

## تلنگر و سیاست‌های مبتنی بر رفتار، ابزاری توانمند در کاهش مطالبات بانکی

سیداحمد ابراهیمی

دانشجوی دکتری اقتصاد گرایش پولی دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

ahmadebrahimi@semnan.ac.ir

علیرضا عرفانی

استاد گروه اقتصاد دانشگاه سمنان، سمنان، ایران (نویسنده مسئول)

aerfani@semnan.ac.ir

مجید اسحاقی

استاد گروه ریاضی دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

meshaghi@semnan.ac.ir

قلب تپنده بانکداری در واسطه گری مالی و چرخاندن مستمر جریان تسهیلات-سپرده-تسهیلات است. مطالبات غیرجاری، به دلیل قفل کردن تسهیلات بانک‌ها در فرایندی خارج از این چرخه، عملاً بخشی از دارایی‌های بانک‌ها را از مدیریت اعتباری آن‌ها خارج و توان اعتبار دهنی شان را کاهش می‌دهند؛ از طرفی استفاده از تکیک‌های اجرایی سخت‌گیرانه وصول مطالبات همچون اخذ جرائم موجب به وجود آمدن درجه بالای از بی‌اعتمادی مردم به سیستم بانکی گردیده است. پژوهش حاضر باهدف بهره‌مندی از ابزارهای اقتصاد رفتاری در بانک‌ها برای وصول مطالبات صورت گرفته است. پژوهش از نوع کیفی و آزمایشگاهی بوده که در بخش کیفی داده‌ها با استفاده از مصاجبه نیمه‌ساختاری یافته گردآوری شده و با تحلیل تم مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی برای وصول مطالبات بانک‌ها شناسایی شده است. یافته‌های پژوهش ضمن تأکید بر بهره‌مندی از ابزارهای اقتصاد رفتاری در جهت وصول مطالبات بانکی نشان می‌دهد می‌توان از ابزارهای تلنگر که شامل نه مفهوم اصلی: یادآورنده‌ها، مشوق‌ها، هنجارها، پیش‌فرض، بر جستگی، زمینه‌سازی ذهنی، تحریک هیجانات، اخذ تمهدات و ایجاد عزت‌نفس است به منظور وصول مطالبات بانک بهره برد. نتایج آزمایش صورت گرفته در ۲۰۰ پرونده تسهیلاتی حاکی از آن است که در صورتی که صرفاً بر اساس تماس تلفنی و بدون بهره‌مندی از تلنگر به پیگیری مطالبات پرداخته شود، ۲۰ درصد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت؛ اما اگر علاوه بر تماس تلفنی در وصول مطالبات از تلنگر نیز استفاده شود، ۳۰ درصد تعداد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت. بنابراین با بهره‌مندی از تلنگرها، پیش‌بینی می‌گردد، ۱۰ درصد تعداد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت.

طبقه‌بندی JEL: D90, D91, E70, G40

واژگان کلیدی: اقتصاد رفتاری، اقتصاد آزمایشگاهی، تغییر رفتار، معوقات بانکی

## ۱. مقدمه

در اقتصاد متعارف (نوکلاسیک) فرض می‌شود که انسان‌ها «عقلانیت کامل»، «خویشن‌داری کامل» و «منفعت‌طلبی کامل» دارند؛ بنابراین، نیازی به مداخله خطمسی گذاران توسط هیچ کس دیگری در کار آن‌ها نیست. چنین تصویری از انسان‌ها که تالر<sup>۱</sup> (برنده نوبل سال ۲۰۱۷) به اختصار «انسان‌های اقتصادی» (ربات‌ها، اسپرک‌ها) می‌نامد، محور همه نظریه‌ها و مدل‌های «اقتصاد متعارف» است. نتایج آزمایش‌ها اقتصادی<sup>۲</sup> صورت گرفته حاکی از آن است که بسیاری از رفتارهای انسان‌های عادی (سیندلرلاها، سیمپسون‌ها) با نظریه‌ها و مدل‌های «اقتصاد متعارف» مطابقت ندارد و رفتارهای خارج از قاعده<sup>۳</sup> استنبط گردیده است، وجود چنین رفتارهایی در اقتصاد متعارف منجر به ظهور اقتصاد رفتاری گردید. تمایز مهم و بنیادین تحلیل‌های اقتصاد رفتاری با رویکرد اقتصاد متعارف در این است که اقتصاد رفتاری بر نقطه کانونی علم اقتصاد متعارف، یعنی «عقلانیت» انگشت می‌گذارد و باور دارد که اقتصاد متعارف الزاماً عقلانی نیست (آلتمن<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲) به عقیده تالر اقتصاد رفتاری تلفیق شیرین و دلچسبی از روان‌شناسی و اقتصاد درباره فرایند انتخاب و تصمیم‌گیری انسان‌ها است (تالر، ۲۰۱۶:۱۹).

مردم به شکل افراطی به بانک‌هایشان وفادار هستند. آیا آن‌ها فراتر از باورشان، عاشق این بانک‌ها بوده و به آن‌ها اعتماد دارند؟ خیر. آن‌ها همواره در مورد اینکه بانک‌ها چقدر با آن‌ها بدرفتاری می‌کنند و تجاربشان از بانک‌ها چقدر دردناک است، شکایت و ناله می‌کنند اما همچنان وفادار هستند. این چیزی است که باعقل و منطق سازگاری ندارد (دونتابلامستروم<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸:۱۱۰). در بررسی رفتار گیرنده‌گان تسهیلات بانکی برخی از کج رفتاری‌ها استنبط گردیده است، اینکه چرا تسهیلات گیرنده‌گان مطالبات خود را به موقع پرداخت نمی‌کنند؟ چرا برخی از مشتریان با توان

1. Thaler
2. Experimental Economics
3. Anomalies
4. Altman
5. Duena Blomstrom

مالی خوب همچنان در پرداخت قسط تأخیر می‌کنند؟ چرا با وجود جریمه تأخیر مشتریان مطالبات خود را پرداخت نمی‌کنند؟ چرا سیاست‌های بانک‌ها جهت کاهش مطالبات فاقد کارایی لازم است و این سیاست‌ها نه تنها منجر به کاهش مطالبات نشده است بلکه نتیجه عکس داشته و شاهد افزایش مطالبات غیر جاری گردیده است؟ آینده‌ی نظام بانکداری کشور و جلوگیری از ورشکستگی بانک‌ها شدیداً تحت تأثیر روند مطالبات غیر جاری است و سیستم بانکی ایران به دلیل وجود عوامل مؤثر بروزنزا، نبود انگیزه‌ی درونی و جبر فضای اقتصادی به تنهایی قادر به حل این مشکل نیست. در تیرماه ۱۴۰۱، میزان مطالبات غیر جاری بانک‌ها به حدود ۳۷۳ هزار میلیارد تومان رسیده است، (آمارهای پولی و بانکی تیرماه ۱۴۰۱) افزایش نگران‌کننده مقدار مطالبات غیر جاری شبکه بانکی کشور طی سال‌های اخیر به یکی از گردهای کور اقتصاد ایران تبدیل شده است، سیاست‌های وصول مطالبات عمده‌ای برافزایشجرائم تمرکز داشته است و منجر شده که برای مردم عذاب‌آور و پرتش باشد، این در حالی است که بسیاری از بدھکاران از طریق ملاحظات پولی برانگیخته نمی‌شوند بنابراین استفاده از تکنیک‌های اجرایی سخت‌گیرانه وصول مطالبات موجب درجه بالایی از بیکانگی با دولت خواهد شده که اثر منفی بر اعتماد مردم به سیستم بانکی خواهد داشت، اعتماد<sup>۱</sup> برای رشد و توسعه اقتصادی در صنعت بانکداری بسیار مهم است (یوسف زایی<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۵؛ موکرجی و نات<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳؛ کشاورانی و بیش<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲) و عدم اعتماد در بحران‌های بانکی ۲۰۰۸ نقش اساسی داشته است، زمانی که اعتماد به ساختار نهادی سیستم مالی بدتر شود، کل اقتصاد در معرض خطر است (بالیل<sup>۵</sup>، ۲۰۱۳). اعتماد و فرصت‌طلبی گرایش‌های بین فردی هستند که ثبات و ریسک صنعت مالی را تعریف می‌کنند (دالسترو<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۸). بنابراین مطالبات نظام بانکی، یکی از معضلاتی است که گریبانگیر این نظام است که ادامه

- 
1. Trust
  2. Yousafzai
  3. Mukherjee and Nath
  4. Kesharwani and Bisht
  5. Bulbul
  6. Dahlstrom

این روند، خطرهای جدی برای نظام بانکی کشور و کل اقتصاد ایران خواهد داشت. هدف پژوهش حاضر در مرحله نخست در صدد معرفی اقتصاد رفتاری و کاربردهای آن در جهت وصول مطالبات بانک است. در مرحله بعدی سعی شده است با استفاده از تلنگرها<sup>۱</sup> که ابزار کارآمد در حوزه اقتصاد رفتاری است راه کارهای بهره‌مندی از این ابزار، در جهت کاوش مطالبات بانک‌ها ارائه گردد. در معماری انتخاب، تلنگر یک محرك ملائم است که بر رفتار افراد به روی قابل پیش‌بینی تأثیر می‌گذارد، بدون اینکه مانع پیشرفت جایگزین‌های احتمالی شود (لیال<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۲). در سال‌های اخیر، هم مؤسسات خصوصی و هم سازمان‌های دولتی نشان داده‌اند که به استفاده از تلنگرها بسیار علاقه‌مند و مشتاق هستند، در اکثر کشورهای توسعه‌یافته یک سازمان تعریف گردیده و وظیفه آن انجام تلنگرها در حوزه‌های مختلف است، انگلیس در سال ۲۰۱۰ گروه بینش رفتاری (BIT)، به عنوان "واحد تلنگر" شناخته شد، سال ۲۰۱۴ در آمریکا گروه علوم اجتماعی و رفتاری کاخ سفید ایالات متحده گروه (SBST) باهدف استفاده از بینش‌های علوم اجتماعی و رفتاری برای سیاست‌گذاری به نفع مردم آمریکا تأسیس شد. در سال ۲۰۱۵، گروه اقتصاد رفتاری دولت استرالیا (BETA) "واحد تلنگر" باهدف استفاده از اقتصاد رفتاری برای بهبود نتایج سیاست تأسیس شد. در بیش از ۵۰ کشور دنیا واحد مستقل تلنگر در ساختار دولت وجود دارد. اثر گذاری اقتصاد رفتاری بر سیاست‌گذاری، گواهی بر رشد روزافزون اقتصاد رفتاری است. با توجه به اینکه در ادبیات اقتصاد پولی مفاهیم و محتوای اقتصاد رفتاری و کاربردهای آن در نظام بانکی تاکنون مغفول مانده است در این پژوهش برای اولین بار سعی شده است از ابزارهای موجود در این مفهوم با عنوان تلنگرها در نظام بانکداری باهدف کاوش وصول مطالبات استفاده گردد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای پر کردن شکاف موجود در ادبیات اقتصاد رفتاری و درک بهتر مفاهیم تلنگر در سیاست‌گذاری پولی مفید باشد. از طرف دیگر امروزه بانک‌ها

۱. Nudge؛ بیشگون، ترغیب

2. Leal

3. Behavioral Insights Team

هزینه‌های زیادی را جهت وصول مطالبات بانکی متحمل می‌شوند این در حالی است که با بهره-مندی از تلنگرها می‌توانند، با هزینه کمتری اقدام به وصول مطالبات نمایند. بسیار مطالعه در حوزه اقتصاد رفتاری به ویژه ادغام آن با صنعت بانکداری به درک پژوهشگران و سیاست‌گذاران بانکی از پدیده‌های دنیای واقعی کمک شایانی خواهد کرد و در پیشروی آن‌ها به سوی بهره‌گیری مرزهای دانش تأثیرگذار خواهد بود.

