی وضع اقتصادی افراد را تغییر دهد و نقش مهمی در کاهش فقر و نابرابری ایفا می‌کند. فعالیت‌های بازار و دولت در راستای زدودن کامل فقر و تعدیل نابرابری کافی نیست.

سه مجموعه بازیگر در پرداخت‌های خیریه در یک کشور وجود دارند: اول خیرین هستند که پول و وقت خود را عرضه می‌کنند، دوم سازمان‌ها یا طرف تقاضایی هستند که استراتژی‌های جمع‌آوری وجوه از خیرین را سازمان‌دهی کرده و کالاها و خدمات خیریه‌ای را با پول و وقت آنان تهیه می‌کنند و سومین بازیگر دولت است (آندرونی ۲۰۰۷).^۱

مردم به طور انفرادی و یا در قالب نهادهای خیریه و غیرانتفاعی و سازمان‌های غیردولتی می‌توانند به هم‌نوعان خودیاری رسانده و محیط اجتماع را برای خود و دیگران لذت‌بخش کنند. حس نوع‌دوستی و برادری در اجتماع شاید از مهم‌ترین انگیزه‌ی ایجاد مؤسسات غیرانتفاعی بوده است که در شرایط بحرانی روند رو به افزایش پیدا می‌کند. چنان که از زمان بحران اقتصادی ۱۹۹۸ کره جنوبی، کمک‌های خیریه به عنوان یک عامل در بهبود رفاه جامعه افزایش یافت و بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی برای تکمیل شکست دولت و بازار ایجاد شد (کواک، ۲۰۱۰).^۲

نوع‌دوستی یکی از ویژگی‌های انسانی است. اسلام به عنوان دین انسان‌ساز برای پرورش این روحیه مسلمانان را تشویق به انفاق و پرداخت صدقات و دستگیری از ضعیفان کرده است. البته مردم به انگیزه‌های متفاوتی اقدام به کار خیر می‌کنند. مهم‌ترین هدف اسلام ترویج ارزش‌های اسلامی و طبیعتاً کاهش موانع بر سر راه اقدامات خیرخواهانه مردم است (گیلک حکیم‌آبادی، ۱۳۹۰). مردم براساس آموزه‌های اسلامی براساس اصل برادری و هم‌نوعی در برابر هم‌کیشان و هم‌نوعان خود مسئولند (گیلک حکیم‌آبادی، ۱۳۸۶). خداوند می‌فرماید: کسانی که دارایی‌های خود را شب و روز و نهان و آشکارا، انفاق می‌کنند پاداش آنان نزد پروردگار خواهد بود و نه بیمی به آنان است و نه اندوهگین می‌شوند (بقره، ۲۴۷). اسلام در اموال ثروت‌مندان برای

1. Andreoni

2. Kwak

محرورمین حق قرار داده است (معراج، ۲۵). پیامبر اکرم (ص) فرمود: آن که سیر بخوابد، در حالی که همسایه‌اش گرسنه باشد به من ایمان نیاورده است (حکیمی و دیگران، ج ۶).

هدف این تحقیق برآورد عوامل مؤثر بر امور خیریه توسط مردم، کمک به سازمان‌های خیریه خصوصی و دولتی برای جذب بیشتر کمک‌های مردمی و نشان دادن تفاوت‌های استان‌های کشور در جذب کمک‌های خیریه در دوره زمانی در ۲۲ استان منتخب کشور از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ با استفاده از روش داده‌های تابلویی^۱ است. از این رو فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

- ۱- درآمد سرانه دارای رابطه مثبت و معنادار با کمک‌های خیریه می‌باشد.
- ۲- سن در جامعه با کمک‌های خیریه دارای رابطه مثبت و معنادار می‌باشد.
- ۳- بعد خانوار در جامعه دارای رابطه منفی و معنادار با کمک‌های خیریه می‌باشد.

چارچوب پژوهش بدین ترتیب است که پس از مقدمه، ادبیات تحقیق در بخش دوم ارائه می‌شود. در بخش سوم تصریح الگوی پژوهش و روش برآورد آن صورت می‌گیرد. بخش چهارم به تحلیل و توصیف داده‌ها و اطلاعات و برآورد الگو اختصاص یافته است. سرانجام در بخش پایانی نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

۱. مروری بر ادبیات موضوع تحقیق

۱.۱. مروری بر ادبیات نظری موضوع

۱.۱.۱. تعریف خیریه در اسلام

کمک‌های خیریه پشتوانه فرهنگ غنی در بین ادیان و ملت‌ها دارد. خیریه در منابع اسلامی مترادف صدقه، انفاق، قرض‌الحسنه، وقف و غیره است.

صدقه: چیزی است که انسان آن را به قصد قربت از مالش خارج می‌کند مثل زکات، ولی در اصل صدقه در امر مستحب و زکات در امر واجب گفته می‌شود (راغب اصفهانی، ۱۳۸۷).

در منابع اسلامی صدقه واجب به زکات اطلاق می‌شود (سوره توبه، آیه ۶۰). صدقه که بخشی از انفاق مستحب به شمار می‌رود و شرایطی دارد که در روایتی از پیامبر (ص) نقل شده است که می‌فرماید هفت چیز صدقه را زینت بخشد: ۱- حلال بودن ۲- در تنگ‌دستی ۳- پیش از مرگ ۴- جنس خوب ۵- مخفی بودن ۶- بی منت بودن ۷- از حدود تجاوز نکردن. پیامبر اکرم (ص) همچنین فرمودند: هر کس صدقه‌ای بدهد، برای او در برابر هر درهم آن، مانند کوه احد از نعمت‌های بهشتی برخوردار خواهد بود. در روایت دیگری از پیامبر (ص) نقل شده که ایشان فرمودند صدقه‌دهندگان پنج امتیاز دارند: برآمدن حاجات، نجات از سختی‌ها، وسعت روزی، نجات از مرگ بد، آمرزش گناهان و طول عمر با رزق فراوان (مردانی نوکنده، ۱۳۸۲).

انفاق: واژه انفاق از نفق به معنای تمام شدن و از بین رفتن است و انفاق مال به معنای خرج کردن و هزینه کردن و صرف آن است و انفاق فی سبیل‌الله به معنای پرداخت وجوه واجب شرعی مثل زکات و خمس و مشارکت داوطلبانه در امور خیریه و هزینه‌های اجتماعی است که یکی از اسباب تعدیل ثروت و پرکردن شکاف جامعه است. (فایدئی، ۱۳۹۰)

۱-۲. تعریف خیریه در سایر فرهنگ‌ها

کمک خیریه در فرهنگ غربی عمدتاً معادل واژه‌های samaritan, benevolent, charity philanthropy، است. واژه philanthropy، ریشه آن یونانی بوده و به معنی «نوع دوستی» و «انسان دوستی» است که شامل کارهای نیکوکاری داوطلبانه افراد یا گروه‌ها با هدف خدمت به عموم مردم و بالا بردن سطح زندگی آنان می‌باشد. نوع دوستی یکی از ویژگی‌های انسانی است. (شفیعی، ۱۳۹۰)

در قوانین آمریکا دو راه برای شناخت هدایای خیریه وجود دارد. یکی از این دو از دیدگاه خیرین و دیگری از دیدگاه دریافت‌کنندگان است. اصولاً معنای کلمه هدیه دارای دو عنصر اختیاری بودن و نداشتن انگیزه و جبران مالی است.

در تعریف IRS^۱ کمک عبارت از یک پرداخت داوطلبانه پول یا دارایی است که هدف از آن به دست آوردن منفعت مالی متناسب با مقدار انتقالی نباشد (هاپکینز، ۲۰۱۰، ص ۳). منظور این تحقیق از کمک‌های خیریه این است که دارای شرایط زیر باشد:

۱. قصد فرد کمک به دیگران باشد.

۲. هدف او منفعت دنیوی نباشد.

۳. به افرادی که نیازمند هستند کمک کند.

دولت‌ها با توجه به اهداف زیر حمایت‌های خصوصی از خیرات عمومی را تشویق می‌کنند:

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

۲- رشد و توسعه اقتصاد: سازمان‌های خدماتی غیرانتفاعی مولد، تولید کلی کشور را افزایش می‌دهند و در نتیجه شغل ایجاد کرده و مخارج دولت را کاهش می‌دهند.

