

۱۳

مدیریت شهری

فصلنامه پژوهشی-تحلیلی، آموزشی
مدیریت و برنامه ریزی شهری
سال چهارم بهار ۱۳۸۲، ۱۱۲ صفحه، ۵۰۰۰ ریال

■ مدیریت مالی شهر

■ تولید رانت، کرانیکاه نظام درآمدی شهرداریها

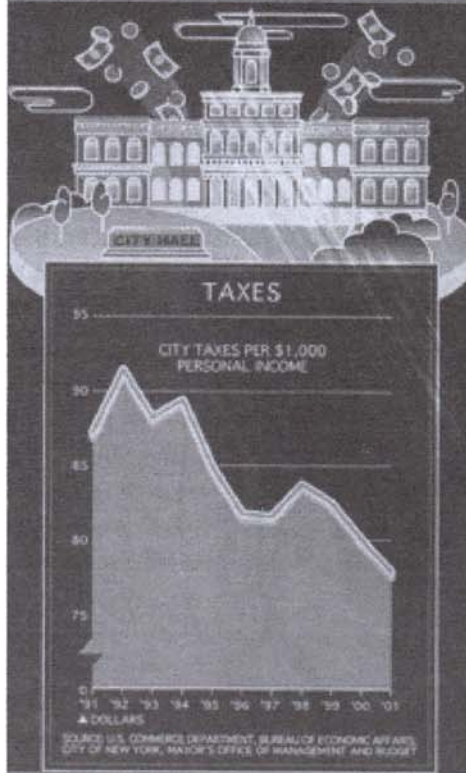
■ بررسی و تحلیل هزینه ها و اعتبارات شهرداری های کشور

■ مدیریت شهری و نظام نوین بودجه ریزی

■ تامین مالی زیر ساخت های شهری - اصول قیمت گذاری

موضوع ویژه: مدیریت مالی شهر





چکیده

مدیریت مالی شهر عبارت است از تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل فعالیت‌های مالی طرح‌ریزی شده برای شهر، به منظور دستیابی به اهداف سازمانی شهر. دو رکن اصلی مدیریت مالی شهر شامل اهداف شهرداری (دولت محلی) در ارائه خدمات و کالاهای عمومی، و تشخیص میزان و نوع کالا و خدمات عمومی عرضه شدنی برای ساکنان شهر است. بنابراین مدیریت مالی شهر در واقع نوعی عمل بهینه‌یابی است که با تعیین اهدافی برای عرضه کالا و خدمات شهری، به بحث درباره منابع درآمدی و چگونگی هزینه کردن آنها می‌پردازد.

مدیریت مالی شهر

سعید عابدین درکوش
دانشیار دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه شهید بهشتی
E-mail: Shobtech@shobtech.com

کلید واژه‌ها: مدیریت مالی شهر، شهرداری (دولت محلی)، کالا و خدمات عمومی محلی، مالیات‌های محلی

مقدمه

درآمد کل شهرداری‌های کشور در بودجه سال ۱۳۷۸ برابر ۶۹۶۹ میلیارد ریال، و برای شهر تهران معادل ۲۴۸۰ میلیارد ریال بوده است (مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری، ۱۳۷۸، صفحه ۸). مقایسه اقدام مذکور با شاخص‌های اقتصادی کلان کشور در سال ۱۳۷۸ حاکی از اهمیت مدیریت مالی شهرهاست.

مدیریت مالی شهری عبارت است از تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل فعالیت‌های مالی طرح‌ریزی شده برای شهر، به منظور دستیابی به اهداف سازمانی شهر، رسیدن به اهداف سازمانی شهر بستگی به تجزیه و تحلیل منظم و پیوسته از عملکرد فعالیت‌های مالی شهر دارد. بدین ترتیب، همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مدیریت مالی شهر شامل اقدامات مستقل و مجزا از هم در حیطه هزینه‌ها یا درآمد مالی شهر نیست، بلکه نوعی عمل بهینه‌یابی است؛ بدین معنی که سازمان شهری (شهرداری) برای اداره شهر، می‌بایست اهدافی را در نظر بگیرد، و سپس تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و نیز اقدامات اجرایی را در مورد منابع درآمدی و هزینه‌ها برای دستیابی به اهداف تعیین شده انجام دهد.