در مقاله حاضر، تلاش شده است که در جهت وصول مطالبات بانکی از ابزارهای اقتصاد رفتاری استفاده نمود. ساختار مطالعه به شرح ذیل است: در بخش دوم مبانی نظری و پیشینه تجربی ارائه شده و در بخش سوم به روش تحقیق پرداخته می‌شود و در بخش چهارم به بحث در خصوص تجزیه و تحلیل نتایج پرداخته می‌شود و در بخش پایانی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها ارائه می‌شود.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### مروری بر ادبیات نظری

اقتصاد رفتاری تاریخچه پر فراز و نشیب دارد و سخت است که بگوییم اقتصاد رفتاری از چه زمانی آغاز گشته است. آدام اسمیت در کتاب «نظریه عواطف اخلاقی»<sup>۱</sup> که در سال ۱۷۵۹ انتشار یافت، توضیح می‌دهد که مردم تنها به دنبال منافع شخصی خود نیستند، بلکه به طور طبیعی با دیگران احساس همدردی می‌کنند و همچنین تمايل ذاتی به فضایل اخلاقی دارند (به نقل از ادوارد کارتراйт<sup>۲</sup>). در سال ۱۹۰۲ نیز گابریل تاردی<sup>۳</sup> کتاب روان‌شناسی اقتصاد<sup>۴</sup> را به چاپ رسانده است، کلارک ۱۹۱۸ معتقد است که ممکن است اقتصاددانان بکوشند تا روان‌شناسی را نادیده بگیرند اما غیرممکن خواهد بود که آن‌ها طبیعت انسان را در نظر نگیرند. در سال ۱۹۴۹ نظریه درآمدی نسبی<sup>۵</sup> توسط جیمز دوزنبری<sup>۶</sup> ارائه شد، بر اساس این نظریه رفتار مصرفی افراد با

- 
1. The theory of moral sentiments
  2. Edward cartwright
  3. Gabriel Tarde
  4. EconomicPsychology
  5. Relative Income Hypothesis

یکدیگر ارتباط داشته و مستقل از هم نیست و اثر تظاهری<sup>۱</sup> و چرخ دهنده<sup>۲</sup> را معرفی می‌کند، مک کورمیک<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) در مقاله «دوزنبری یک متخصص اقتصاد رفتاری» به بررسی نظریات دوزنبری و ارتباط آن با اقتصاد رفتاری پرداخته است. به طور کلی تا قبل از سال ۱۹۵۰ مطالعات پراکنده‌ای در ارتباط بین روان‌شناسی و اقتصاد صورت گرفته است، عمدۀ مطالعات صورت گرفته در باب اقتصاد رفتاری به عنوان شاخه‌ای از علم اقتصاد مربوط به بعد از سال ۱۹۵۰ است. بررسی‌ها نشان می‌دهد جرج کاتونا<sup>۴</sup> اولین شخصی بود که در سال ۱۹۵۱ از عنوان اقتصاد رفتاری استفاده کرد. کاتونا بیشتر تمایل به مباحث روان‌شناسی و کاربرد روش پیمایشی داشت و در سال ۱۹۵۱ مقاله‌ای با عنوان «تحلیل روان‌شناسان رفتارهای اقتصادی» به چاپ رساند. از طرفی شاید بی‌راه نباشد اگر بگوییم شهودی که نظریه بازی‌ها و استفاده از تجارت آزمایشگاهی در تحلیل‌های اقتصادی به علم اقتصاد بخشید بسیار در تغییر نگرش اقتصاددانان مؤثر بود و همین امر نیز بیش از هر چیزی در شکل گیری اقتصاد رفتاری مؤثر بوده است چراکه گسترش این موضوعات به این معنا بود که توسعه مدل استاندارد اقتصادی، نیازمند استفاده از روان‌شناسی و بهره‌گیری از آزمایش‌های توسعه متعارف در این زمینه به نوعی بنست رسانیده بود و حال فضای برای شاخه‌هایی همچون اقتصاد رفتاری بیش از پیش باز بود. از پیشگامان این حوزه می‌توان به ورنون اسمیت<sup>۵</sup> و رینهارد سلتین<sup>۶</sup> اشاره نمود که هر دو آن‌ها جز برنده‌گان نوبل اقتصاد می‌باشند. اسمیت<sup>۷</sup> از تجارت آزمایشگاهی برای تحلیل نتایج اقتصاد استفاده کرد و عرصه اقتصاد آزمایشگاهی را به وجود آورد و سلتین<sup>۸</sup> با تحلیل‌های خود درباره نظریه بازی‌های غیرهمکارانه توانسته در شکل گیری اقتصاد

1. Duesenberry

2. Demonstration Effect

3. Ratchet effect

4. Ken McCormick

5. George Katona

6. Vernon Lomax Smith

7. Reinhard Seltin

8. <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2002/summary/>

9. <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1994/press-release/>

رفتاری نقش آفرینی کند. از طرفی مطالعات داشمندانی همچون هریت سایمون<sup>۱</sup>، دانیل کامن و آموس تورسکی<sup>۲</sup> در شکل‌گیری اقتصاد رفتاری بسیار مؤثر بوده است. سایمون با مخالفت با دیدگاه میلتون فریدمن در خصوص فروض مدل‌های اقتصادی مفهوم تشابه افراد با انسان اقتصادی را زیر سؤال برد. فریدمن معتقد بود، چنانچه نظریه‌ای بتواند خوب پیش‌بینی کند به اندازه کافی واقع‌گرایانه است و مدعی است که نظریات را نمی‌توان با مقایسه مستقیم فرض‌های آن با واقعیت آزمون کرد (فریدمن، <sup>۳</sup>۱۹۵۳). اما سایمون معتقد است، فروض اگر غیرواقعی باشد نتایج گمراه‌کننده‌ای به دست خواهد آمد. سایمون در مطالعات خود در خصوص نحوه رفتار یک انسان منطقی، به اطلاعات و ظرفیت موجود محاسباتی انسان‌ها توجه داشته و واژه «عقلانیت محدود» ابداع کرد (سایمون، ۱۹۷۸) و به دلیل کمک‌های پیشگامانه‌اش به اقتصاد رفتاری، موفق به دریافت جایزه نوبل سال ۱۹۷۸ شد. دنیل کامن و آموس تورسکی مقاله «نظریه چشم‌انداز: تجزیه و تحلیلی در مورد تصمیم تحت ریسک» در سال ۱۹۷۹ به چاپ رساندند، این مقاله بر نظریه مطلوبیت انتظاری<sup>۴</sup> نقدی اساسی وارد کرده است (کامن و آموس تورسکی، ۱۹۷۹) هرچند قبل از آنکه ستر<sup>۵</sup> (۱۹۷۱) مدعی بود مطلوبیت تابعی از ویژگی‌های کالاهاست و گری بکر<sup>۶</sup> (۱۹۷۴) نیز مدعی بود که روابط درون‌خانواده‌ای، رفتار خیریه‌ای<sup>۷</sup>، کالاهای ایدئال<sup>۸</sup> و نفرت و دشمنی<sup>۹</sup> بر مطلوبیت فرد اثرگذار است. کامن و تورسکی در آزمایش‌های خود نشان دادند که مردم در مقایسه پیامدهای نتایج احتمالی با پیامدهای نتایجی که با اطمینان حاصل می‌شوند، وزن کمتری به پیامدهایی می‌دهند که احتمالی هستند. این تمایل به وزن دهنی کمتر به پیامدهای احتمالی، «اثر قطعیت»<sup>۱۰</sup> نام