1. International Revenue Service

2. Hopkins Bruce R

۳- کسب حمایت مردم: اگر دولت این حمایت‌های مردمی را تشویق کرده و با شهروندانی که درگیر حل مسائل اجتماعی هستند هم‌کاری کند، مردم این برداشت را خواهند کرد که دولت به پی‌گیری نگرانی‌های مردم علاقه مند بوده و در نتیجه شایسته حمایت مردم است.

۴- 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 منعکس کننده 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 (گیلک حکیم آبادی، ۱۳۹۰).

۳-۱-۱. عوامل مؤثر بر کمک‌های خیریه

واژه‌های « رفتار توأم با کمک‌رسانی»، « رفتار اجتماعی مطلوب» و « نوع دوستی » اغلب مترادف یکدیگر به کار می‌روند (بیرهوف، ۲۰۰۱).^۱

اگرچه اقتصاد نوع دوستی، نوعی پارادوکس به نظر می‌رسد اما باید توجه داشت در شرایطی که نمی‌توان تمامی خواسته‌ها را به دست آورد علم اقتصاد، علم بررسی انتخاب‌ها و دلالت‌ها است (شفیعی، ۱۳۹۰). هم‌چنین عوامل مؤثر بر روی رفتار مطلوب اجتماعی را می‌توان به صورت زیر برشمرد:

۱. جنسیت و طبقه اجتماعی افراد

زنان احساسات مادرانه‌ای دارند که می‌توانند در رفتار و عملشان نسبت به کمک کردن یا شریک شدن در نیازهای افراد اثر بگذارد (بیکر، ۲۰۱۰).^۲ طبقه اجتماعی ممکن است تحت تأثیر مشابهت‌ها قرار گیرد، یعنی افراد طبقه متوسط به آسیب دیدگان طبقه متوسط کمک می‌کنند و افراد طبقه پایین‌تر به مصدومین طبقه پایین‌تر یاری می‌رسانند (بیرهوف، ۱۹۹۱).

۲. وابستگی‌های مذهبی

از دیگر عوامل مؤثر در رفتارهای اجتماعی مطلوب تعصب و یا وابسته بودن به مذهب خاص است. افرادی که به مذهبشان متعهدتر هستند احساس همدلی، مشارکت و کمک بیشتری را دارند. به علاوه مذهب به عنوان بالا برنده اخلاقیات و مسئولیت‌پذیری جمعی شناخته می‌شود (بیکر، ۲۰۱۰). در نظر اقتصاددانان مسلمان برای انسان سه دوره زمانی حال، آینده و حیات پس از مرگ در نظر گرفته می‌شود و انسان با توجه به این سه دوره زمانی، دارایی خود را برای وصول

1.Byrhvf

2.Baker

به حداکثر مطلوبیت تخصیص می‌دهد که بخشی از مطلوبیت آن یعنی مطلوبیت اخروی تابع هزینه‌های در راه خداوند متعال است (عزتی مرتضی، ۱۳۸۲)

۳. ویژگی‌های شخصیتی

تأثیرگذاری شخصیتی ممکن است توسط ویژگی‌های ذاتی همدلی، درستی و خیرخواهی تحریک شود (همان منبع).

۴. نقش الگوها و سرمشق‌ها

از آن‌جا که بخش مهمی از رفتارهای انسان از طریق مشاهده و تقلید رفتارهای دیگران آموخته می‌شود، باید بپذیریم که رفتارهای موافق اجتماع نیز از این قاعده مستثنی نیستند. در این خصوص نقش رسانه‌های گروهی غیر قابل انکار است. از آن‌جا که شخصیت‌های تلویزیونی و سینمایی از محبوبیت زیادی برخوردارند، چنان‌چه این شخصیت‌ها در رسانه‌ها رفتارهای نوع‌دوستانه و موافق اجتماع از خود نشان دهند، به احتمال زیاد از سوی بسیاری از مردم مورد تقلید قرار می‌گیرند. برنامه‌های نیکوکاری مانند "جشن عاطفه‌ها" و "جشن نیکوکاری" نمونه‌هایی از این قبیل‌اند (کریمی، ۱۳۸۵).

۵. ایجاد حس اعتماد در افراد کمک‌کننده

جلب اعتماد مردم نسبت به اقدامات خیرخواهانه افراد، و این‌که کمک‌های ارائه شده حتماً به دست افراد نیازمند می‌رسد، از عوامل مهمی است که مردم را به کمک کردن تشویق خواهد کرد (همان منبع).

۶. تشویق‌های دولت به کمک‌رسانی

دولت‌ها می‌توانند برای تشویق مردم به اقدامات خیرخواهانه گام‌های تشویقی مهمی بردارند، به طور مثال در کشورهای پیشرفته کمک‌های خیرخواهانه نظیر ساختن مدرسه، دانشگاه، بیمارستان، و... به حساب مالیات افراد منظور می‌شود و از این طریق شخص از یک‌سو نام نیکی از خود به یادگار می‌گذارد، و از سوی دیگر معادل هزینه کمک کردن خود از مالیاتش کسر می‌شود (همان منبع). شرایط اقتصادی و نرخ‌های مالیات از عوامل مهمی هستند که بر میزان پرداخت‌های خیریه (خصوصاً از سوی بخش خصوصی)، تأثیر دارند. اگر مؤسسات خیریه به دو بخش مؤسسات خیریه دولتی و خصوصی تقسیم شود، بررسی‌ها حاکی از آن است که افراد ثروتمند زمانی نرخ‌های مالیاتی افزایش می‌یابند کمتر به مؤسسات خیریه خصوصی کمک می‌کنند و در این شرایط کمک‌های دولتی به مؤسسات خیریه افزایش خواهند یافت. دولت‌ها به شکل‌های مختلف از کمک‌های خیریه خصوصی حمایت می‌کنند. یک روش درباره مقررات و قوانین ناظر بر فعالیت‌های این مؤسسات

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

روش دیگر که تقریباً عمومی‌ترین روش است، انگیزه‌های مالی است. دولت‌ها به ویژه در کشورهای توسعه یافته مانند آمریکا، انگلستان و کانادا و... 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 کمک کننده 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 به طور مستقیم (و نه در آمد مشمول مالیات) کسر می‌شود. با وجود این که انگیزه‌های مالیاتی دارای دو روش عمومی است ولی در هر کشور ساختار این روش‌ها بسیار متنوع است. به همین خاطر از ضوابط قانونی و مقرراتی خاصی تبعیت می‌کنند.

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، ۱۳۹۰ و شفیع، ۱۳۹۰).

۴-۱. مؤسسات مهم خیریه در ایران

آمار رسمی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد، بیش از ۱۳۰۰ بنیاد و جمعیت خیریه در ایران فعالیت می‌کنند که در حدود ۵۰ هزار داوطلب و کارمند در آن اشتغال دارند. هم‌چنین آمار دیگری نشان می‌دهد در ایران بیش از ۶۳۵۰۰ مرکز مذهبی و خیریه از جمله مساجد، گورستان‌ها، بنیادها، جمعیت‌ها و املاک و اراضی وقفی وجود دارد. رویکرد و اهتمام مردم به انجام امور خیریه و نیکوکاری باعث گردید تا قانون‌گذاران در ایران اقدام به وضع قوانین و مقررات جدید در چارچوب قوانین وقف نمایند و براساس آن بنیادهای خیریه رسماً تشکیلات خود را به ثبت برسانند. منابع اصلی هزینه‌های خیریه را می‌توان به این شرح بیان داشت:

۱- حقوق شرعی: شامل خمس و زکات که به عنوان منبع اساسی برای کمک به امور خیریه به شمار می‌آید و علمای دینی این ثروت‌ها را جمع‌آوری کرده و طبق تعالیم اسلامی هزینه می‌کنند، ولی هنوز آمار و ارقام دقیق از حجم و میزان این ثروت‌ها در دسترس نیست.