جدول ۱ - مقایسه شاخص‌های اقتصادی کلان کشور با درآمد شهرداری‌ها در سال ۱۳۷۸

| شاخص‌های اقتصادی کلان در سال ۱۳۷۸ | نسبت درآمد شهرداری‌ها به شاخص اقتصاد کلان | نسبت درآمد شهرداری تهران به شاخص اقتصاد کلان |
|---|---|--|
| درآمد ملی به قیمت جاری، ۳۳۰۸۵۹/۹ میلیارد ریال | ۲/۱ درصد | ۰/۷۵ درصد |
| درآمد دولت، ۹۲۳۱۵/۸ میلیارد ریال | ۷/۵ درصد | ۲/۷ درصد |
| درآمد مالیاتی دولت، ۲۵۸۳۱/۴ میلیارد ریال | ۲۷ درصد | ۹/۶ درصد |
| ارزش افزوده بخش ساختمانی، ۱۶۸۱۵ میلیارد ریال | ۴۱/۴ درصد | ۱۴/۷ درصد |

هدف از این مقاله شناخت نقش دولت محلی (شهرداری) در تأمین کالا و خدمات عمومی شهری و چگونگی مدیریت مالی آن است.

نقش شهرداری‌ها در اقتصاد شهر

ماسگریو [۲] (۱۹۸۰) سیاست‌های اقتصادی دولت را به سه دسته تقسیم کرده است: اول - سیاست‌های تثبیت کننده، همانند سیاست‌های پولی و مالی برای کنترل بیکاری و تورم؛ دوم - سیاست‌های توزیع درآمد، از قبیل مالیات‌ها و پرداخت‌های انتقالی برای تعدیل درآمد در جامعه؛ و سوم - سیاست‌های تخصیص منابع (چه کالایی تولید شود و چگونه تولید شود). هنگامی که دولت اقدام به تولید و عرضه کالا و یا خدمت خاصی کند، آن وقت به طور مستقیم در تصمیم‌گیری تخصیص منابع دخالت کرده است؛ ولی هنگامی که از طریق انواع مالیات و یارانه در تولید و عرضه کالایی تأثیر می‌گذارد، به طور غیرمستقیم در تخصیص منابع نقش داشته است.

دولت محلی (شهرداری) چگونه می‌تواند در اجرای این سه نوع سیاست نقش داشته باشد؟ مسئولیت سیاست‌های تثبیت کننده به عهده دولت مرکزی است؛ زیرا ابزار این نوع سیاست‌ها (پولی و مالی) در اختیار دولت مرکزی است و بسیاری از مخارج دولتی بر روی کالاهای خارج از محدوده شهرها انجام می‌شود. سیاست‌های توزیع درآمد دولت هم در سطح محلی (شهرها) انجام نمی‌گیرد؛ زیرا اگر دولت محلی اقدام به گرفتن مالیات بیشتر از افراد با درآمد بالا (به منظور تعدیل درآمد) کند، آنها از این شهر خاص مهاجرت خواهند کرد.

شهرداری در تولید و عرضه بسیاری از خدمات و کالاهای محلی (سیاست سوم) مانند اتوبان‌ها و خیابان‌ها، خدمات آتش‌نشانی، پارک، نظافت شهری و جز آن، نقش محوری دارد.