1. Simon

2. Daniel Kahneman & Amos Tversky

3. Friedman

4. Expected utility

5. Lancaster

6. Gary Becker

7. charitable behavior

8. merit goods

9. envy and hatred

10. certainty effect

دارد. مضاف بر این، اثر انزوا<sup>۱</sup> موجب می‌شود زمانی که یک انتخاب یکسان، به شیوه‌های گوناگون مطرح شود، افراد ترجیحات ناسازگار داشته باشند. از دیگر پژوهش‌های کامن و تورسکی می‌توان به «روانشناسی پیش‌بینی» و «روانشناسی رجحان‌ها» اشاره کرد (کامن و تورسکی، ۱۹۷۳، ۱۹۸۲). کامن به خاطر «وارد کردن بینش‌های حاصل از تحقیقات روانشناسی به علم اقتصاد به خصوص در حوزه تصمیم‌گیری و قضاوت‌های انسان در شرایط عدم اطمینان» جایزه نوبل اقتصاد ۲۰۰۲ را برنده شدند. ریچارد تالر در زمرة افرادی است که اقداماتش سبب شده که اقتصاد رفتاری را از یک شاخه حاشیه‌ای و حتی بحث برانگیز و موردشک، به یکی از مباحث اصلی علم اقتصاد بدل شود. کتاب کچ رفتاری او، تاریخچه شکل‌گیری اقتصاد رفتاری و چرایی آن‌همه مقاومت و ایستادگی در برابر آن را به شرح شیرین و طنزآمیز ارائه می‌دهد (تالر، ۲۰۱۶). تحقیقات او پلی میان تجزیه و تحلیل اقتصادی و تصمیم‌گیری‌های فردی زده است و توانسته است جایزه نوبل سال ۲۰۱۷ دریافت نماید. تالر با بهره‌مندی از نظریه چشم‌انداز مقاله «حسابداری روانی و انتخاب مصرف‌کننده» در سال ۱۹۸۵ به چاپ رساند او معتقد است نظریات اقتصادی به تهایی برای تحلیل رفتار مصرف‌کننده کافی نیست و برای ارزیابی تصمیمات افراد به مفاهیم روان‌شناسی نیاز است. طبق نظریه حسابداری روانی<sup>۲</sup>، انسان‌ها تمايل دارند که تصمیمات مالی خود را از طریق ایجاد حساب‌های جداگانه در ذهن خود ساده‌سازی کنند و تصمیمات فردی خود را به جای در نظر گرفتن کل دارایی، بر اساس تأثیری که این تصمیمات روی هر کدام از این حساب‌های ذهنی می‌گذارند، اتخاذ کنند (تالر، ۱۹۸۵) تالر معتقد است سوگیری وضع موجود<sup>۳</sup> به همراه ترکیبی از زیان‌گریزی<sup>۴</sup> و اثر موہبت<sup>۵</sup>، بر چشم‌انداز اقتصادی افراد تأثیرگذار است و افراد ضرر‌های بالقوه از تغییر وضعیت موجود را بیش از سودهای حاصله از آن بر خود احساس می‌کنند. به عبارت دیگر

- 
1. Isolation effect
  2. Mental accounting
  3. Status Quo Bias
  4. Loss Aversion
  5. Endowment Effect

افراد تمایل دارند در برابر تغییر مقاومت و مخالفت کنند مگر آنکه سود ناشی از آن، از زیان حاصله بیشتر باشد (کامن و همکاران<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱). به اعتقاد تالر، خط فکری «اقتصاد رفتاری» در نه مفهوم ذیل خلاصه می‌شود: «عقلانیت محدود»، «خویشتن داری محدود»، «خود منفعتی محدود»، «میانبرها»، «سوگیری‌ها»، «قیم مابی آزادی خواهان<sup>۲</sup>»، «تلنگر» و «معماری انتخاب» (تالر، ۲۰۱۶). به طور کلی حوزه نظرهور «اقتصاد رفتاری» در بردارنده‌ی این مفهوم است که: انسان‌ها مرتکب کج رفتاری می‌شوند. سه کج رفتاری بزرگ انسان‌ها که در اقتصاد رفتاری موردنظر قرار می‌گیرد، عبارت است از اینکه (۱) انسان‌ها ظرفیت‌های فکری، ذهنی و زمانی محدودی دارند و برای رفع چنین محدودیتی به میانبرها و خودساخته‌های ذهنی متول می‌شوند، (۲) انسان‌ها در برابر وسوسه‌ها خویشتن داری و تحمل ندارند، گزینه‌های حال را به گزینه‌های آینده ترجیح می‌دهند و فاصله امروز تا فردا را بیش از فاصله فردا تا پس‌فردا می‌پندراند؛ و (۳) انسان‌ها به انصاف و مراعات حال دیگران حساسیت نشان می‌دهند و برای مجازات بی‌انصاف‌ها حاضرند از نفع خود بگذرند یا به خود ضرر برسانند (تالر، ۲۰۱۶). لازم به ذکر است علاوه بر موارد مطروحه نویسنده‌گان متعددی در پیدایش اقتصاد رفتاری نقش مهمی داشته‌اند. اقتصاددانی چون جرج آکرلوف (برنده جایزه نوبل ۲۰۰۲)، کون مورفی و رابرт فرانک گام‌های ارزنده‌ای را در آثار خود جهت ارتقای این مکتب برداشته‌اند و می‌توان آنان را حتی از پیشگامان این مکتب به حساب آورد (به نقل از: حسینی، ۱۳۸۳). کامرر و لاوینستین<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) مولیناتان و تالر<sup>۴</sup> (۲۰۰۰) کلارک و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۸)، رابرت چلدینی<sup>۶</sup>، دن آریلی<sup>۷</sup>، دن هیث<sup>۸</sup> و چیپ<sup>۹</sup> و... از دیگر نویسنده‌گان این حوزه می‌باشند.

1. Kahneman, D., Knetsch, J., & Thaler, R.
2. Libertarian paternalism
3. Camerer & Loewenstein
4. Mullainathan & Thaler
5. Andrew E. Clark, Ed Diener, Yannis Georgellis, Richard E. Lucas
6. Robert Cialdoni
7. Dan Ariely
8. Dan Heath
9. Chip Heath

همان‌طور که بیان گردید، انسان‌ها همواره با کج رفتاری‌های مواجه‌اند و اقتصاددانان رفتاری استدلال می‌کنند که برای کمک به مردم در غلبه بر کج رفتاری‌ها، باید با دست‌کاری در محیط انتخاب انسان‌ها (معماری انتخاب) به آن‌ها تلنگر یا سقلمه زد تا تصمیمی به نفع خودشان بگیرند به‌طوری که هیچ‌کس نباید به داشتن انتخاب‌های خاص مجبور شود بلکه باید قالب‌ها و پیش‌فرض‌هایی طراحی شود تا افراد را به داشتن انتخاب‌هایی تشویق کند که به باور کارشناسان به نفع آن‌هاست. به‌طور کلی معماران انتخاب، باید محیط انتخاب را طوری طراحی کنند که در آن مردم از انتخاب محصولات و برخی خدمات خاص دلسوز شوند و به انتخاب‌های دیگری روی بیاورند (تالر و سانستین، ۲۰۰۸). تلنگرها یعنی‌هایی را در قلمرو علوم رفتاری در مورد نحوه تصمیم‌گیری به ارمنان می‌آورند. تلنگرها به این دلیل مؤثر هستند که مبتنی بر اکتشافی هستند (یعنی فرآیندهای ذهنی ساده‌ای که یافتن پاسخ‌های مناسب را آسان‌تر می‌کند)، یا میانبرهای ذهنی و سوگیری‌های شناختی و عاطفی که بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارند (Rosa<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲). نکته‌ای که سیاست‌گذاران را مشعوف اقتصاد رفتاری کرده آن است که عواملی که به‌واسطه آن رفتار افراد تغییر می‌یابد، با کمترین هزینه می‌توانند ایجاد شوند، درواقع، تغییر انگیزه انسان‌های عادی بسیار ارزان‌تر از تغییر انگیزه انسان‌های اقتصادی است. لازم به ذکر است که هرچند این مداخلات باید برای بهبود زندگی مردم و بهینه‌سازی فرایندهای تصمیم‌گیری آن‌ها استفاده گردد، اما در برخی شرایط، تاکتیک‌های علوم رفتاری غیراخلاقی به نظر می‌رسند و برخی از کسب‌وکارها با استفاده از ایده تلنگر سعی در فروش کالاهای نامرغوب کردند تالر به چنین رفتاری غیراخلاقی «لجن»<sup>۲</sup> می‌نامد. بر همین اساس ریچارد تالر و سانستین (۲۰۰۸) سه پیشنهاد، شفافیت در تلنگر، بهبود وضعیت رفاه فرد با اعمال تلنگر و تصمیم‌گیری آسان را جهت کنترل مداخلات اخلاقی مطرح کرده است. عمدهاً تغییر رفتار موضوع بالهیتی است روش‌های تغییر رفتار در علوم مختلف از

1. Rosa  
2. Sludge

<sup>۳</sup>. شاید ترجمه شیطنت برای این واژه مناسب‌تر باشد.

طریق فرهنگ‌سازی، آموزش، تشویق و تنبیه و ... است که خیلی پژوهی‌نیه است اما تغییر رفتار در اقتصاد رفتاری بسیار کم‌هزینه است و با تلنگر می‌توان به راحتی و با کارایی بیشتر تغییر رفتار اتفاق افتد. البته باید توجه داشت که تلنگرها هرگز افراد را مجبور به تصمیم‌گیری نمی‌کند. به طور کلی تلنگرها نه یک قانون است و نه یک الزام بله یک انتخاب است (روسا، ۲۰۲۲). به‌هر حال ملاحظات اخلاقی در تلنگر وجود دارد اما نمی‌توان کاری کرد فقط مردم باید آگاه شوند. به‌طور کلی پیشرفت علم چالش‌های خود را دارد و تیغ دولبه است. در سیستم بانکی مشتری، اصلی‌ترین سرمایه بانک است و این مشتریان به عنوان افراد عادی جامعه با کج رفتاری‌هایی مواجه‌اند و بانک‌ها جهت حفظ مشتریان خود موظف‌اند برای غلبه بر کج رفتاری‌ها به مشتریان خود کمک نمایند. برنامه بانکی به افراد کمک می‌کند الگوهای مخارج خود را تجزیه و تحلیل کنند و آنچه را که می‌توانند کنار بگذارند محاسبه کنند و وجهه مزاد را به‌طور خودکار به حساب پس‌انداز دلخواه خود منتقل کنند. سید‌جوادی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله «رعایت اخلاق در فعالیت‌های بانکی و تأثیر آن بر روابط میان بانک و مشتری» نتیجه می‌گیرد که رعایت اصول اخلاقی از سوی بانک بر متغیرهای اعتماد، تعهد، وفاداری و ارتباط دهان‌به‌دهان اثر معنادار و مثبتی دارند. بانک‌ها باید در مورد انطباق فرآیندها، محصولات، خدمات و حتی استراتژی‌های خود با طرز تفکر طبیعی مشتریان (انسان‌های عادی) فکر کنند و برای هر خدمات با بهره‌مندی از ابزارهای اقتصاد رفتاری تمهیداتی در نظر بگیرد به عنوان نمونه مطالعات اقتصاد رفتاری حاکی از آن است که برخی از عوامل غیرمالی وجود دارد که می‌توان در اعطای وام به وام‌گیرنده به آن‌ها توجه کرد (گوئل و راستوگی، ۲۰۲۱).