1. Tax deduction

2. Tax credit

۲- اعانات: انواع اعانات از راه مساجد و مراکز اسلامی و صندوق‌های صدقات جمع‌آوری می‌گردد و در سال‌های اخیر پدیده برپایی بازارهای خیریه و اعانات ماهانه در ایران رایج گردید و این شیوه در اکثر مؤسسه‌ها و جمعیت‌ها به کار گرفته می‌شود.

۳- وقف: از درآمدهای وقف برای تأمین مخارج امور خیریه استفاده می‌گردد که از میانگین نازلی برخوردار می‌باشد، زیرا فقط مدت کوتاهی و در دو دهه اخیر اقدام به توسعه قلمرو وقف و منابع آن نموده است. آمارهای سال ۱۹۹۸ نشان می‌دهد که هزینه‌های بخش امور خیریه مؤسسات به اوقاف حدود ۶۰ میلیارد ریال (۱۰ میلیون دلار) برآورد می‌گردد.

۴- سرمایه‌گذاری: طرح‌های سرمایه‌گذاری برای تقویت و تأمین مخارج امور خیریه به وسیله بنیادهای خیریه و وقف توسط مردم گسترش نیافته و رایج نشده است، ولی بنیادهای نیمه دولتی (کمیتة امداد خمینی، بنیاد مستضعفین و بنیاد شهید)، و بعضی از بنیادهای خیریه بزرگ اقدام به سرمایه‌گذاری در طرح‌های اقتصادی که از مصادره اموال رژیم سابق به دست آورده‌اند می‌نمایند، که می‌توان به نمونه بازاری از این مراکز مثلاً بنیاد ۱۵ خرداد اشاره کرد. اکثر صندوق‌های قرض‌الحسنه، بر درآمدهای حاصله از طرح‌های سرمایه‌گذاری و تجارت تأکید کرده‌اند، زیرا طبیعت کار آنان در ارتباط با سرمایه‌گذاران، تجارت، سرمایه‌های شناور و نقدینگی است.

۵- کمک‌های دولتی: تنها بنیادهای خیریه نیمه دولتی هستند که از دولت کمک‌های اساسی مستقیم دریافت می‌کنند و همچنین این بنیادها تکیه بر درآمدهای حاصله از سرمایه‌گذاری و اعانات مردم دارند (شفیعی، ۱۳۹۰).

۱-۴-۱. کمیته امداد

یکی از برترین تعالیم دین مبین اسلام، احسان و نیکوکاری و دستگیری از نیازمندان است، و این توفیقی است از جانب خداوند متعال که تنها نصیب بندگان خوب و برگزیده او می‌شود. خدمت به محرومان و نیازمندان، یکی از شیرین‌ترین و پسندیده‌ترین عبادت‌ها و سنت پیامبر اکرم (ص) است. پس از پیروزی انقلاب اسلامی و به عنوان دومین نهاد انقلابی در تاریخ ۱۴ اسفند ماه ۱۳۵۷، کمیته امداد امام، با صدور حکم پرخیر و برکت و تاریخی حضرت امام خمینی (ره) برای مدت نامحدود، به منظور تحقق بخشیدن به اهداف عالی نظام جمهوری اسلامی ایران و ولایت فقیه در حمایت و امداد محرومان و مستضعفان و خودکفا کردن آنان، تأسیس گردید.^۱

۱-۴-۲. صندوق‌های قرض‌الحسنه

صندوق‌های قرض‌الحسنه مطابق قانون، مؤسسه‌هایی هستند که در تجهیز و تخصیص منابع صرفاً به قرارداد قرض‌الحسنه می‌پردازند و خلق پول نمی‌کنند. به تعبیری، «خلق پول» وجه افتراق

صندوق‌های قرض‌الحسنه با مؤسسه‌های اعتباری و بانکی است. هر چند که این سنت اسلامی از سال‌های بسیار دور در شهرها و روستاهای کشور متدوال بوده، اطلاعات مکتوب حاکی از آن است که نخستین صندوق قرض‌الحسنه رسمی کشور در سال ۱۳۴۸ در یکی از مساجد جنوب تهران به نام «صندوق ذخیره جاوید» با سرمایه اولیه یکصد و چهل هزار ریال تأسیس شد. بعد از این، صندوق‌های متعددی در تهران و شهرهای گوناگون پدید آمدند، به طوری که در سال ۱۳۵۸ تعداد صندوق‌ها بیش از ۲۰۰ مورد بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تأسیس صندوق‌های قرض‌الحسنه رشد چشمگیری یافت، به طوری که طبق گزارش نیروی انتظامی در سال ۱۳۸۳، حدود ۵۰۰۰ صندوق در کشور فعال بوده‌اند که با شعبه‌هایشان به حدود ۷۰۰۰ صندوق بالغ می‌شوند. نتایج آمارگیری از صندوق‌های قرض‌الحسنه در سال ۱۳۸۴ که مرکز آمار ایران آن را انجام داد، نشان می‌دهد که تعداد ۴۹۲۷ صندوق قرض‌الحسنه رسمی در سطح کشور در زمینه ارائه خدمات مالی فعالیت داشته‌اند. استان‌های اصفهان، تهران و مازندران به ترتیب با ۱۵/۶، ۱۴/۷ درصد بیشترین سهم از لحاظ تعداد صندوق‌های قرض‌الحسنه و به ترتیب با ۲۷ و ۱۵ درصد بیشترین سهم از لحاظ ارزش سپرده‌گذاری را دارا بوده‌اند. تصحیح، تکمیل و توسعه قرض‌الحسنه در جامعه اسلامی به معنای گام برداشتن در جهت تحقق یکی از مهم‌ترین اهداف نظام اقتصاد اسلامی یعنی رفع نیازهای مادی افراد جامعه و ریشه کن کردن فقر از جامعه اسلامی است. امروزه مؤسسه‌های خصوصی قرض‌الحسنه با تعداد و حجم عملیات گسترده، کنار بانک‌های دولتی فعالیت می‌کنند که می‌توان در چارچوب تعاریف جدید بین‌المللی، آن‌ها را در موسسه‌های تأمین مالی نامید (عرب مازار و کیقبادی، ۱۳۸۵).

۳-۴-۱. بهزیستی

در جهت تحقق مفاد اصول ۲۱ و ۲۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و به منظور تأمین موجبات برنامه‌ریزی، هماهنگی، نظارت و ارزشیابی و تهیه هنجارها و استانداردهای خدماتی و توسعه دامنه اجرای برنامه‌های بهزیستی در زمینه حمایت خانواده‌های بی‌سرپرست و نیازمند و ارائه خدمات مختلف به کودکان و تدارک امکانات پیشگیری و درمانی و توان‌بخشی حرفه‌ای و اجتماعی معلولین جسمی و روانی و تجدید تربیت منحرفین اجتماعی و حمایت و نگهداری از کودکان و اطفال بی‌سرپرست و معلولین غیرقابل توان‌بخشی و سالمندان نیازمند و آموزش نیروی انسانی خدمات بهزیستی و توان‌بخشی و تأمین موجبات تشویق، جلب مشارکت و فعالیت‌های گروه‌های داوطلب و مؤسسات غیردولتی، سازمان بهزیستی کشور تشکیل می‌شود. سازمان بهزیستی کشور وابسته به وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی است.^۱

۵-۱-۱. بررسی عملکرد کشورها در زمینه کمک‌های خیریه

۵-۱-۱-۱. میزان کمک‌های خیریه در جهان

۵-۱-۱-۲. شاخص کمک‌های خیریه جهان

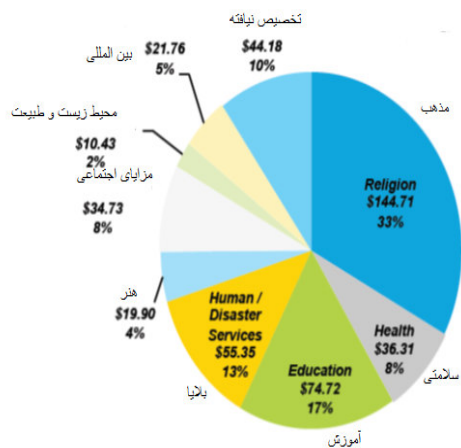
جدول (۱) کمک‌های خیریه ۲۰ کشور اول از نظر شاخص کمک‌های خیریه جهانی