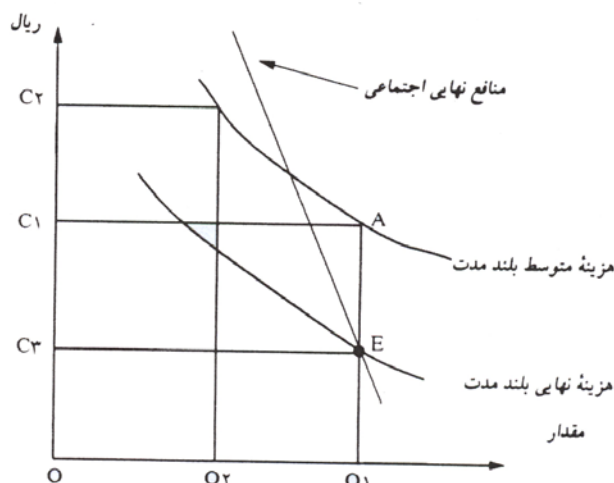
تحت چه شرایطی تولید و عرضه این نوع کالاها به وسیله شهرداری دارای توجیه اقتصادی است؟

الف - انحصار کامل

فعالیت‌هایی از قبیل جمع‌آوری زباله و فاضلاب، حمل و نقل عمومی، آب، تلفن و نظایر اینها، همگی فعالیت‌هایی هستند که به طور طبیعی شرایط انحصاری دارند. انحصار طبیعی زمانی اتفاق می‌افتد که تولید کالا خاصیت

صرفه جویی‌های داخلی ناشی از مقیاس تولید [۳] داشته باشد. در این صورت هزینه متوسط بلند مدت (به عنوان مثال، جمع آوری زباله) به صورت نزولی است. زیرا اولاً هزینه ثابت جمع آوری زباله بالاست؛ و در ثانی هزینه نهایی اضافه شدن یک مصرف کننده بسیار کم است. در این حالت جمع آوری زباله به صورت انحصاری از نظر اقتصادی دارای توجیه است؛ زیرا انحصارگر می‌تواند Q_1 خدمات جمع آوری زباله را با هزینه C_1 (AQI) انجام دهد. در صورتی که دو شرکت به طور مساوی اقدام به جمع آوری زباله کند، آن وقت هزینه جمع آوری زباله برابر C_2 می‌شود (نمودار ۱).

نمودار ۱- شرایط انحصار طبیعی در جمع آوری زباله



ب - صرفه جویی و عدم صرفه جویی خارجی [۴]

صرفه جویی و یا عدم صرفه جویی خارجی زمانی اتفاق می‌افتد که مصرف فرد مصرف کننده کالا، به دیگران منافع و یا ضرری برساند (مانند ترافیک). در چنین شرایطی مقدار بهینه تولید و عرضه کالا و یا خدمت (براساس قانون کارایی) جایی است که هزینه نهایی اجتماعی کالا برابر منافع نهایی اجتماعی آن باشد. وجود صرفه جویی‌ها و یا عدم صرفه جویی‌های خارجی موجب اختلاف بین منافع خصوصی و اجتماعی می‌شود. مصرف کننده خصوصی در تصمیم‌گیری خود منافع و هزینه‌های خصوصی را در نظر می‌گیرد. در این صورت تصمیم‌گیری وی برای مقدار مصرف غیر کاراست. بدین ترتیب دخالت دولت محلی برای ارائه کالاها و خدمات ضرورت می‌یابد (مانند انواع طرح ترافیک).

ج - کالاها و خدمات عمومی محلی

این نوع کالاها دارای سه مشخصه‌اند: اول اینکه مصرف‌شان میزان موجودی را برای دیگران کم نمی‌کند؛ دوم اینکه نمی‌توان مانع استفاده کسانی شد که برای آن پرداخت نمی‌کنند؛ و سوم اینکه منافع آن محدود به مکان جغرافیایی کوچکی است.

مدیریت مالی شهری عبارت است از تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل فعالیت‌های مالی طرح‌ریزی شده برای شهر.