1. Goel, A., & Rastogi, S.

## ابزارهای تلنگر

یک معمار انتخاب کسی است که تصمیمات دیگران را قالب‌بندی می‌کند هدف این قسمت ارائه راهکارهایی به معماران انتخاب است که با بهره‌مندی از آن خواهند توانست چارچوب یک تصمیم را به گونه‌ای تغییر دهند تا با کمترین هزینه، مردم تصمیمات بهتری را اتخاذ کنند. در دهه‌های اخیر، چارچوب‌ها و ابزارهای سیاستی مفیدی برای تغییر رفتار، مبتنی بر آموزه‌های اقتصاد و علوم رفتاری پیشنهادشده است، MINDSPACET، NUDGES، EAST و E6 از نمونه‌های این ابزارهای است که در ادامه به صورت کلی به تشریح آن پرداخته می‌شود.

جدول (۱) شش اصل معماری خوب انتخاب را که تالر و سانستین پیشنهاد داده‌اند، نشان می‌دهد. ایده این اصول آن است که انگیزه‌های افراد را در مواردی که تلنگرها به کار می‌آیند، معرفی کنند.

جدول ۱. اصول معماری خوب انتخاب NUDGES

اصول	توضیح اجمالی
iNcentives	انگیزش‌ها افراد تنها در صورتی به انگیزش‌هایی مانند قیمت و هزینه پاسخ می‌دهند که چشم‌گیر باشند.
Understand mapping	درک نقشه‌برداری از انتخاب‌ها (ارتقاء اطلاعات) افراد نیازمند نقشه‌هایی هستند که انتخاب‌هایشان را به نتایج آن‌ها ارتباط دهند.
Defaults	پیش‌فرض‌ها پیش‌فرض‌ها به دلیل تورش حال و بار اضافی انتخاب از اهمیت به سزانی برخوردارند. پس با دقت به آن‌ها بیندیشید.
Give feedback	گرفتن بازخورد (خلق تجربه) افراد یاد می‌گیرند. پس زمانی که کارها به خوبی با به بدی پیش می‌رود، به آن‌ها بازخور بده
Expect error	انتظار ارتکاب خطأ افراد اشتباه می‌کنند. پس باید تا حد امکان اشتباهات آن‌ها را بخشد.
Structure complex choices	سازمان بخشیدن به انتخاب‌های پیچیده (کاهش پیچیدگی) هر چه انتخاب‌ها پیچیده‌تر باشند، مشکلات بیشتری برای فرد به وجود می‌آید، پس هر چیزی را ساده‌تر کن.

منبع: تالر و سانستین (۲۰۰۸)

که بر مبنای EAST nudge تدوین شد است یک ابزار سیاستی مفیدی برای تغییر رفتار است، دولت انگلستان «تیم بینش‌های رفتاری<sup>۱</sup>» را باهدف استفاده از آموزه‌های علوم رفتاری در بهبود سیاست‌ها تشکیل داد. این تیم در سال ۲۰۱۴، چارچوبی ساده‌تر پیشنهاد می‌دهد که به EAST<sup>۲</sup> مشهور می‌شود؛ طبق این چارچوب، برای طراحی یک سیاست خوب، باید به چهار محور زیر توجه شود<sup>۳</sup>:

فهم و انتخاب گزینه خوب را برای جامعه «ساده» کنید؛ یعنی:  
گزینه‌های پیش‌فرض را طوری قرار دهید که «انتخاب نکردن»، خودبه‌خود منجر به تصمیم مناسب شود.

«خوب رفتار کردن» را برای افراد، کم زحمت کنید.  
در ارتباطات، پیام را شفاف و ساده منتقل کنید.  
نشان دهید یک کار سخت و پیچیده را چطور می‌توان با برداشتن گام‌هایی مشخص به انجام رساند.

گزینه خوب را «جذاب» کنید؛ یعنی:  
با استفاده از شکل، رنگ یا شخصی‌سازی<sup>۴</sup>، توجه فرد را به خود جلب کنید.  
مشوق‌ها و محدودیت‌های مالی و غیرمالی مؤثر را طراحی نمایید.  
از سازوکارهای «اجتماعی» برای تسهیل انتخاب خوب بهره بگیرید؛ یعنی:  
نشان دهید که بیشتر افراد، به نحو مطلوب رفتار می‌کنند (هنجارسازی).  
از قدرت «شبکه‌سازی» برای تغییر رفتارها استفاده کنید.  
موقعیت‌هایی برای اخذ تعهدات اجتماعی داوطلبانه از فرد ایجاد کنید.  
به «زمان و موقعیت» توجه کنید؛ یعنی:

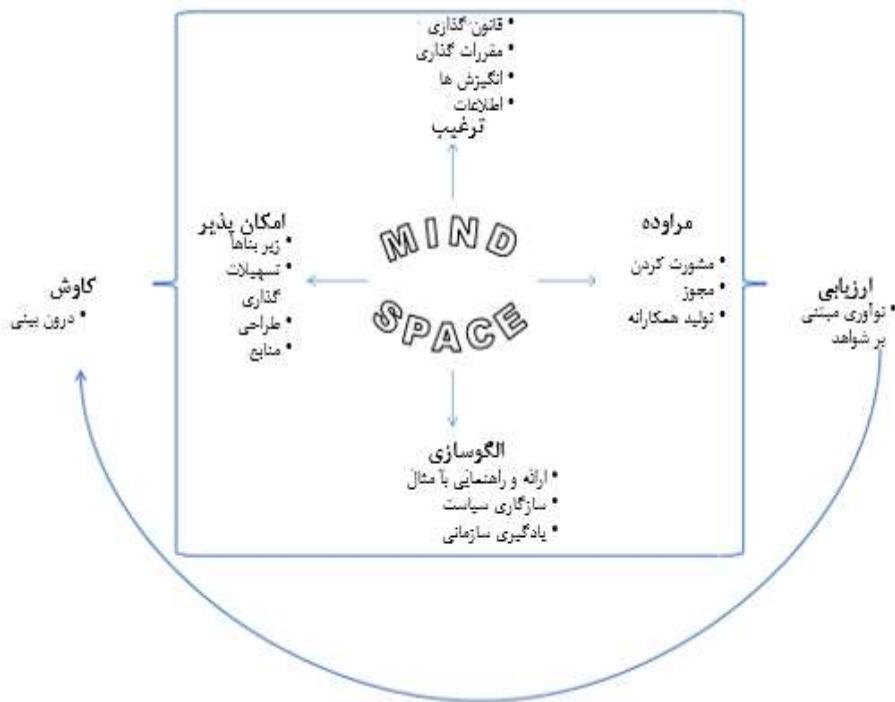
- 
1. Behavioral Insights Team
  2. Easy, Attractive, Social, Timely
  3. The Behavioural Insights Team. (2014). East
  4. Customization

- موقعیت‌شناس باشد؛ وقتی افراد بیشتر پذیرا هستند، آن‌ها را برانگیزید.
  - در طراحی سیاست، به هزینه‌ها و منافع کوتاه‌مدت آن برای مخاطب توجه کنید.
  - به افراد کمک کنید که موانع عمل خود را شناسایی کرده و برای رفع آن برنامه‌ریزی کنند.
- دیگر ابزار تلنگر MINDSPACE است که در سال ۲۰۱۰ توسط اداره کایenne دولت انگلستان ارائه شده است. MINDSPACE، مخفف ۹ ابزار (اهرم) در سیاست‌گذاری تغییر رفتار است.
- جدول (۲) اصول این ابزار را به صورت اجمالی نشان می‌دهد.

جدول ۲. ابزار MINDSPACE در سیاست‌گذاری تغییر رفتار

اصول	توضیح اجمالی
انتخاب پیام‌رسان مناسب	ما بهشت از کسانی که اطلاعات را به ما یادآوری می‌کنند، تأثیر می‌پذیریم.
استفاده از مشوق‌ها	پاسخ ما به مشوق‌ها توسط میانبرهای ذهنی همچون اجتناب از زیان شکل گرفته است.
تغییر و بهبود هنچارها	ما بهشت از آنچه دیگران انجام می‌دهند، اثر می‌پذیریم.
تنظيم گزینه‌های پیش‌فرض	ما با جریان از پیش تعیین شده همراه می‌شویم.
ایجاد برستگی در پیام	توجه ما به موضوعات جدید و مسائلی که به ما مربوط می‌شوند، جلب می‌شود.
زمینه‌سازی ذهنی	رفتار ما معمولاً از نشانه‌های زیر آستانه‌ای یا ناخودآگاه اثر می‌پذیرند.
تحریک هیجانات	تداعی‌های هیجانی ما، رفتار ما را جهت می‌دهند.
اخذ تعهدات داوطلبانه	ما می‌خواهیم سازگار با وعده‌های عمومی عمل کنیم و خوبی دیگران جبران کنیم.
ایجاد عزت نفس	افراد به گونه‌ای رفتار می‌کنند که احساس بهتری نسبت به خودشان داشته باشند.
Ego	منبع: دولان و همکاران ۲۰۱۰

چارچوب 6E نیز توسط دولان و همکاران ۲۰۱۰ پیشنهاد شده است این ابزارها شامل: مراوده<sup>۱</sup>، ترغیب<sup>۲</sup>، الگوسازی<sup>۳</sup>، امکان‌پذیر کردن<sup>۴</sup>، کاوش<sup>۵</sup> و ارزیابی<sup>۶</sup> است که در شکل ذیل ترسیم شده است.