کشور	رتبه شاخص در ۲۰۱۴	امتیاز شاخص در ۲۰۱۴	درصد کمک به غریبه‌ها	درصد کمک بومی	درصد وقت داوطلبانه
میانمار	۱	۶۶	۵۵	۹۲	۵۰
آمریکا	۲	۶۱	۷۶	۶۳	۴۴
نیوزلند	۳	۶۱	۶۵	۷۳	۴۵
کانادا	۴	۶۰	۶۹	۶۷	۴۴
استرالیا	۵	۵۹	۶۶	۷۲	۴۰
انگلستان	۶	۵۷	۶۳	۷۵	۳۲
هند	۷	۵۶	۵۹	۷۳	۳۶
سری لانکا	۸	۵۶	۶۰	۵۹	۴۸
ایرلند	۹	۵۶	۵۹	۶۷	۴۱
مالزی	۱۰	۵۲	۶۲	۵۸	۳۷
کنیا	۱۱	۵۲	۷۴	۳۹	۴۳
مالتا	۱۲	۵۱	۵۰	۷۸	۲۶
بحرین	۱۳	۵۱	۷۱	۵۱	۳۰
امارات متحده عربی	۱۴	۵۰	۶۹	۵۹	۲۲
نروژ	۱۵	۴۹	۵۵	۶۰	۳۲
گوانمالا	۱۶	۴۹	۶۸	۳۸	۴۱
یونان	۱۷	۴۹	۵۳	۵۵	۳۸
قرقیزستان	۱۸	۴۹	۵۳	۵۷	۳۶
تایلند	۱۹	۴۸	۴۴	۸۷	۱۴
آلمان	۲۰	۴۷	۶۱	۴۹	۳۲

منبع: بنیاد کمک‌های خیریه ۲۰۱۴

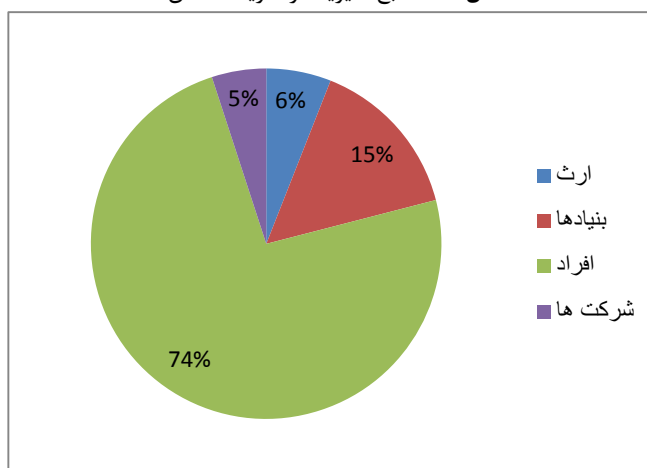
شکل زیر میزان کمک‌های خیریه در بخش‌های مختلف آمریکا را نشان می‌دهد. که بخش مذهب ۳۳٪ را تشکیل می‌دهد که در واقع بیشترین سهم را داراست. که به ترتیب آموزش، بلايا، تخصیص نیافته، سلامتی و مزایای اجتماعی، بین‌المللی، هنر، محیط زیست و طبیعت در میزان بخشش سهمی دارند.

شکل (۱) میزان کمک‌های خیریه در بخش‌های مختلف آمریکا (اطلس خیریه، ۲۰۱۵)



شکل زیر منابع خیریه در آمریکا را نشان می‌دهد. بخش ارث ۷۴٪ که در واقع بیشترین سهم است را شامل می‌شود. بخش شرکت‌ها، افراد و بنیادها به ترتیب در این منابع سهمی را دارا هستند.

شکل (۲) منابع خیریه در آمریکا (همان)



۲-۱. مطالعات تجربی

۲-۱-۱. مطالعات تجربی داخلی

عزتی (۱۳۸۴) در یک بررسی تجربی به تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان و تخمین تابع مخارج مذهبی (هزینه‌های در راه خدا) پرداخته است. این تخمین با به کارگیری داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از پرسشنامه بین خانوارهای تهرانی در مناطق مرکزی شهر با نفر بوده است. در این بررسی، هزینه‌های مذهبی خانوار تابعی از درآمد، درجه ایمان و سن سرپرست آن در نظر گرفته شده است. برای اندازه‌گیری درجه ایمان فرد، شاخصی مبتنی بر آیات قرآن ساخته و از آن استفاده شده است.

موسایی (۱۳۸۷) به بررسی جایگاه انفاق و خاستگاه اجتماعی، اقتصادی آن در شهر بهبهان پرداخته است. داده‌های لازم از یک کار میدانی و استفاده از پرسشنامه به تعداد ۴۴۴ خانواده بوده است. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که درصد قابل توجهی از افراد نمونه انفاق‌های واجب و مستحب خود را پرداخت می‌کنند و انفاق‌های واجب و مستحب با درآمد و تحصیلات (به عنوان متغیرهای تعیین کننده پایگاه اجتماعی) رابطه‌ی معنا دار مثبت دارد.

کیاء الحسینی (۱۳۸۸)، عوامل موثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری ایران را در دوره زمانی (۱۳۸۴-۱۳۶۱) با روش داده‌های تابلویی و یک تابع نمایی بررسی کرده است و به این نتیجه رسید که درآمد خانوار، بعد خانوار و جنگ تحمیلی اثری مثبت و تورم اثری منفی بر پرداخت‌های مذهبی داشته است.

داورزنی نیز تابع مخارج مذهبی خانوارهای ایرانی را به تفکیک شهر و روستا طی سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۷۴ براساس روش داده‌های تابلویی برآورد کرده است. مدل برآوردی او یک مدل خطی بوده است. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که کشش درآمدی هزینه‌ها برلی فردی شهری و روستایی ۵/ است. (کیاء الحسینی، همان)

سعیده شفیعی (۱۳۹۰)، به بررسی معافیت‌های مالیاتی در بخش مؤسسات خیریه در ایران و سایر کشور پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که عواملی چون عدم وجود یک مرجع واحد رسمی، کمبود شدید در قوانین و مقررات مربوط به فعالیت‌های خیریه و نبود آمار و اطلاعات کافی، از بزرگترین چالش‌های پیش رو در این بخش می‌باشد.

فایدئی (۱۳۹۰) به بررسی نقش فرهنگ فی سبیل الله در رفع اقتصادی جامعه از منظر قرآن و حدیث پرداخته است. این پژوهش به روش کتابخانه‌ای و به صورت توصیفی، تحلیلی به سامان رسیده است. ابزار گردآوری اطلاعات، آیات و روایات، آثار و مکتوب و مقالات در مورد انفاق و رابطه‌ی

آن با برقراری عدالت اقتصادی است. و به این نتیجه رسید که انفاق و احسان در راه خدا، سنت و قانون الهی برای توسعه‌ی برکات و رشد اقتصادی است.

سرافراز و پور طهماسبی و انامی (۱۳۹۰) به بررسی نقش سرمایه مذهبی در پیشرفت اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث پرداختند و به این نتیجه رسیدند که وجود سرمایه دینی و مذهبی فردی موجب می‌شود روحیه نوع دوستی، حمایت و کمک به دیگران، همکاری و تعاون عمومی و نظیر این‌ها در افراد افزایش یابد. این امر موجب می‌شود افراد در جهت کمک به دیگران و حمایت مالی و اقتصادی از افراد کم درآمد تلاش کنند و در نتیجه موجب کاهش فقر و بهبود رفاه عمومی و عدالت می‌شود. این کمک‌ها از طریق هبه‌ها، زکات، صدقات، مشارکت، همیاری، قرض الحسنه و مانند این‌ها می‌شود.

گیلک (۱۳۹۰)، عوامل مؤثر بر کمک‌های خیریه و برآورد کشش درآمدی قابل تصرف خانوارهای نمونه شهری ایران و آمارگیری هزینه - درآمد خانوار با استفاده از ریزداده‌ها به بررسی رابطه‌ی مالیات‌های مستقیم و کمک‌های خیریه پرداخت و به این نتیجه رسید که اعمال انگیزه‌های مالیاتی می‌تواند کمک‌های خیریه و روحیه نوع دوستی سرپرست خانوارهای شهری در نمونه را افزایش دهد.