اندازه مطلوب مقدار تولید و عرضه کالا و خدمات عمومی محلی

از بُعد نظری، اندازه بهینه مقدار کالای عمومی جایی است که هزینه نهایی اجتماعی عرضه آن با منافع نهایی اجتماعی آن برابر باشد. ولی در عمل شهرداری چگونه باید تصمیم بگیرد، و چه میزان از کالا و خدمات عمومی در شهر باید عرضه شود؟ سه روش پیشنهاد شده است:

الف - قاعده رأی دادن

در این روش شهرداری از طریق رأی‌گیری میزان بودجه لازم برای ارائه خدمات و کالای عمومی شهر را تعیین می‌کند. این روش دارای چندین اشکال است: اول اینکه اگر این رأی‌گیری از طریق رأی به نمایندگان شورای شهر باشد این رأی‌گیری بیشتر از آنکه جنبه اقتصادی داشته باشد، جنبه‌های سیاسی و ایدئولوژی دارد. دوم اینکه، طبقه متوسط تمایلات مختلفی در مورد انواع کالا و خدمات عمومی دارند، ولی رأی دادن به یک میزان بودجه، به معنی این است که تمام کالاها به صورت کالای شاخص در نظر گرفته شده است.

سوم اینکه، نتیجه رأی‌گیری در مورد میزان بودجه ممکن است غیر بهینه و ناکارآمد باشد (هزینه نهایی اجتماعی تولید کالا و خدمات برابر منافع نهایی اجتماعی آن نباشد). چهارم، تخمین ارزش قیمتی و درآمدی کالاها و خدمات عمومی (که برای میزان عرضه آنها ضرورت دارد) ناممکن است.

ب - پرداخت براساس میزان استفاده از کالا و خدمات عمومی

در این روش هر کس با توجه به منفعت و میزان استفاده‌ای که از کالای عمومی می‌کند (مانند پارک) پرداخت می‌کند. آیا مردم تمایلات خود را بیان می‌کنند؟ از آنجا که مقدار مصرف هر متقاضی از کالای عمومی، باعث کاهش مقدار موجود برای دیگری نخواهد شد، لذا متقاضیان ارجحیت‌های واقعی‌شان را در مورد کالای عمومی آشکار نمی‌کنند. در حقیقت، از آنجا که مستثنی کردن افراد از مصرف کالاها و خدمات عمومی ناممکن است و یا هزینه‌گزافی به همراه دارد، لذا مصرف‌کننده با نشان ندادن میزان مصرف واقعی‌اش از کالای مذکور، حداکثر استفاده را می‌کند، بدون اینکه پرداخت مناسبی برای آن انجام دهد.

شهرداری‌ها برای تأمین مخارج خود، هم باید از منابع مالی داخلی و هم منابع مالی دولت بهره‌مند شوند؛ ولی با بزرگ‌تر شدن اندازه شهر، سهم کمک‌های دولت می‌تواند کاهش یابد.

ج - انتخاب کالا و خدمات عمومی در یک شهر، از طریق نظریه تیبوت [۵]:

اقتصاددانان شهری براساس نظریه تیبوت (۱۹۵۶) در مورد کالاها و خدمات عمومی که به وسیله شهرداری‌ها عرضه می‌شود، پیشنهاد می‌کنند که اگر مخارج و درآمد شهرداری‌های شهرهای مختلف با هم فرق داشته باشد، افراد شهری را برمی‌گزینند که الگوی اولویت‌های‌شان در مورد کالاها و خدمات عمومی با آن شهر خاص تطابق کند. به عبارتی دیگر، افراد با تصمیم‌گیری در مورد ماندن یا مهاجرت کردن از شهری، تقاضای خود را برای کالاها و خدمات عمومی عرضه شده در آن شهر آشکار می‌سازند. اگر هزینه‌های شهرداری هر شهر به وسیله ساکنان آن شهر تأمین شود، آن گاه هر فرد، شهری را انتخاب خواهد کرد که کالاها و خدمات عمومی عرضه شده در آن تطابق با سلیقه و توان مالی‌اش داشته باشد. در این صورت احتمال اینکه هر شهروندی بتواند شهری ایده‌آل و متناسب با توان مالی و خواسته‌های خود انتخاب کند، بیشتر خواهد بود. همچنین احتمال اینکه افرادی که درون شهری خاص زندگی می‌کنند، دارای سلیقه مشابهی در مورد کالاها و خدمات عمومی باشند، بیشتر می‌شود. این موضوع مسئله تعیین مقدار و ترکیب مخارج کالاها و خدمات عمومی محلی را آسان‌تر می‌سازد.