شکل ۱. چارچوب 6E

منبع: دولان و همکاران ۲۰۱۰

1. Engage
2. Encourage
3. Exemplify
4. Enable
5. Explore
6. Evaluate

### پیشینه پژوهش

«گویدو آیمبنتز<sup>۱</sup>»، «جاشوا انگریست<sup>۲</sup>» و «دیوید کارد<sup>۳</sup>» به دلیل مطالعه در زمینه بررسی «شواهد تجربی»، برنده نوبل ۲۰۲۱ شدند. آن‌ها مدعی‌اند که در علم اقتصاد نیز می‌توان آزمایش‌هایی طبیعی را پایه‌ریزی کرد که در آن، بسیاری از متغیرها کنترل شوند و امکان سنجش تأثیر متغیرها بر خروجی نهایی وجود داشته باشد.<sup>۴</sup> ویوکی<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی تعداد مقالات چاپ شده در حوزه تلنگر در اقتصاد رفتاری در مجلات ISI پرداخته است و نتایج پژوهش وی نشان‌دهنده این است که از سال ۲۰۱۱ به بعد تعداد مقالات چاپ شده در این حوزه زیاد شده است و طی سال‌های اخیر، سالانه در حدود ۴۰ مقاله در حوزه تلنگر به چاپ رسیده است. در خصوص کاربرد ابزارهای اقتصاد رفتاری مطالعات همچون: ونزل<sup>۶</sup> (۲۰۰۵) بوبک<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۳)، هالت ورت<sup>۸</sup> (۲۰۱۷) صورت گرفته است که عمدۀ نتایج آن‌ها معنادار بودن اثر تلنگرها بر مالیات‌ستانی است. رابت دور و همکاران<sup>۹</sup> (۲۰۲۱) یک آزمایش میدانی بر روی مشتریان یک بانک خرد در هلند انجام دادند، در آزمایش‌های آن‌ها تأثیر فوری هنجارهای اجتماعی را با کلیک روی پیوندهای موجود در ایمیل‌ها در هفته اول پس از ارسال پیامک اندازه‌گیری می‌کند. آن‌ها کلیک‌ها را روی دو پیوند در نظر می‌گیرند: پیوند برای رفتن به یک وب‌سایت شخصی شده برای شروع یا تنظیم پس‌انداز خودکار و پیوند دیگر برای انصراف از ایمیل‌های ارسالی در آینده. نتایج نشان‌دهنده آن است که یک تلنگر از نوع هنجار اجتماعی می‌تواند خانواده‌ها را وادار به پس‌انداز پیشتر کند.

- 
1. Guido W. Imbens
  2. Joshua D. Angrist
  3. David Card
  4. <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2021/press-release/>
  5. Weiyi Cai
  6. Wenzel
  7. Bobek
  8. Hallsworth
  9. Robert Dur

بهله و و گدن<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) با فراهم آوردن محیط آزمایشگاهی و در نظر گرفتن فروض مختلف، به طراحی استراتژی بین بانک و مشتریان درخواست کننده وام انفرادی و وام گروهی در حالت‌های مختلف پرداختند و نتیجه گرفتند که چنانچه اعضای گروه تحریم‌های اجتماعی پرهزینه‌ای علیه همدیگر اعمال نمایند در آن صورت وام‌دهی گروهی، نسبت به وام‌دهی فردی نکول کمتری خواهد داشت. اشرف، کارلان و ین<sup>۲</sup> (۲۰۰۶)، با همکاری بانک سبز کارگا، یک بانک روسی‌ای در فیلیپین، یک مطالعه پیمایشی در سطح خانوارها و در میان ۱۷۷۷ مشتری حال یا گذشته بانک صورت گرفت که در قسمت‌هایی از آن سوالاتی در مورد ترجیحات فرضی زمانی آن‌ها پرسیده شد. در این مطالعه از نیمی از افراد مورد مطالعه پیشنهاد افتتاح حساب جدیدی به نام<sup>۳</sup> SEED داده شد. در مورد باقی افراد، با نیمی از آن‌ها اصلاً تماسی گرفته شده (گروه کترل) و نیمی دیگر ترغیب به افزایش پسانداز در حساب‌های موجود شدند (گروه بازاریابی). حساب‌های SEED طوری طراحی شده بودند که مشتریان باید حتماً هدف مشخصی را محقق می‌کردند. حال این هدف ممکن بود روز محور باشد (مانند پسانداز پول برای روز تولد) یا مقدار محور (مانند پسانداز تا یک سقف جدید و معین). نتایج نشان حاکی از آن بود زنانی که ترجیحات ناسازگاری زمانی داشتند، ۱۵.۸ درصد بیشتر از زنانی که ترجیحات سازگار زمانی داشتند این حساب را برگزیدند. این در حالی است که نسبت مذکور برای مردان ۴.۶ درصد بود. این دقیقاً با ایده اویله که جذابیت حساب برای کسانی بود که نیاز داشتند با تعهد به پسانداز خود را از تورش حال رها سازند، سازگار بود. گومز و سنتور<sup>۴</sup> (۲۰۰۳)، در پژوهشی به بررسی عملکرد وام‌دهی گروهی پرداختند در نمونه مورد بررسی که از داده‌های اعتباری خرد کانادا استفاده نموده است و به بررسی ۱۳۸۹ فقره تسهیلات پرداخته‌اند که ۹۹۵ مورد وام‌دهی گروهی و ۳۹۴ مورد وام‌دهی انفرادی بوده

- 
1. Bhole & Ogden
  2. Ashraf& Karlan & Yin
  3. Save, earn, enjoy,Deposits
  4. Gomez & Santor

است بر اساس تخمین رگرسیونی، نتایج حاکی از آن است که وام‌دهی گروهی، برای بانک‌ها در مقایسه با وام‌دهی فردی حفاظت بیشتری به ارمنان می‌آورد.

پژوهش‌های زیادی با بهره‌مندی از نظریه بازی‌ها به تشریح اقتصاد رفتاری پرداخته‌اند، از جمله بازی‌های اقتصاد رفتاری می‌توان به: معماه زندانی، بازی اولتیماتوم، بازی دیکتاتور، بازی اعتماد، بازی کالاهای عمومی و مدل‌های ترجیحات اجتماعی<sup>۱</sup> اشاره کرد (اندرونی و برنهم، ۲۰۰۹). در مدل‌های ترجیحات اجتماعی (پرهیز از نابرابری) این فرض مبنای قرار می‌گیرد که انسان‌ها نه تنها به منفعت خود توجه دارند، بلکه منفعت نسبی خود را در مقایسه با دیگران نیز لحاظ می‌کنند. این مدل‌ها شامل: مدل فهراشمیت<sup>۲</sup> (۱۹۹۹)، مدل بولتن و اکنفلز<sup>۳</sup> (۲۰۰۰) و مدل چارنس و رابین<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) می‌باشند (به نقل از کاپلن<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۷).

در داخل کشور طی سال‌های اخیر پژوهش‌هایی در حوزه اقتصاد رفتاری صورت گرفته است که بیشتر آن‌ها به تشریح مبانی نظری این حوزه پرداخته‌اند و در برخی از مطالعاتی به تجربه آزمایشگاهی پرداخته‌اند. در جدول (۲) خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی ذکر شده است.

- 
1. Social preferenes
  2. Fehr-Schmidt
  3. Bolton-Ockenfels
  4. Charness-Rabin
  5. Cappelen

جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده / نویسنده گان	عنوان	شرح
عرفانی (۱۳۸۲)	اندیشه‌های اقتصادی دانیل کامن برنده جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۲	- تشریح پایه‌های اقتصاد رفتاری - تشریح تضمیم‌گیری و قضاوت در شرایط ناطمنانی از دیدگاه کامن
رضایی و موحدی (۱۳۹۰)	ضرورت گفتگوی میان علم اقتصاد و روان‌شناسی	- برشمودن کاستی‌های برخی نظریات اقتصادی در مواجهه با مشاهدات واقعی و برخی پیشروی‌های نظری در راستای گفتگوی این علم اقتصاد و روان‌شناسی
منظور و طاهری (۱۳۹۲)	عقاید اقتصادی در بوته نقد اقتصاد رفتاری	- تأکید بر طراحی دوره‌های مطالعاتی میان‌رشته‌ای، علم اقتصاد و روان‌شناسی - فرض عقلانیت اقتصادی منجر به برخی ساده‌سازی‌ها در تحلیل اقتصادی می‌شود که باعث فراموشی سپرده شدن ملاحظات رفتاری انسان‌های واقعی می‌گردد - روندی که تلفیق اقتصاد و روانشناسی تاکنون پیموده است را می‌توان به سه دوره اقتصاد رفتاری قدیم، دوران گذار و اقتصاد رفتاری نوین تقسیم نمود که این مقاله به تشریح آن می‌پردازد.
رهبر و همکاران (۱۳۹۲)	اقتصاددانان رفتاری و نظریه‌های آنها	- اقتصاد رفتاری با بهره‌گیری از بنیان‌های روانشناسی و اجتماعی، واقع‌گرایی تجزیه و تحلیل‌های اقتصادی را افزایش داده و ویژگی‌های خاص این علم (بینش تئوریک، پیش‌بینی پدیده‌ها و سیاست‌های مناسب) را بهمود بخشیده‌اند.
رهبر و امیری (۱۳۹۳)	اقتصاد رفتاری و سیاست‌گذاری عمومی	- تشریح اصول لازم جهت تبیین سیاست‌گذاری عمومی بر اساس رویکرد اقتصاد رفتاری نظری توجه به تضمیم‌گیری‌های شهودی، اهمیت رفتارهای اجتماعی، اهمیت باورها و عقاید و... اشاره شده است - مدل‌های سیاست‌گذاری در اقتصاد بسیار پیچیده‌تر و گستردگر از آن است که در مدل‌های متعارف در نظر گرفته می‌شود.

## ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

عنوان	نویسنده / نویسنده‌گان
شرح	
- تشریح بیان‌های نظری اقتصاد رفتاری و دلالت‌های آن برای سیاست‌گذاری در حوزه مالیات و کاهش فرار مالیاتی	امیری (۱۳۹۶) اقتصاد رفتاری و فرار مالیاتی
- این مقاله به دنبال تبیین این موضوع است که چرا اقتصاد رفتاری یک چارچوب تحلیلی مناسب برای استخراج دلالت‌های سیاستی موردنیاز در حوزه اعتیاد است.	رویکرد اقتصادی به اعتیاد؛ چرا اقتصاد رفتاری یک چارچوب تحلیلی مناسب است؟ همکاران (۱۳۹۷)
- افراد با توجه به محدودیت‌ها و قابلیت‌های مغزی خود در تمام تصمیمات و انتخاب‌های روزمره از عقلانیت کامل پیروی نمی‌کنند، اما نمی‌توان وجود رفتارهای غیرعقلانی فرآگیر در تمام جنبه‌های زندگی انسان را نیز تأیید کرد و احتمالاً انسان‌ها از آنچه اقتصاد رفتاری فرض می‌کند، عقلانی‌تر عمل می‌کنند.	نقد انتخاب عقلانی از منظر رویکردهای رقیب؛ اقتصاد رفتاری، آزمایشگاهی و علوم مغزی تیموری و همکاران (۱۳۹۶)
- با طراحی یک بازی شامل ۱۸۶ داشجو که به ۶۲ گروه سه‌نفره تقسیم شدند به سنجش چرخش انگیزه‌های فردی پرداختند. نتایج نشان داد که تیم‌های که دارای بازیکنانی با سطح مشارکت بیشتر داوطلبانه باشند، چرخش انگیزه‌های کمتری در میان اعضای آن تیم مشاهده خواهد شد.	اثر کمک در فعالیت تیمی بر چرخش انگیزه‌های فردی؛ رهیافت اقتصاد آزمایشگاهی در قالب یک بازی پوپا جلالی و همکاران (۱۳۹۸)
- با فراهم کردن یک محیط آزمایشگاهی و استفاده از ۲۱۰ بازیکن، یک بازی تیمی سه‌نفره دومرحله‌ای طراحی شد. نتایج بیانگر آن است که بین سطح سرمایه اجتماعی و چرخش انگیزه‌های فردی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین افزایش سرمایه اجتماعی موجب کاهش سطح چرخش انگیزه‌ها در بازیکنان سوم می‌شود	اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر چرخش انگیزه‌ها؛ رهیافت اقتصاد رفتاری مبتنی بر نظریه بازی‌ها جلالی و نصرالله‌ی (۱۳۹۸)

## ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

عنوان	نویسنده / نویسنده‌گان
شرح	
<p>-در این مقاله ضمن آسیب‌شناسی راهکارهای مطرح شده در زمینه مدیریت مصرف برق از منظر اقتصاد رفتاری و با عنایت به ابزارها و تجارب اقتصاد رفتاری، پیشنهادهایی به منظور اصلاح و بازنگری رویکردهای رایج ارائه شد. یکی از مهم‌ترین این پیشنهادها تأسیس واحدی در صنعت برق به عنوان "واحد تلنگر" است.</p>	<p>منظور و سید حسین زاده (۱۳۹۸)</p>
<p>-در این پژوهش با فراهم کردن یک محیط آزمایشگاهی و استفاده از سی بازیگر، یک آزمایش اقتصادی طراحی شد.</p>	<p>احمدی و معطوفی (۱۳۹۹)</p>
<p>-نتایج بیانگر آن است که بین عقلانیت رفتار اقتصادی و حسابداری ذهنی رابطه معناداری وجود دارد. این پژوهش بیان می‌کند که تنها با فرض عقلانیت و بدون در نظر گرفتن سایر عوامل بهویژه محدودیت‌های رفتاری تصمیم‌گیرندگان نمی‌توان تحلیل واقع‌گرایانه‌ای از رفتارهای مالی افراد ارائه نمود.</p>	<p>بررسی عقلانیت اقتصاد رفتاری در حسابداری ذهنی با مطالعه اقتصاد آزمایشگاهی (۱۳۹۹)</p>
<p>-با بررسی آیات استخراج شده از قرآن کریم شش مورد از مهم‌ترین عوامل «انگاری‌بی‌ربط» که تعیین‌کننده اقتصاد رفتاری هستند استخراج گردید. این شش مورد عبارت‌اند از: عقلانیت محدود، سوگیری به حال، اثر مالکیت، سوگیری پس‌گویی، جان آماری و جان شناخته‌شده و خوبشتن‌داری محدود.</p>	<p>عسگری و ابراهیمی (۱۳۹۹)</p>

## ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

عنوان	نویسنده / نویسنده‌گان
شرح	
<p>-این مقاله با توضیح مفهوم رفتار عقلایی در اقتصاد نوکلاسیکی و ارتباط آن با فرضیه انتظارات عقلایی به دو پرسش پاسخ می‌دهد:</p> <p>آیا یادگیری از خطای نقشی در مفهوم نوکلاسیکی رفتار عقلایی دارد؟ اگرنه، آیا ایده یادگیری از خطای توائد کمکی به توسعه مفهوم رفتار عقلایی در علم اقتصاد کند؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها، معنای انتخاب عقلایی که در اقتصاد نوکلاسیکی طرح شده و نقدهایی که بر آن توسط نظریه‌های انتخاب تحت شرایط نا اطمینانی و اقتصاد رفتاری واردشده است، مورد بررسی قرار می‌گیرند.</p>	<p>مفهوم رفتار عقلایی و مسئله یادگیری از خطای در اقتصاد نوکلاسیک؛ با نگاهی به نقدهای مکتب اتریشی</p>
<p>-با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی با توجه به نظرات متخصصان حوزه مالیاتی عوامل مؤثر بر فرار مالیاتی در مدل‌های مختلف رتبه‌بندی می‌شود - نتایج نشان می‌دهد که عدم ثبات ترجیحات، زیان‌گریزی و ابهام‌گریزی از عوامل اصلی تأثیرگذار بر فرار مالیاتی هستند. همچنین، در تحلیل و سنجش فرار مالیاتی در ایران نیاز به اصلاح پارادایم به سمت مدل‌های اقتصاد رفتاری است.</p>	<p>ارزیابی مدل‌های سنجش فرار مالیاتی از اقتصاد نوکلاسیک تا اقتصاد رفتاری: رهیافت تحلیل سلسله مراتبی در اقتصاد ایران</p>
<p>-هدف از انجام این پژوهش تخمین ترجیحات زمانی فردی بر روی نمونه‌ای ۷۰ تابی از دانشجویان است. برای این منظور از روش آزمایشی، استفاده شد. شیوه‌ی استفاده شده برای استخراج ترجیحات زمانی فردی لیست قیمت چندگانه که در آن افراد در معرض انتخاب‌های چندگانه پولی قرار می‌گیرند، بود.</p>	<p>زنده و امینی اندازه‌گیری ترجیحات زمانی فردی با استفاده از رویکرد آزمایشگاهی</p>

## ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

عنوان	نویسنده / نویسنده‌گان
شرح	
<p>- در این مقاله با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته شده به شناسایی و مقایسه شدت و جهت تأثیر مؤلفه‌های سوگیری شناختی، در رفتار سرمایه‌گذاران با واسطه نوسانات قیمت سهام پرداختند.</p> <p>- روش پژوهش توصیفی- همبستگی از نوع تحلیل مسیر است و جامعه آماری شامل کلیه سرمایه‌گذاران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس است که به روش نمونه‌گیری در دسترس- اتفاقی ۳۸۴ نفر انتخاب شد.</p> <p>- نتایج نشان داد که سوگیری‌های شناختی تحت شرایط نوسان کم کاهش یافته و درنتیجه در رفتار سرمایه‌گذاران کمتر تحت تأثیر سوگیری‌های شناختی قرار می‌گیرد. از طرفی سوگیری در شرایط نوسان زیاد نیز بر رفتار سرمایه‌گذاران تأثیر منفی داشته و اشتباہات را بالا می‌برد.</p>	<p>سعادت زاده و همکاران</p>
<p>- در این تحقیق به تأثیر ۱۵ تورش رفتاری سرمایه- گذاران (حقیقی و حقوقی) بر روی تصمیمات مالی مبتنی بر خرید، فروش یا عدم اقدام برای معامله موردن ازمنون قرار گرفت. تعداد ۳۸۵ سرمایه‌گذار حقیقی و ۱۰۰ سرمایه‌گذار حقوقی به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده و پرسشنامه‌های تحقیق در اختیار آنان قرار گرفت.</p> <p>- نتایج نشان داد که تورش‌های رفتاری سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی اثرات متفاوتی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری آنها در سطح مقاومت و حمایت داشته‌اند و همچنین تورش‌های رفتاری در بین سرمایه‌گذاران حقیقی، قدرت پیش‌بینی کنندگی بیشتری از تصمیمات سرمایه‌گذاری آنها داشته است. نتایج همچنین نشان داد که تورش‌های رفتاری کوتاه نگری، خوش‌بینی مفرط و تحلیل تکبعده بین این دو گروه از سرمایه‌گذاران یکسان بوده است.</p>	<p>بررسی ارتباط سوگیری شناختی در رفتار سرمایه‌گذاران با واسطه نوسانات قیمت سهام (۱۴۰۰)</p> <p>زینی وند و همکاران (۱۴۰۰)</p> <p>زینی وند و همکاران سوگیری‌های رفتاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی (۱۴۰۰)</p> <p>زینی وند و همکاران مبتنی بر اطلاعات تکنیکال در بورس اوراق بهادار تهران.</p>

## ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

عنوان نویسنده/ نویسندگان	شرح
<p>- در این مقاله با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته شده به تعیین تأثیر حساسیت محیطی بر رفتارهای زیستمحیطی کارکنان با توجه به میانجی‌گری تلنگرهای مقایسه‌ی اجتماعی و سبز است. نمونه‌آماری پژوهش ۱۸۹ نفر از کارکنان سازمان محیط‌زیست استان سمنان است که به روش تصادفی انتخاب شدند.</p> <p>واکاوی نقش حساسیت محیطی بر رفتارهای زیستمحیطی کارکنان با نقش میانجی تلنگر مقایسه‌ی اجتماعی و تلنگر سبز کشاورز و همکاران (۱۴۰۰)</p> <p>- یافته‌ها، حاکی از آن است که متغیر حساسیت محیطی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تلنگر مقایسه‌ی اجتماعی و تلنگر سبز دارد. از طرف دیگر تلنگر مقایسه‌ی اجتماعی تأثیر منفی و معناداری بر رفتارهای زیستمحیطی کارکنان دارد، اما تلنگر سبز تأثیر مثبت و معناداری بر این نوع رفتارها دارد. ضمن اینکه تلنگر مقایسه‌ی اجتماعی و تلنگر سبز نقش میانجی‌گری بین حساسیت محیطی و رفتارهای زیستمحیطی کارکنان ایفا نمی‌کند.</p>	
<p>- در این مقاله به منظور شناسایی انتظارات، رفتارهای افراد در واکنش به مقادیر جدید نرخ ارز در یک محیط آزمایشگاهی بررسی می‌شود. علاوه بر آن، در این آزمایش تفاوت میان نحوه شکل‌گیری انتظارات در میان افراد و ارتباط آن با توانایی‌های شناختی بررسی می‌شود. برای ایجاد انگیزه در افراد، پاداش‌هایی متناسب با عملکرد در نظر گرفته شده است. در این چارچوب درحالی که انتظارات عقلانی رد می‌شود، انتظارات تطبیقی رد نمی‌شود. افراد فارغ از توانایی‌های شناختی به شکل گیری انتظارات خود را شکل می‌دهند و شکل گیری انتظارات میان افراد مختلف یکسان است. در این آزمایش افراد نسبت به مقادیر جدید نرخ ارز - که در این چارچوب به عنوان ادراک نووفه فرض می‌شود - بیش‌واکنشی نشان داده‌اند.</p> <p>نحوه شکل گیری انتظارات نرخ ارز؛ مطالعه آزمایشگاهی شهرلایی و همکاران (۱۴۰۱)</p>	

در خصوص بهره‌مندی از اقتصاد رفتاری جهت وصول مطالبات مطالعه‌ای یافت نشده است، با توجه به تعداد محدود پژوهش‌هایی که در زمینه اقتصاد رفتاری صورت گرفته است، پژوهش حاضر به دنبال بهره‌مندی از بینش‌های رفتاری جهت وصول مطالبات بانکی است.

### ۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر از حیث هدف تحقیقی کاربردی است و از حیث نحوه گردآوری اطلاعات در دسته تحقیقات پیمایشی است و از حیث نوع پژوهش، پژوهشی کیفی و آزمایشگاهی است به این صورت که ابتدا با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته تلنگرها<sup>۱</sup>ی که می‌توان جهت وصول مطالبات انجام داد شناسایی شده و در مرحله بعد نتایج تلنگر را در نمونه کوچک مورد آزمایش قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق در مرحله کیفی شامل مدیران ارشد بانکی (با تخصص در حوزه وصول مطالبات) و خبرگان تحصیل‌کرده با شرط داشتن مدرک دکتری اقتصاد (با تخصص اقتصاد رفتاری) یا مدیریت (با تخصص خط‌مشی گذاری و تغییر رفتار) که به سوالات مصاحبه از قبیل چگونه می‌توان از ابزارهای اقتصاد رفتاری در جهت وصول مطالبات بهره بردارد؟ پاسخ دادند. که در تحقیق کنونی با ۱۵ مصاحبه اشباع<sup>۲</sup> نظری حاصل شد؛ جایی که داده‌های جدیداً جمع‌آوری شده با داده‌هایی که قبلاً جمع‌آوری شده تفاوتی ندارد و کدهای مستخرج شده تکراری می‌شود. لازم به ذکر است مصاحبه‌های انجام شده به روش تحلیل تم موردنبررسی قرار گرفته است. بعد از استخراج شاخص‌ها، تلنگرها را برای نمونه کوچک مورد آزمون قرار گرفته است. روش آزمایشگاهی، به کارگیری شیوه‌های آزمونی برای مطالعه مسائل اقتصادی است. آزمایش‌های اقتصادی به شکل شیوه‌سازی یا آزمون‌های ایفای نقش نیستند، بلکه این آزمایش‌ها با افراد واقعی سروکار دارند که در موقعیت‌های خطیر، دست به انتخاب می‌زنند (مولیجان، ۲۰۰۷).

1. Saturation  
2. Mulligan

برای دستیابی به چنین محیطی باید انگیزه‌های مناسب رفتاری را در افراد پدید آورد (بیشایی، ۲۰۰۴).

جهت سنجش اثر نهایی تلنگر بر مطالبات بانکی بر اساس مقاله کاهن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) ماتریس ذیل تشکیل می‌گردد:

جدول ۳. سنجش اثرگذاری یک تلنگر

اعمال تلنگر	a	b
عدم تلنگر	c	d
عدم پرداخت اقساط سرسید گذشته شده		
پرداخت اقساط سرسید گذشته شده		

نتیجه معادله زیر نشان می‌دهد که تلنگر بر روی مطالبات بانکی اثرگذار بوده است یا خیر؟

$$\Delta P = \frac{a}{a+b} - \frac{c}{c+d} \quad (1)$$

اگر  $\Delta P$  بزرگ‌تر از صفر باشد در این صورت تلنگر اثرگذار بوده و اگر برابر با صفر و یا منفی باشد بدین معنی است که تلنگر بر وصول مطالبات اثرگذار نبوده است.

#### ۴. تجزیه و تحلیل نتایج

##### نتایج حاصل از مصاحبه

در این قسمت ابتدا معرفه‌های به دست آمده از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان در ابزارهای اقتصاد رفتاری جهت وصول مطالبات مورد بررسی قرار گرفته است. مصاحبه‌های انجام شده با تحلیل تم بررسی شده و نمونه‌ای از نتایج در قالب کدهای اولیه، مقوله فرعی و مقوله کلی به شرح زیر است.

1. Bishai

2. Kahan, Dan M. and Peters, Ellen and Dawson, Erica and Slovic, Paul

۳. این مطالعه جزء مقالات پراستناد بوده و در گوگل اسکولار ۷۹۷ مورد به این ارجاع شده است.

جدول ۴. مؤلفه‌های استخراج شده از مصاحبه با خبرگان

مقوله کلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
ارتباط با مشتری	ارسال پیامک / تلفن گویا به مشتری قبل و بعد از سرسید و همچنین در زمان‌هایی که اقساط قبلی واریز نموده است	
ارتباط با ضامن	ارسال پیامک به ضامن بعد از سرسید یک ماه، تماس با ضامن قبل از انتقال طبقه به سرسید گذشته	یادآورنده‌ها
تماس مسئولین واحد وصول مطالبات مدیریت استان بعد از انتقال به طبقه سرسید گذشته	تماس رئیس شعبه قبل از انتقال به طبقه سرسید گذشته، تماس بازک	
مشوق غیرمالی و درونی	تصویر نیازمندان به تسهیلات بازک	
مشوق‌ها	پس دادن مبلغی در صورت پرداخت خوش حساب بودن، شرکت مشتریان خوش حساب در قرعه‌کشی‌ها	جایزه خوش حسابی
هنجرهای کمیابی	معرفی طرح‌های ویژه خاص، ایجاد محدودیت و داشتن تاریخ انقضا مهلت تخفیف جرائم معوقات	
هنجرهای اجتماعی	اطلاع‌رسانی به مشتری از نحوه خروج کردن بازپرداخت تسهیلات توسط بازک	ارسال نامه
هنجرهای گلهای رفتار	اطلاع‌رسانی از رفتار بازپرداختی افراد هم محله، اعلام درصد افرادی که بهموقع اقساط پرداخت کرده‌اند	
اعلام خوش حسابان	گروه‌بندی افراد خوش حساب و برچسب‌گذاری به آن‌ها	
عملکرد اجباری	فعال کردن برداشت خودکار از حساب‌های بازکی، کسر نمودن اقساط قبل از واریز حقوق	
پیش‌فرض	جهاب کردن سهول کردن انتخاب پیش‌فرض، ماندن در وضع موجود	
برچسب‌گذاری	برچسب‌گذاری به پول اقساط	
جرائم ملموس	اعلام مبلغ جرائم به صورت جداگانه	
قابل‌بندی	بزرگنمایی اعداد، ارسال مبلغ جریمه یک سال گذشته به ریال	
مقایسه پذیری	افراد زمانی که قرار باشد بین دو گزینه انتخابی کنند، افزودن گزینه کمتر جذاب، بر ادراک آن‌ها از دو گزینه اصلی اثرگذار است.	
بر جستگی	تهدید به جریمه به صورت زیان چارچوب‌بندی شود نه هزینه برای به دست آوردن گزینه بهتر	تصمیم‌گیری شهرودی به جای حسابداری

ادامه جدول ۴. مؤلفه‌های استخراج شده از مصاحبه با خبرگان

مفهوم کلی	مفهوم فرعی	کدهای اولیه
اثر مالکیت	مردم تمایل دارند اشیای متعلق به خودشان را بیشتر از حالتی که به آن‌ها تعلق ندارند ارزش‌گذاری کنند	
زمینه‌سازی ذهنی (ناخودآگاه)	نقطه مرجع جهت ارزش واقعی تسهیلات باید در زمان اعطای تسهیلات باشد نه در زمانی حال	
اهمیت عادات	از ابتدای دریافت تسهیلات جهت پرداخت اقساط پیگیری گردد زیرا منجر می‌گردد که پرداخت اقساط یک عادت شود	
اصل تقابل	سختگیری‌های بیش‌ازحد در زمان اعطای تسهیلات منجر می‌گردد که مشتری انتقام آن سختگیری‌ها را در عدم بازپرداخت اقساط جبران نماید	
تحریک هیجانات (عاطفه)	برای ساختن یک برنده ضروری است که یک پیوند احساسی مثبت ساخته شود تا حس شخصی بودن را القا کند.	
گفتمان سازی	تبلیغات در جهت ایجاد باور عمومی مردم نسبت به هکاران بانکی با زبان علمی و منطقی	
بومی‌سازی تلنگر	بر اساس شواهد محلی و مذهبی نوع تلنگرهای تغییر یابد	
تعهد زبانی	اخذ تعهد زبانی توسط رئیس شعبه در زمان پرداخت تسهیلات	
تعهد	وام‌گیرنده متعلق به یک گروه چندنفره (۵ نفره) خودساخته مشکل از دوستان باشد. اعضای گروه مسئول بازپرداخت معوقات اقساط هم - گروهی خود نیستند، اما به گروهی که یکی از اعضای آن به هکار است، اعتبار مجدد اعطای نمی‌شود.	
یادآوری تعهدات	تماس مکرر و یادآوری تعهداتی که در زمان اعطای تسهیلات نموده است در پرداخت معوقات اثرگذار است.	
افشاری هوشمندانه	افراد به گونه‌ای رفتار می‌کنند که احساس بهتری نسبت به خودشان داشته باشند.	
ایجاد عزت نفس	ایجاد چیزهایی که برای شخص ارزشمند است.	
اعطای رتبه و منزلت	افراد بیش از اندازه به شانس و اقبال خود امیدوارند و معمولاً برنده شدن خود را در قرعه‌کشی‌ها زیاد می‌دانند و وقتی در قرعه‌کشی شرکت می‌کنند، روی برنده شدن خود بیشتر حساب می‌کنند.	

منج: یافته‌های پژوهش

**یاد آورندگان:** با توجه به اینکه انسان‌ها به شدت از کسانی که اطلاعات را به آن‌ها یادآوری می‌کنند، تأثیر می‌پذیرند، یاد آورندگان به آن دسته از تلنگرهایی اشاره دارد که شامل: ارتباط با مشتری، ارتباط با ضامن و تماس مسئولین بانک است. به اعتقاد خبرگان «ارسال پیامک و یا تماس تلفن گویا به مشتری (ضامن) قبل و بعد از سررسید اقساط و همچنین در زمان‌هایی که اقساط قبلی واریز نموده است در بازپرداخت به موقع اقساط اثرگذار بوده است تجربه برخی از خبرگان در وصول مطالبات حاکی از آن است که تماس رئیس شعبه و تماس واحد وصول مطالبات مدیریت استان در بازپرداخت اقساط معوق اثرگذاری بیشتری داشته است».