عزتی و شفیعی (۱۳۹۱) اثر بازار مالی و سرمایه مذهبی را بر انفاق با توجه به آموزه‌های اسلامی بررسی کردند. با توجه به مطالعه‌های نظری و تجربی انجام شده در باره هزینه‌های مذهبی و انفاق و نیز در نظر گرفتن قواعد اسلامی و محدودیت‌های آماری، متغیرهای اندازه بازار مالی، درآمد، ثروت، سن سرپرست خانوار و سرمایه مذهبی به عنوان متغیرهای توضیحی انتخاب شده‌اند. تابع مورد نظر به روش داده‌های تابلویی اقتصادسنجی برآورد شده است داده‌های مورد استفاده، داده‌های استان‌های کشور برای سال ۱۳۸۹-۱۳۷۹ هستند. نتیجه‌های مطالعه نشان می‌دهد که تابع انفاق به صورت تابعی نمایی است و اندازه بازار مالی، درآمد سرانه استانی، سن، ثروت و سرمایه مذهبی در ایران اثر مثبت برانفاق دارند.

عزتی و شهریاری (۱۳۹۱) به ارزیابی عوامل اثرگذار بر جمع‌آوری زکات توسط کمیته پرداختند. در این بررسی از یک تحلیل آماری از عملکرد زکات و روش اقتصادسنجی با داده‌های مقطعی استانی سال ۱۳۹۰ برای ایران ارائه استفاده شد. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد اندازه جمع زمین‌های کشاورزی جامعه، شمار کارگزاران جمع‌آوری کننده زکات، ویژگی روحانی بودن کارگزاران جمع‌آوری کننده زکات، مذهبی بودن جامعه و متغیر مجازی برای نشان دادن یکی از ویژگی‌های فرهنگی مذهبی در اندازه زکات جمع‌آوری شده اثر معنادار داشته‌اند.

صادقی و همکاران (۱۳۹۲) عوامل مؤثر بر انفاق و رفتار تابع انفاق را با توجه به آموزه‌های اسلامی بررسی کرده و تابع انفاق در ایران را به به روش داده‌های تابلویی اقتصادسنجی برای خانوارهای استان‌های کشور در سال‌های ۱۳۸۶-۷۹ برآورد کردند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که تابع انفاق به صورت تابعی نمایی می‌باشد و تابعی فزاینده از درآمد سرانه استانی، ثروت و سرمایه مذهبی می‌باشد. نوآوری‌های این مقاله در استفاده از داده‌های مستقیم انفاق، وارد کردن سرمایه مذهبی به عنوان یک عامل اثرگذار بر انفاق و وارد کردن عامل ثروت بر انفاق بوده که به خوبی در نتایج اثرگذار است و نتایج این برآورد را از مطالعات دیگر متمایز کرده است.

۲-۲-۲. مطالعات تجربی خارجی

بکر و ویپکینگ^۱ (۲۰۱۰) با مرور بیش از ۵۰۰ مقاله درباره دادن خیریه ۸ عامل را به عنوان مهم‌ترین نیروهایی که موجب دادن خیریه می‌شود، شناسایی کرده‌اند این عوامل عبارتند از:

- ۱- آگاهی و نیازها
- ۲- درخواست والتماس
- ۳- هزینه و فایده
- ۴- نوع دوسوستی
- ۵- شهرت
- ۶- منافع روانی
- ۷- ارزش‌ها
- ۸- سودمندی و تأثیر.

جاسپر و سامک^۲ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای به بررسی افزایش کمک‌های خیریه در کشورهای توسعه یافته پرداختند. این تحقیق از طریق آزمایشات میدانی انجام شده است. در این بررسی نشان داد که موسسه خیریه به منظور افزایش در اعتبار اقتصادی در کشورهای توسعه یافته ادامه یافته است. برای مثال در ایالات متحده آمریکا، بیشتر از ۲۳۵ میلیون دلار، بالای ۲٪ محصولات خانگی آمریکا تنها در سال ۲۰۱۳ برای مؤسسه‌های بشر دوستانه کمک شده است. بر طبق ارائه شاخص جهانی، تقریباً ۵۰ تا ۶۰ درصد خانوارها در کشورهای توسعه یافته به مؤسسه خیریه کمک می‌کنند.

کسلر و میلکمان^۳ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای به بررسی شناسایی در اهداء امور خیریه پرداختند که چطور شناخت اولیه بر کمک‌های خیریه اثر می‌گذارد. این تحقیق از طریق آزمایشات میدانی انجام شده است. نتایج این مقاله به صورت زیر است:

۱- دریافتیم که آماده ساختن شناخت اولیه مؤثر در آینده اهداگر به عنوان اهداگر قبلی از طریق یادآوری اینکه اهدا کننده در آینده در آخرین اهداء مؤثر به سازمان، کمک‌ها را افزایش می‌دهد. در سازگاری با روش رقابتی ثابت‌ها، این تأثیر میان افرادی که به طور تاریخ منظم اهداء می‌کنند نظم بیشتری به مؤسسه خیریه داده و بزرگتر است.

۲- دریافتیم که عمل‌های بالابرنده سود با نام‌هایی که جنبه‌ی نخستین شناخت اهدا کننده را که به خیرخواهی می‌پیوندد می‌تواند میزان بخشش‌ها را افزایش دهد.

1. Bekkers & Wiepking

2. Cynthia R. Jasper & Anya Samek

3. Judd B. Kessler & Katherine L. Milkman

۲. روش تحقیق:

۳-۱. منابع و روش جمع‌آوری داده‌ها

تحقیق حاضر، در حقیقت یک مطالعه کتابخانه‌ای است که حدود مکانی آن مربوط به استان‌های کشور و حدود زمانی آن شامل سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۳ می‌باشد. منبع آماری جهت جمع‌آوری اطلاعات لازم، مرکز آمار ایران است. اطلاعات لازم درباره متغیرهای مورد بحث از مرکز آمار ایران بدست آمده است. در این تحقیق متغیر وابسته کمک‌های خیریه است. منظور از کمک‌های خیریه از بخش ۱۳ (تهیه و فروش کالاهای بادوام منزل، سایر هزینه‌های خانوار و انتقالات در ۱۲ ماه گذشته) داده‌های خام هزینه و درآمد خانوار به شرح جدول زیر انتخاب شده است.

جدول (۱) کمک‌های خیریه

عنوان	کد
بخش ۱۳	
هزینه‌های مذهبی	۱۳۹۱
خمس	۱۳۹۱۱۱
زکات	۱۳۹۱۱۲
فطریه، کفاره، رد مظالم، نذر و نظایر آن	۱۳۹۱۱۳
کمک به مساجد، کلیسا، کنیسه، تکایا، نهادهای انقلاب و ستادهای نماز جمعه، اماکن متبرکه و نظایر آن	۱۳۹۱۱۴
هزینه روضه خوان، مداح، مولودی خوان و نظایر آن	۱۳۹۱۱۵
پرداخت به صندوق صدقات	۱۳۹۱۱۶
پرداخت های انتقالی نقدی به خانوارهای دیگر	۱۳۹۲۱۴
هدایای نقدی پرداخت شده به مؤسسات دولتی	۱۳۹۲۱۵
هدایای نقدی پرداخت شده به مؤسسات غیر دولتی	۱۳۹۲۱۶

منبع: مرکز آمار ایران

اطلاعات مربوط به متغیرهایی که در الگو استفاده شده است همچنین از داده‌های خام هزینه و درآمد خانوار استخراج شده اند. لازم به ذکر است که کل هزینه‌های خانوار به عنوان درآمد خانوار در نظر گرفته شده است.