مدیریت مالی شهر

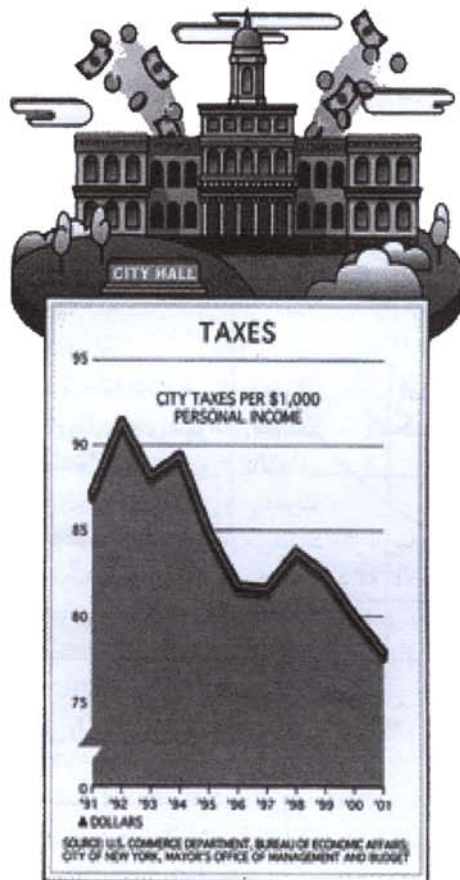
وجود خصلت کالاها و خدمات عمومی در مورد بسیاری از کالاها و خدمات ارائه شده به وسیله شهرداری‌ها، و از طرف دیگر توجه به این نکته که منافع ناشی از ارائه خدمات شهری هر شهر مورد استفاده شهروندان آن شهر است، حکم می‌کند که هزینه‌های هر شهر را ساکنان همان شهر بپردازند؛ و در صورتی که قسمتی از هزینه‌های هر شهر به وسیله منابع مالی دولت تأمین شود، بدین معنی است که ساکنان روستاها و شهرهای دیگر که از خدمات شهری این شهر استفاده نمی‌کنند، بار مالی خدمات شهری این شهر را تحمل می‌کنند. از طرف دیگر، درآمد ساکنان بسیاری از شهرهای کوچک و میانه به دلیل نداشتن فعالیت‌های اقتصادی پایه محدود است و اینان امکانات محدودی برای پرداخت هزینه‌های شهری خود را دارند. عدم کمک مالی دولت مرکزی به شهرداری‌های این شهرها برای ارائه خدمات مناسب شهری، موجب اختلاف شدیدی بین شهرهای بزرگ و این شهرها از نظر تنوع کیفیت و کمیت خدمات شهری می‌شود.

در سال‌های ۱۹۹۱ و ۱۹۹۲ حدود ۲۸ درصد منابع درآمد شهرداری‌های امریکا از طریق دولت مرکزی تأمین شده است.

این امر در نهایت بر روی مسئله توزیع جمعیت در شهرهای مختلف تأثیر منفی خواهد گذاشت. بنابراین با توجه به موارد پیش گفته، می‌توان چنین نتیجه گرفت که شهرداری‌ها برای تأمین مخارج خود، هم باید از منابع مالی داخلی و هم منابع مالی دولت بهره‌مند شوند؛ ولی با بزرگ‌تر شدن اندازه شهر، سهم کمک‌های دولت می‌تواند کاهش یابد.

با توجه به مطالب ارائه شده در قسمت دوم این مقاله، کالاها و خدمات ارائه شده به وسیله شهرداری‌ها را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: کالاها و خدمات عمومی که - با توجه به خصلت آنها - نمی‌توان برای آنها قیمت‌گذاری کرد (مانند پارک و جمع‌آوری زباله و نظافت شهر)؛ و کالاها و خدماتی که می‌توان هزینه (با قیمت) آن را از مصرف‌کننده دریافت کرد (مانند استفاده از محدوده طرح ترافیک، یا استفاده از سیستم حمل‌ونقل عمومی).

مدیریت مالی شهر برای ارائه کالا و خدماتی که می‌توان هزینه و یا قیمت آن را از مصرف‌کننده دریافت کرد، بستگی به اهداف سازمانی دولت محلی (شهرداری) در ارائه این نوع کالاها دارد. همان‌طور که در قسمت دوم این مقاله نشان داده شده است، شهرداری در عرصه این نوع کالاها قدرت انحصارگر را دارد، و می‌تواند قیمت را در هر نقطه‌ای تعیین کند. اگر شهرداری قیمت را در نقطه CI (در نمودار ۱) تعیین کند، آن گاه میزان بهینه عرضه کالا را انتخاب کرده است.



(مقدار Q1) و کل هزینه را از مصرف کننده می گیرد. حال اگر قیمت تعیین شده (CI) از توان مالی مصرف کننده خارج باشد (مانند قیمت ۱۰۰۰ ریال برای بلیت اتوبوس در شهر تهران در سال ۱۳۸۲)، آن گاه شهرداری بایستی قیمت کالا را در سطحی پایین تر از CI (به عنوان مثال، در قیمت C3) تعیین کند. در این صورت پرداخت سوپسیدی معادل به ازای واحد مصرف از کالا یا خدمات مذکور به وسیله دولت محلی ضرورت می یابد. مدیریت مالی شهرداری برای عرضه این نوع کالاها در چنین وضعیتی حکم می کند که سیاست های کاهش هزینه آنها را (به عنوان مثال، از طریق واگذاری قسمتی از فعالیت ها به بخش خصوصی) و یا تعیین قیمت های تبعیضی (در صورت امکان) برای اقشار اجتماعی با درآمدهای مختلف اتخاذ کند. اجرای هر یک از این دو سیاست - و یا ترکیبی از هر دو - می تواند میزان سوپسید ارائه شده را کاهش دهد و یا حتی از نظر مالی عرضه کالا و خدمات مذکور را خودکفا کند.

بسیاری از خدمات ارائه شده به وسیله شهرداری ها خاصیت کامل کالای عمومی را دارند و امکان تعیین قیمت و دریافت آن از مصرف کننده وجود ندارد (مانند پارک ها، خیابان ها، جمع آوری زباله، نظافت شهری و جز آن). از نظر اقتصادی، مناسب ترین روش برای تأمین هزینه های این نوع کالا و خدمات، وضع مالیات بر شهروندان هر شهر است. معمولاً دو روش برای گرفتن مالیات از شهروندان وجود دارد:

روش اول موسوم به مالیات سرانه [۶] است، که براساس این روش هر یک از شهروندان سالیانه مالیاتی برای جبران

هزینه های شهر پرداخت می کنند. اشکال عمده این روش گرفتن مالیات یکسان از کلیه افراد ساکن شهر، بدون توجه به درآمد آنهاست. زیرا تشخیص درآمد افراد (از نظر کاربردی) مشکل است. بدین ترتیب در این روش کلیه اقشار اجتماعی

مدیریت مالی شهر متکی به دو اصل مهم اهداف سازمان شهر در ارائه خدمات و کالاهای عمومی و تشخیص میزان و نوع خدمات و کالاهای عمومی عرضه شدنی برای ساکنان شهر است.

ساکن شهر مالیات یکسانی برای جبران هزینه های شهر پرداخت می کنند، در حالی که از خدمات عمومی شهر به یک سان استفاده نمی کنند.