۳-۲. معرفی روش اقتصادسنجی داده‌های پانل

روش اقتصادسنجی مورد استفاده در این پژوهش، اقتصادسنجی داده‌های تابلویی برای شناسایی عوامل مؤثر بر کمک‌های خیریه در استان‌های کشور است. بسیاری از مطالعه‌های اخیر که در زمینه اقتصادسنجی صورت گرفته است از مجموعه داده پانل شده برای بررسی استفاده کردند، بدین ترتیب که چندین بنگاه، خانوار، کشور و... در طول زمان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

تجزیه و تحلیل پانل دیتا یکی از موضوع‌های جدید و کاربردی در اقتصاد سنجی است، چرا که پانل دیتا یک محیط بسیار غنی از اطلاعات برای گسترش دادن تخمین و نتایج تئوریک فراهم می‌آورد.

۳-۲-۱. روش‌های تخمین

برآورد روابطی که در آن‌ها در داده‌های ترکیبی (سری زمانی، مقطعی) استفاده می‌شود. غالباً با پیچیدگی مواجه است. در حالت کلی الگوی زیر نشان‌دهنده یک الگو با داده‌های تابلویی است.

$$(۱) \quad Y_{it} = \beta_{1it} + \sum_{k=2}^k \beta_{kit} X_{kit} + \varepsilon_{it}$$

که در آن N و... و i : نشان‌دهنده واحدهای مقطعی و T و... و t : بر زمان اشاره دارد. Y_{it} متغیر وابسته برای i امین واحد مقطعی در دوره زمانی t ام و X_{it} K امین متغیر مستقل غیر تصادفی برای i امین واحد مقطعی در دوره زمانی t ام است. ε_{it} نیز جمله اخلال الگو است. دو حالت کلی الگوی ۱-۳ عبارت‌اند از:

۱- تمامی ضرایب ثابت هستند و فرض می‌شود که جمله اخلال قادر است، تمام تفاوت‌های میان واحدهای مقطعی و زمان را دریافت کند و توضیح دهد.

۲- ضریب‌های مربوط به متغیرها ثابت هستند و تنها عرض از مبدأ برای واحدهای مختلف مقطعی، متفاوت است.

ساده‌ترین روش، حذف ابعاد فضا (مکان) و زمان از داده‌های تابلویی و تخمین رگرسیون متداول حداقل مربعات معمولی است. در این حالت الگوی ۱-۳ به صورت ذیل تصریح خواهد شد:

$$(۲) \quad Y_{it} = \beta_1 + \sum_{k=2}^k \beta_k X_{kit} + \varepsilon_{it}$$

که در آن i نشان‌دهنده i امین واحد مقطعی و t نشان‌دهنده t امین دوره زمانی است. تخمین رابطه فوق با روش حداقل مربعات معمولی صورت می‌گیرد به روش حداقل مربعات تلفیقی^۱ نیز معروف است (فیروزی، ۱۳۹۰).

۳-۲-۲. اثرات ثابت^۲

یک روش متداول در فرمول بندی کردن الگوی داده‌های ترکیبی بر این فرض استوار است که اختلافات بین واحدها را می‌توان به صورت تفاوت عرض از مبدأ نشان داد. بنابراین الگوی ۱-۳ به صورت ذیل تصریح خواهد شد.

$$(۳) \quad Y_{it} = \beta_{1i} + \sum_{k=2}^k \beta_k X_{kit} + \varepsilon_{it}$$

در رابطه ۳-۲، اندیس i در عرض از مبدأ نشان‌دهنده تفاوت عرض از مبدأ مقاطع است. در ادبیات اقتصاد سنجی الگوی ۳-۲ به الگوی رگرسیون اثرات ثابت معروف است. اصطلاح تأثیرات

1. Pooled Least Squared (pls)

2. Fixed Effect Method (fem)

ثابت ناشی از این حقیقت است که با وجود تفاوت عرض از مبدأ میان مقاطع، عرض از مبدأ هر مقطع طی زمان تغییر نمی‌کند. از آنجا که از متغیرهای موهومی، جهت تخمین تأثیرات ثابت استفاده می‌شود، در ادبیات اقتصادی سنجی الگوی ۲-۳ به الگوی حداقل مربعات متغیر موهومی^۱ نیز معروف است. سؤالی که اغلب در مطالعات کاربردی مطرح می‌شود این است که آیا شواهدی دال بر قابلیت ادغام شدن داده‌ها وجود دارد یا این که الگو برای تمام واحدهای مقطعی، متفاوت است. این سؤال را می‌توان با فرضیه زیر مطرح کرد. (بالتاجی، ۲۰۰۵):

$$(۴) \quad H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_{N-1} = 0$$

در واقع فرضیه فوق به منظور انتخاب بین الگوی داده‌های تلفیقی و الگوی اثرات ثابت است. که در آن μ ضریب متغیر موهومی در الگوی اثرات ثابت است. آزمونی که جهت انتخاب بین الگوی داده‌های تلفیقی و الگوی اثرات ثابت می‌توان مطرح نمود توسط لیمر^۲ ارائه شده است که آماره آن به صورت زیر است:

$$(۵) \quad F = \frac{(R_{LSDV}^2 - R_{POOLED}^2) / (N-1)}{(1 - R_{LSDV}^2) / (NT - N - k)}$$

که در آن R_{LSDV}^2 ، مجذور پسماندهای حاصل از برازش رگرسیون با عرض از مبدأهای مختلف (الگو نا مقید یا ثابت) و R_{POOLED}^2 ، مجذور پسماندهای حاصل از برازش رگرسیون با برابری عرض از مبدأها (مدل مقید یا Pooled Data) است.

۳-۲-۳. انتخاب بین الگوی اثرات ثابت و الگوی اثرات تصادفی

برای انتخاب بین دو الگوی اثرات ثابت و تصادفی می‌توان از آزمون هاسمن^۳ استفاده نمود. آماره این آزمون به صورت زیر محاسبه می‌شود(۶)

$$(۶) \quad H = \left[(B_{fe} - B_{re})' (COV_{fe} - COV_{re})^{-1} (B_{fe} - B_{re}) \right] \approx \chi_k^2$$

در رابطه (۳-۸)، k تعداد متغیرهای توضیحی، B_{fe} و B_{re} به ترتیب بردار ضرایب در دو روش اثرات ثابت و تصادفی، COV_{fe} و COV_{re} به ترتیب ماتریس واریانس-کواریانس ضرایب در دو روش اثرات ثابت و تصادفی هستند.

1. Least Squared Dummy Variable

2. Limer

3. Hasman test

فرضیه‌های آزمون هاسمن به صورت زیر است
فرضیه صفر: روش اثرات تصادفی کارا تر است.
فرضیه مقابل: روش اثرات ثابت کارا تر است.

همان طور که در رابطه (۸-۳) مشاهده می‌کنید، تابع آزمون هاسمن دارای توزیع مجانبی χ^2 با K درجه آزادی است. براساس این آزمون اگر χ^2_k محاسباتی از مقادیر بحرانی اش کوچک‌تر باشد، فرضیه صفر قبول و روش اثرات تصادفی کارا تر است. ولی اگر χ^2_k محاسباتی از مقادیر بحرانی اش بزرگ‌تر باشد در این صورت فرضیه صفر غیر قابل قبول و روش اثرات ثابت کارا تر است. اگر احتمال آماره χ^2 برابر واحد باشد، بین دو روش اثرات ثابت و تصادفی، اثرات تصادفی باید انتخاب شود ولی اگر احتمال این آماره صفر شود، روش اثرات ثابت را باید انتخاب کرد (رضایی مهنی، ۱۳۹۰).

۳-۳. معرفی الگو

در این پژوهش با معرفی و استفاده از الگو اقتصادسنجی زیر، به بررسی عوامل مؤثر بر کمک‌های خیریه در استان‌های ایران می‌پردازیم:

$$LnCH_{it} = \alpha_i + \beta_1 LnINCOME_i + \varepsilon_{it}$$

$$(۷) \quad i=1,2,\dots,N \quad ; \quad t=1,2,\dots,T$$

که در آن

$LnCH_{it}$: لگاریتم کمک‌های خیریه (متغیر وابسته) و متغیرهای مستقل، عبارت اند از:

$INCOME_{it}$: لگاریتم درآمد خانوار

$LnSIZE_{it}$: لگاریتم بعد خانوار

$LnAGE_{it}$: لگاریتم سن سرپرست خانوار

که در آن i معرف مقاطع و t معرف دوره‌ی زمانی است. مقاطع این مدل، استان‌های ایران می‌باشد که طی دوره‌ی زمانی ۱۳۹۳-۱۳۸۴ بررسی شد. بنابراین، در این پژوهش $N=۲۲$ تعداد استان‌های مورد بررسی و $T = ۸$ ، تعداد سال‌های سری زمانی است. هم‌چنین به منظور برآورد مدل فوق از نرم افزار Eviews ۹ استفاده شد.