روش دوم، گرفتن مالیات محلی از روی ملک مسکونی [۷] است. فردی که در خانه ارزان تر زندگی می کند، مالیات کمتری برای خدمات شهری می پردازد. در این روش مردم با تقاضایی که برای نوع واحد مسکونی خود می کنند، در واقع تقاضای خود را برای میزان خدمات شهری هم نشان می دهند. در این روش با توجه به قیمت ملک در بازار، میزان مالیات هر واحد مسکونی تعیین می شود. اگر شهر مورد نظر کوچک باشد، تعیین مالیات بر روی ملک چندان اثری بر روی قیمت ملک سایر شهرها ندارد. ولی اگر شهر بزرگ باشد، آن گاه تعیین مالیات بر روی املاک و تغییر در قیمت ملک، احتمالاً بر روی قیمت املاک شهرهای همجوار تأثیر خواهد داشت. به عنوان مثال، افزایش مالیات بر روی املاک شهر تهران (تحت عنوان عوارض نوسازی) اگر به گونه ای باشد که جبران تمام هزینه های شهرداری تهران را بکند، آن وقت به طور قطع قیمت املاک شهرهای همجوار افزایش خواهد یافت.

علاوه بر مالیات بر روی املاک، دو نوع دیگر مالیات شهری برای جبران هزینه‌های شهری وجود دارد: اول مالیات بر فروش کالاهای خرده فروشی است، که با توجه به حساسیت قیمتی تقاضا و عرضه برای هر کالا، قسمتی از آن را خریدار می‌پردازد و قسمت دیگر را فروشنده کالا. نوع دوم مالیات محلی عبارت است از مالیات بر روی مشاغل (یا مالیات بر درآمد مشاغل) که سالیانه از کلیه واحدهای صنفی با توجه به نوع فعالیت و مکان استقرار آنها در سطح شهر دریافت می‌گردد.

دولت مرکزی در تأمین قسمتی از هزینه‌های شهر نقش مهمی دارد؛ زیرا اولاً در بعضی از شهرها با توجه به توان مالی اقشار اجتماعی ساکن در آن شهر، وضع انواع مالیات و دریافت هزینه خدمات و کالاهای شهری امکان‌پذیر نیست. از طرف دیگر، در بعضی از شهرها پروژه‌هایی اجرا می‌شود و یا فعالیت‌هایی وجود دارد که دارای کاربرد و مقیاس ملی است. وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها و ادارات دولتی اند که عملکرد ملی دارند، ولی از خدمات شهر تهران استفاده می‌کنند. آیا هزینه کلیه خدمات شهری آنها را می‌بایست خانوارهای ساکن در شهر تهران تأمین کنند؟ کشور آمریکا در مقایسه با سایر کشورها تا حد بسیار زیادی متکی به سازوکار بازار آزاد است. به رغم این مسئله در دهه ۹۰ میلادی حدود ۱۶ درصد درآمد شهرداری‌ها را دولت مرکزی آمریکا پرداخت کرده است. در سال‌های ۱۹۹۱ و ۱۹۹۲ حدود ۲۸ درصد منابع درآمد شهرداری‌های آمریکا از طریق دولت مرکزی تأمین شده است. (O Sullivan و ۲۰۰۰ و ۴۴۰)

دولت مرکزی در تأمین هزینه‌های شهرداری‌ها به سه طریق می‌تواند کمک کند. اول، وام و کمک بدون شرط به شهرداری هر شهر است. این روش در مورد شهرهای کوچک و میانه، که اقشار اجتماعی آن به هیچ وجه امکان تأمین

دولت مرکزی در تأمین هزینه‌های شهرداری‌ها به سه طریق می‌تواند کمک کند: اول، وام و کمک بدون شرط؛ دوم وام شرطی برای انجام پروژه خاص؛ سوم کمک یا وام دولت مرکزی به نسبت ثابتی از مخارج شهرداری بر روی عرضه یک خدمت و کالای عمومی خاص.

هزینه‌های شهر را ندارند، به کار گرفته می‌شود. دوم وام شرطی است، که پرداخت کمک و وام به میزان ثابت و مشخصی برای انجام پروژه خاص در شهر است. سوم کمک یا وام دولت مرکزی به نسبت ثابتی از مخارج شهرداری [۸]، در این روش دولت مرکزی برای هر ریال هزینه کردن شهرداری بر روی عرضه یک خدمت و کالای عمومی خاص، میزان X درصد آن را پرداخت می‌کند. در این روش به دو صورت عمل می‌شود: اول اینکه به هر میزانی (بدون حد مشخصی) هر چقدر دولت محلی هزینه کرده است، دولت مرکزی X درصد آن را پرداخت می‌کند. حالت دوم اینکه تا یک حد مشخصی از مخارج، دولت مرکزی X درصد آن را پرداخت می‌کند.

نتیجه‌گیری

مدیریت مالی شهر متکی به دو اصل مهم اهداف سازمان شهر در ارائه خدمات و کالاهای عمومی و تشخیص میزان و نوع خدمات و کالاهای عمومی عرضه شدنی برای ساکنان شهر است.

ترکیب بهینه منابع مالی شهرداری‌ها برای تأمین هزینه‌های شهر با توجه به اهداف سازمان شهر، مجموعه‌ای است از فروش کالا و خدمات شهری، انواع مالیات و عوارض و کمک‌های مالی دولت مرکزی. شهرداری‌های آمریکا در سال‌های ۱۹۹۱ و ۱۹۹۲، حدود ۲۸ درصد منابع درآمدی خود را از کمک دولت مرکزی، ۴۴ درصد انواع مالیات محلی، ۲۸ درصد انواع عوارض مستقیم و فروش خدمات تأمین کرده‌اند (O Sullivan و ۲۰۰۰ و ۴۵۱). این در حالی است که شهرداری شهر تهران تقریباً در همان سال‌ها (۱۳۷۱ و ۱۳۷۲)، حدود ۹ درصد منابع درآمدی خود را از طریق کمک مالی و هدایا، ۲۲ درصد از طریق فروش خدمات و عوارض (شامل عوارض نوسازی) و ۶۹ درصد از بخش زمین و ساختمان (فروش تراکم ساختمانی، پروانه‌های ساختمانی، ماده ۱۰۰ و جز آن) تأمین کرده است. [۹]

منابع:

۱- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، «نماگرهای اقتصادی، انبار بررسی‌های اقتصادی، شماره ۲۴، سه ماهه اول ۱۳۸۰».

۲- مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهر تهران، «شناخت منابع موجود در نقد، معاونت هم‌انگهی و برنامه‌ریزی شهرداری تهران، اردیبهشت ۱۳۷۵».

۳- مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهر تهران، «سرانه بودجه شهرداری‌های کشور - سال ۱۳۷۸»، وزارت کشور، معاونت هم‌انگهی امور عمرانی، گروه خدمات رایانه‌ای، ۱۳۷۹.

4- Fisher, Ronald C. and Robert W. W. W. Mer: 'Economic Influences on the Structures of Local Government in U.S. Metropolitan Area' *Journal of Urban Economics*, 43(1998) pp. 444-470

5- Musgrave Richard A., Peggy B. Musgrave, *Public Finance In Theory and Practice*, New York, Mc. Graw-Hill, 1980.

6- Sullivan, O. *Urban Economics*, Irwin, Mc. Graw-Hill, 2000.

7- Tiebout, Charles: 'A Pure Theory of Local Expenditures' *Journal of Political Economy*, 64, 1956, pp. 416-24.

8- Walzer, Norman: 'Economics of Scale and Municipal Services: The Illinois Experience' *Review of Economics and Statistics*, 54, 1992, pp. 431-380.

9- Zodrow, George: *The Tiebout Model After 25 years*, New York, Academic Press, 1983.

پانوش:

۱- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، «نماگرهای اقتصادی»، انبار بررسی‌های اقتصادی، شماره ۲۴، سه ماهه اول سال ۱۳۸۰».

2- Musgrave

3- *Internal Economics of Scale*.

4- *External Economics and Diseconomics*.

5- نظریه Tiebout به نظریه 'Voting by Feet'.

6- Head Tax.

7- Residential Property Tax.

8- Matching Grant.

۹- مرکز مطالعات برنامه‌ریزی شهری تهران، «شناخت منابع موجود در نقد، معاونت هم‌انگهی و برنامه‌ریزی شهرداری تهران، اردیبهشت ۷۵».