۳. تجزیه و تحلیل داده‌ها: (نتایج تجربی)

۴-۱. توصیف متغیرهای مدل

کلیه داده‌ها در باره متغیرها از داده‌های خام و خلاصه شده مرکز آمار ایران استخراج شده است. این اطلاعات در قالب جدول (۲) ارائه می‌شود. جدول (۲) نشان می‌دهد که: استان اردبیل و قم به ترتیب بیشترین و کمترین متوسط مقدار خیریه در طول دوره را دارند. استان تهران بیشترین و استان‌های

قم و یزد کمترین میانگین درآمد (هزینه) در هر خانوار شهری را دارند.

جدول (۲) متوسط متغیرهای تحقیق در کل دوره (سالهای ۸۴-۹۳)

درآمد - میلیون ریال	خریده- هزار ریال	بعد خانوار	سن سرپرست خانوار	نام استان	درآمد- میلیون ریال	خریده- هزار ریال	بعد خانوار	سن سرپرست خانوار	نام استان
112.9	2440	4.56	49.74	ایلام	106.0	2821	3.64	49.74	آذربایجان شرقی
93.6	1916	3.51	48.77	سمنان	118.6	3771	4.04	47.67	آذربایجان غربی
93.2	2492	3.89	47.21	گلستان	125.2	2979	3.48	49.07	اصفهان
117.3	3818	3.72	46.23	قزوین	107.0	2620	3.70	47.54	خ رضوی
155.4	2652	3.52	48.06	تهران	120.9	2064	4.54	47.23	خوزستان
115.4	5510	3.94	47.06	اردبیل	128.6	2421	3.95	49.58	فارس
89.2	1859	3.96	47.25	قم	91.4	2559	3.96	48.19	کرمان
93.1	1927	3.60	48.73	یزد	113.4	4070	4.01	49.13	کرمانشاه
125.9	3034	3.97	48.92	چهارمحال یزد	117.5	3698	3.43	49.05	گیلان
110.3	3264	4.16	48.84	لرستان	121.4	3361	3.48	48.41	مازندران
91.9	2576	3.60	49.19	همدان	109.6	3163	3.59	48.05	مرکزی

منبع: محاسبات محقق

جدول (۳) خلاصه آماره‌های داده‌های تحقیق

بعد خانوار	سن سرپرست خانوار	درآمد-میلیون ریال	خریده-هزار ریال	
3.830455	48.34795	111712.8	2955.122	Mean
3.790000	48.38000	94971.93	2095.420	Median
4.930000	54.31000	306678.7	14314.74	Maximum
3.130000	44.24000	42579.44	186.9400	Minimum
0.382806	1.947348	52194.18	2582.925	Std. Dev.
0.593186	0.243445	0.949948	1.916301	Skewness
2.964099	2.680337	3.478041	6.715898	Kurtosis
12.91372	3.109755	35.18282	261.2201	Jarque-Bera
0.001570	0.211215	0.000000	0.000000	Probability
842.7000	10636.55	24576815	650126.9	Sum
32.09235	830.4838	5.97E+11	1.46E+09	Sum Sq. Dev.
220	220	220	220	Observations

منبع: محاسبات محقق

بدلیل وجود مشکل خود همبستگی از متغیرها LN (لگاریتم-نپرین) گرفته شده است. همچنین متغیر it WOMEN (زنان سرپرست خانوار) بدلیل بی معنا کردن مدل حذف شده است.

جدول (۴) نتایج برآورد مدل تحقیق (متغیر وابسته: لگاریتم خیریه)

متغیرها	ضرایب	انحراف معیار	آماره t	ارزش احتمال
C	1.443523	5.553288	0.259940	0.7952
LNINCOME	1.462546	0.206640	7.077735	0.0000
LNCHARITY(-1)	0.305476	0.060630	5.038376	0.0000
LNAGE	-2.701827	1.232413	-2.192306	0.0298
LNSIZE	-1.856362	0.887160	-2.092477	0.0379

R2	R-2	F-St.	Pro(F)	DW
۰.۸۹	۰.۸۷	۴۱.۳۲	(0.000)	۲.۰۶

F لیمر	F هاسمن
81.049919 (۰.۰۰۰۰)	53.278473 (۰.۰۰۰۰)

مأخذ: یافته‌های محقق (خروجی نرم‌افزار Eviews۹)

از جدول (۴) نتایج زیر قابل استخراج است: با توجه به آزمون لیمر و معنادار بودن آماره F روش داده‌های ترکیبی انتخاب می‌شود. پس از انتخاب داده‌های ترکیبی آزمون هاسمن مبنی بر تصادفی یا ثابت بودن پارامترها انجام می‌گیرد. نتایج آماره F لیمر و F هاسمن بیانگر داده‌های ترکیبی با اثرات ثابت هستند. براساس آزمون هاسمن فرضیه H_0 مبنی بر کاراتر بودن اثرات تصادفی در سطح معنای ۱٪ رد می‌شود و فرضیه مقابل آن یعنی کاراتر بودن اثرات ضرایب ثابت پذیرفته می‌شود. آماره F هاسمن معادل ۵۳.۲۷۸۴۷۳ و احتمال آن برابر (۰.۰۰۰۰۰۰) است. ضریب تعیین مدل بیانگر این است که متغیرهای توضیحی در سطح بالایی متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. آماره F نیز بیانگر معنادار بودن کل رگرسیون در سطح معنای ۱٪ می‌باشد. مقدار آماره دوربین، واتسن بیانگر عدم وجود خود همبستگی در مدل می‌باشد.

نتایج حاکی از این است که لگاریتم متغیر وابسته کمک‌های خیریه با یک وقفه زمانی در سطح معنای ۱٪ معنادار بوده و ضریب آن برابر مثبت ۰.۳۰۵ می‌باشد. یعنی ۱٪ نرخ رشد کمک‌های خیریه در سال قبل موجب ۰.۳۰۵٪ رشد کمک‌های خیریه در سال جاری شده است. لگاریتم متغیر درآمد در سطح معنای ۱٪ معنادار بوده و برابر مثبت ۱.۴۶ می‌باشد. یعنی کسش کمک‌های خیریه نسبت به درآمد ۱.۴۶ است. بنابراین یک درصد افزایش در میانگین درآمد خانوار شهری در هر استان موجب ۱.۴۶٪ افزایش در کمک‌های خیریه آن خانوار می‌شود. متغیر سن سرپرست خانوار در سطح معنای ۵٪ معنادار بوده و دارای تاثیر منفی معادل ۲.۷ بر کمک‌های خیریه می‌باشد. به عبارت

دیگر می‌توان گفت هرچه سن سرپرست خانوارها در استان‌ها افزایش می‌یابد رشد کمک‌های خیریه روندی کاهشی دارد. متغیر بعد خانوار در سطح معنای ۵٪ دارای تاثیر منفی و معنادار است. افزایش جمعیت خانوار موجب کاهش کمک‌های خیریه آنان می‌شود.

نتیجه گیری

فقر پدیده نا به‌هنجار است. برای امحای فقر از جامعه باید سیاست‌های مناسبی اتخاذ شود. بنابراین یکی از اهداف اساسی دولت‌ها این است که مردم به مقدار کافی از خدمات رفاهی منتفع گردند. خیرین، سازمان‌ها، دولت سه مجموعه هستند که در پرداخت‌های خیریه در یک کشور نقش دارند. با توجه به فرضیات تحقیق براساس الگوی داده‌های تابلویی با اثرات ثابت به این نتیجه منتهی شد که کمک‌های خیریه با افزایش درآمد خانوار شهری در هر استان افزایش می‌یابد به عبارت دیگر رابطه معنادار و مثبت بین درآمد خانوارها و کمک‌های خیریه در ۲۲ استان منتخب وجود دارد. همچنین با توجه به فرضیات تحقیق حکایت می‌کند که کمک‌های خیریه با افزایش سن و بعد خانوار کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر رابطه معنادار و منفی بین سن و بعد خانوار با کمک‌های خیریه در ۲۲ استان منتخب وجود دارد.

منابع

الف: منابع فارسی

قرآن کریم

۱. بیرهوف، هانس ورنر (۱۳۸۴)، "رفتارهای اجتماعی مطلوب از دیدگاه روانشناسی اجتماعی"، ترجمه رضوان صدقی نژاد، چاپ دوم، انتشارات گل آذین.
۲. حکیمی، محمد رضا، حکیمی، محمد و حکیمی، علی الحیات (۱۳۸۹)، مترجم احمد آرام، انتشارات دلیل ما، قم.
۳. خارستانی، اسماعیل و سیفی، فاطمه (۱۳۹۰)، معیارهای اقتصاد سالم از دیدگاه قرآن و حدیث، مجموعه مقالات چهارمین همایش ملی قرآن "سفینه النجاه عصر" دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.
۳. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۳۷۴)، مفردات فی غریب القرآن، انتشارات مرتضوی، تهران، چاپ دوم، ج ۲.
۴. رضایی مهنی، حامد (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه مصرف انرژی و رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و کشورهای عضو اوپک"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده اقتصاد دانشگاه غیرانتفاعی علامه محدث نوری.
۵. ریاحی سامانی، نادر (۱۳۷۸)، وقف و سیر تحولات قانون‌گذاری در موضوعات، انتشارات نوید.
۶. سرافراز، ایوب، پورطهماسبی، سیاوش و انامی، وحدت (۱۳۹۰)، نقش سرمایه مذهبی در پیشرفت اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث، مجموعه مقالات چهارمین همایش ملی قرآن "سفینه النجاه عصر" دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.
۷. شفیعی، سعیده (۱۳۹۰)، "بررسی معافیت‌های مالیاتی در بخش‌ها و موسسات خیریه در ایران و سایر کشورها"، مجموعه مقالات سومین همایش مالیات‌های اسلامی همگرایی مالیات‌های اسلامی و مالیات‌های موجود و جدید، انتشارات دانشگاه مفید قم.
۸. شکوری، علی (۱۳۸۴)، "رفتارهای حمایتی و دلایل بروز آن‌ها"، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال پنجم شماره ۱۸.
۹. صادقی حسین؛ عزتی مرتضی و شفیعی علی (۱۳۹۲) فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی رشد و توسعه پایدار، سال سیزدهم، شماره دوم، صفحات ۸۴-۶۱.
۱۰. عبداللهی، عابد و حمزه پور معتوقی، ناصر (۱۳۹۰)، عوامل معنوی پیشرفت اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث، مجموعه مقالات چهارمین همایش ملی قرآن "سفینه النجاه عصر" دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.

۱۱. عرب مازار، عباس و کی قبادی، سعید (۱۳۸۵)، "جایگاه قرض الحسنه در نظام بانکی ایران"، سال ششم.
۱۲. عزتی مرتضی (۱۳۸۴). تخمین تابع مخارج مذهبی (مخارج در راه خدا) مسلمانان، اقتصاد اسلامی سال پنجم شماره ۱۸، ص ۸۹ - ۱۱۵
۱۳. عزتی مرتضی و شفیعی علی (۱۳۹۱). برآورد اثر بازار مالی بر انفاق در ایران، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صفحه ۶۳-۹۲.
۱۴. عزتی مرتضی و شهریاری لیلا (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد کمیته امداد امام خمینی (ره) در زمینه جمع‌آوری زکات پژوهشنامه مالیات؛ ۲۰ (۱۶): ۶۰-۳۱
۱۵. عسگری، محمد مهدی و غفورزاده، حسین (۱۳۸۸)، "بررسی مفهوم فقر از منظر قرآن و روایات ائمه اطهار"، مطالعات قرآن و حدیث، سال سوم
۱۶. فایدئی، اکبر (۱۳۹۰)، نقش فرهنگ انفاق فی سبیل الله در رفع فقر اقتصادی جامعه از منظر قرآن و حدیث، مجموعه مقالات چهارمین همایش ملی قرآن "سفینه النجاه عصر" دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.
۱۷. فیروزی، سمانه (۱۳۹۰)، "بدهی خارجی و رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه (با تأکید بر ایران)، پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه علامه محدث نوری.
۱۸. کریمی، یوسف (۱۳۸۵)، "روانشناسی اجتماعی"، انتشارات ارسباران، تهران.
۱۹. گجراتی، دامور (۱۳۸۵)، "مبانی اقتصاد سنجی"، ترجمه حمید ابریشمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، تهران.
۲۰. گیلک حکیم‌آبادی، محمد تقی (۱۳۸۶)، تطبیق نظریه شهید صدر درباره عدالت توزیعی در اقتصاد ایران، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی بررسی اندیشه هاس اقتصادی آیت الله شهید صدر، انتشارات دانشگاه مفید قم.
۲۱. گیلک حکیم‌آبادی، محمد تقی (۱۳۹۰)، "انگیزه‌های مالیاتی و کمک‌های خیریه در ایران"، مجموعه مقالات سومین همایش مالیات‌های اسلامی همگرایی مالیات‌های اسلامی و مالیات‌های موجود و جدید، انتشارات دانشگاه مفید قم.
۲۲. گیلک حکیم‌آبادی، محمد تقی (۱۳۹۰)، "مطالعه تطبیقی حمایت‌های مالیاتی از کمک‌های خیریه در جهان"، پژوهشنامه مالیات، دوره جدید، سال نوزدهم، شماره دوازدهم (شماره مسلسل ۶۰).
۲۳. مردانی نوکنده، محمد حسین (۱۳۸۲)، "احسان و انفاق از منظر آیات و روایات"، مجله کیهان فرهنگی، شماره ۲۰۵.

۲۴. مرکز آمار ایران، داده‌های خام طرح هزینه-درآمد خانوارها طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۱.
۲۵. مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۸۵ نتایج کلی استان مازندران.
۲۶. مزیک، عباس و زاهدی، محمد مهدی (۱۳۹۰)، راهکار افزایش کارایی معافیت خیرین، مجموعه مقالات سومین همایش مالیات‌های اسلامی همگرایی مالیات‌های اسلامی و مالیات‌های موجود و جدید، انتشارات دانشگاه مفید قم.
۲۷. محیطی، فرشته (۱۳۹۴)، صدقه و آثار اجتماعی و معنوی آن، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۲۸. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۶)، تفسیر نمونه، دارالکتب الاسلامیه، تهران، ج ۸، چاپ ۳، ص ۱۵۶.

ب: منابع انگلیسی

29. Andreoni, James (2007), "charitable giving", prepared for the new Palgrave dictionary of economics, 2nd edition.
30. Atlas of giving (۲۰۱۴) , Atlas of giving , info@atlasofgiving.com , volume 12.
31. Baker, Anna (2010), "Factor which influence prosocial behavior": www.myfreearticle.com.
32. Baltagi, Badi H. (2005), 'Econometric Analysis of Panel data, third edition.
33. Charities Aid Foundation (۲۰۱۵), CAF World Giving Index , http://www.cafamerica.org/wp-content/uploads/1755A_WGI2015_Report_WEB_V2_FINAL.pdf
34. Hopkins Bruce R. (2010), The law of charitable Giving, fourth edition , John Willey & Sons.
35. Jasper Cynthia R. and Samek Anya (2014), " Increasing Charitable Giving in the Developed, World", Prepared for "The Use of Field Experiments to Address Developed World Policy Issues," Eds. John List and Robert Metcalfe.
36. Kessler Judd B. and Milkman Katherine L. (2014), " Identity in Charitable Giving", The Wharton School, University of Pennsylvania.
37. Kwak, Sungil (2010), the impact of taxes on charitable giving: empirical evidence from the Korean labor and income panel study, department of economics, George Washington university.

منابع الکترونیکی:

www.behzisti.ir
www.emdad.com