**مشوق‌ها:** با توجه به اینکه پاسخ افراد به مشوق‌ها توسط میابرها ذهنی همچون اجتناب از زیان شکل گرفته است، بهره‌مندی درست از مشوق‌ها کمک شایانی به وصول مطالبات خواهد نمود. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته مقوله مشوق‌ها در سه مؤلفه: مشوق‌های غیرمالی، جایزه خوش حسابی و کمیابی است. مشارکت کنندگان پژوهش معتقدند «چنانچه مبلغ اقساط طوری محاسبه شود که در صورتی مشتری اقساط خود را به موقع پرداخت بهموقع اقساط خواهد داشت، به اعتقاد اندک) به حساب شخص بازگرد تأثیر زیادی در پرداخت بهموقع اقساط خواهد داشت، به اعتقاد خبرگان ایجاد محدودیت در تخفیف جرائم و معرفی طرح‌های ویژه فرهنگیان، بازاریان و ... در پرداخت اقساط معوق اثرگذار است».

**هنجارهای اجتماعی:** افراد به شدت از آنچه دیگران انجام می‌دهند، اثر می‌پذیریم و سعی می‌کنند مطابق با هنجارها رفتار کنند، به طور کلی عضویت در گروه‌های گوناگون بخش مهمی از هویت انسان‌هاست. هنجارهای اجتماعی به آن دسته از تلنگرهایی اشاره دارد که شامل: ارسال نامه هنجارهای اجتماعی، رفتارهای گلهای و اعلام خوش حسابان (بد) است. به اعتقاد برخی از خبرگان «اطلاع‌رسانی به مشتری از نحوه خرج کردن بازپرداخت تسهیلات توسط بانک که صرف اموری نوع دوستی همچون: خانه‌دار کردن جوانان، پرداخت وام ازدواج و ساخت بیمارستان و... در پرداخت بهموقع اقساط اثرگذار است، به اعتقاد خبرگان اطلاع‌رسانی از رفتار بازپرداختی افراد

هم محله و اعلام در صد افرادی که به موقع اقساط پرداخت کرده‌اند که تأکیدی بر اهمیت رفتار دیگران است در پرداخت اقساط معوق اثرگذار است».

**پیش‌فرض‌ها:** افراد با جریان از پیش تعیین شده همراه می‌شوند و قوه جبری عامل مهمی در رفتار انسان‌هاست. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته مقوله پیش‌فرض‌ها شامل سه مؤلفه: عملکرد اجباری، جذاب کردن گزینه پیش‌فرض و برچسب گذاری است. به اعتقاد خبرگان «فعال کردن برداشت خودکار از حساب‌های بانکی جهت پرداخت اقساط و یا درصورتی که قبل از واریز حقوق اقساط کسر گردد در پرداخت به موقع اقساط اثرگذار است. به اعتقاد مشارکت کنندگان پژوهش، پیش‌فرض‌ها باید طوری باشند که انتخاب نکردن خود به معنای برداشت اقساط از حساب باشد زیرا مردم غالباً تمايل دارند در وضع موجود بمانند و پیش‌فرض‌ها را به سختی تغییر می‌دهند».

**برجستگی:** توجه افراد به موضوعات جدید و مسائلی که به آن‌ها مربوط می‌شوند، جلب می‌شود. بهره‌مندی از این اصل در جهت وصول مطالبات دارای اهمیت است. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته مقوله برجستگی به چهار مؤلفه: جریمه ملموس، قاب‌بندی، مقایسه پذیری و تصمیم‌گیری شهودی به جای حسابداری دسته‌بندی می‌شود. مشارکت کنندگان پژوهش معتقدند «برجسته کردن زیان و ارسال پیامک جرائم و بزرگنمایی در مبلغ جرائم در پرداخت اقساط معوق اثرگذار است. به اعتقاد برخی از مصاحبه‌شوندگان هنگامی که متقاضی قرار است بین پرداخت و یا عدم پرداخت اقساط گزینه‌ای انتخاب کند افروden گزینه‌هایی جهت مقایسه پذیری در پرداخت اقساط اثرگذار است. به عنوان مثال: اطلاع به مشتری در خصوص اینکه چنانچه قبض تلفن همراه پرداخت نکنید طی چند روز سیم کارت شما قطع می‌گردد اما بانک در پرداخت اقساط بی‌رحمانه نیست. به این روش اثر فریب گر<sup>۱</sup> نیز می‌گویند، برخی از مصاحبه‌شوندگان معتقدند که در سیستم بانکداری ایران جریمه، هزینه است برای به دست آوردن گزینه بهتر، لذا جریمه باید به صورت زیان در نظر گرفته نشود».

1. Decoy Effect

**ناخودآگاه:** رفتار افراد معمولاً از نشانه‌های زیر آستانه‌ای یا ناخودآگاه اثر می‌پذیرند. ناخودآگاه به آن دسته از تلنگرهایی اشاره دارد که شامل: عادات، نقطه مرجع، اثر مالکیت و اصل تقابل است. به اعتقاد خبرگان «افراد تمایل دارند اشیای متعلق به خودشان را بیشتر از حالتی که به آنها تعلق ندارند ارزش‌گذاری کنند، بر همین اساس جهت وصول مطالبات چنانچه ارزش تسهیلات در زمان اعطای یادآوری گردد در بازپرداخت معوقات اثرگذار است، به عنوان مثال چنانچه در تسهیلات خرید مسکن ارزش کنونی قیمت مسکن از مشتری پرسیده شود و سهم تسهیلات از قیمت مسکن در زمان اعطای تسهیلات و سهم کنونی به مشتری یادآوری گردد، این تکنیک در پرداخت اقساط معوق اثرگذاری زیادی دارد. به اعتقاد برخی از مصاحبه‌شوندگان باید از ابتدای دریافت تسهیلات جهت پرداخت اقساط پیگیری گردد و تجربه نشان داده است اشخاصی که اقساط اولیه را منظم پرداخت نموده‌اند منجر گردیده که پرداخت اقساط یک عادت گردد». لازم به ذکر است در تقویم بازپرداخت تسهیلات قبلی مشتری عادات پرداختی مشخص است و لذا بر اساس آن در خصوص اعطای تسهیلات تمهیداتی صورت گیرد. برخی مشارکت کنندگان پژوهش نیز معتقدند «در زمان اعطای تسهیلات چنانچه سختگیری‌های بیش از حد صورت گیرد و در خصوص سختگیری‌ها به مشتری توضیح داده نشود بعد از پرداخت تسهیلات مشتری به‌نوعی به دنبال انتقام‌گیری است و اقساط را به‌موقع پرداخت نمی‌کند».

**تحریک هیجانات (عاطفه):** هر چند در سال‌های گذشته عاطفه وارد بسیاری از صنایع شده ولی بانکداری از آخرین قلعه‌های فتح شده بود. اکنون عاطفه راه خودش را به‌سوی بانکداری هم باز کرده است. وقتی یک بانکدار می‌گوید که باید روی مشتری تمرکز کنیم یعنی این که احساس وارد بانکداری شده است. برخلاف تصور ترکیب احساس و بانکداری یک معجون فوق العاده خوشمزه است! اگر یک بانکدار نتایج ورود احساس به بانکداری را لمس کند بعید است که هیچ‌گاه به بانکداری بدون احساس فکر هم نکند (دوثابلامستروم، ۲۰۱۸). تداعی‌های هیجانی ما، رفتار ما را جهت می‌دهند. بهره‌مندی از این اصل در جهت وصول مطالبات دارای اهمیت است. بر

اساس مصاحبه‌های صورت گرفته مقوله عاطفه (تحریک هیجانات) به سه مؤلفه: برند سازی و گفتمان سازی و بومی بودن تلنگرها است.

**تعهد:** افراد می‌خواهند سازگار با وعده‌های عمومی عمل کنند و خوبی دیگران جبران نمایند و برای پاییندی به تعهدات و عمل مقابل به آن‌ها تلاش می‌کنند. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته مقوله تعهد به سه مؤلفه: تعهد زبانی، ضامن گروهی و یادآوری تعهدات است. به اعتقاد خبرگان «اخذ تعهد زبانی توسط رئیس شعبه در زمان پرداخت تسهیلات در بموضع پرداخت نمودن اقساط مؤثر است، برخی از مسئولین شعب تخصص ویژه‌ای در این حوزه دارند و با جایه‌جایی آن‌ها مطالبات آن شعبه تحت تأثیر قرار می‌گیرد در مصاحبه صورت گرفته با یکی از این مسئولین مدعی بود در زمانی پرداخت تسهیلات به متقاضیان می‌گوید که چنانچه اقساط به موقع پرداخت نکنید خودش بدقول می‌شود زیرا که به مافوق خود تعهد داده که به افراد خوش حساب تسهیلات اعطای نماید. برخی مصاحبه‌شوندگان سیستم وامدهی گرامین<sup>1</sup> (بانک را پیشنهاد نمودند). این بانک نمونه‌ای موفق در خصوص تأمین مالی دسته‌جمعی<sup>2</sup> و اعتمادسازی شبکه‌ای است، در این بانک هر وام‌گیرنده متعلق به یک گروه چندنفره (۵ نفره) خودساخته مشکل از دوستان است. اعضای گروه مسئول بازپرداخت معوقات اقساط هم گروهی خود نیستند، اما به گروهی که یکی از اعضای آن بدھکار است، اعتبار مجدد اعطای نمی‌شود. در برخی مواقع یادآوری تعهداتی که متقاضی در زمان اعطای تسهیلات نموده است در پرداخت معوقات اثرگذار است».

**ایجاد عزت نفس:** افراد به گونه‌ای رفتار می‌کنند که احساس بهتری نسبت به خودشان داشته باشند. بهره‌مندی از این اصل در جهت وصول مطالبات دارای اهمیت است. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته مقوله تصویر از خود به سه مؤلفه: اعطای رتبه، افشاری هوشمندانه، اعتقاد داشتن به شانس است. به اعتقاد خبرگان «در نظر گرفتن جوایز خوش حسابی در بازپرداختی به موقع اقساط اثرگذار است، همچنین اعلام رتبه اعتباری افراد و آگاهی از عواقب آن در بازپرداختی اقساط

1. Grameen

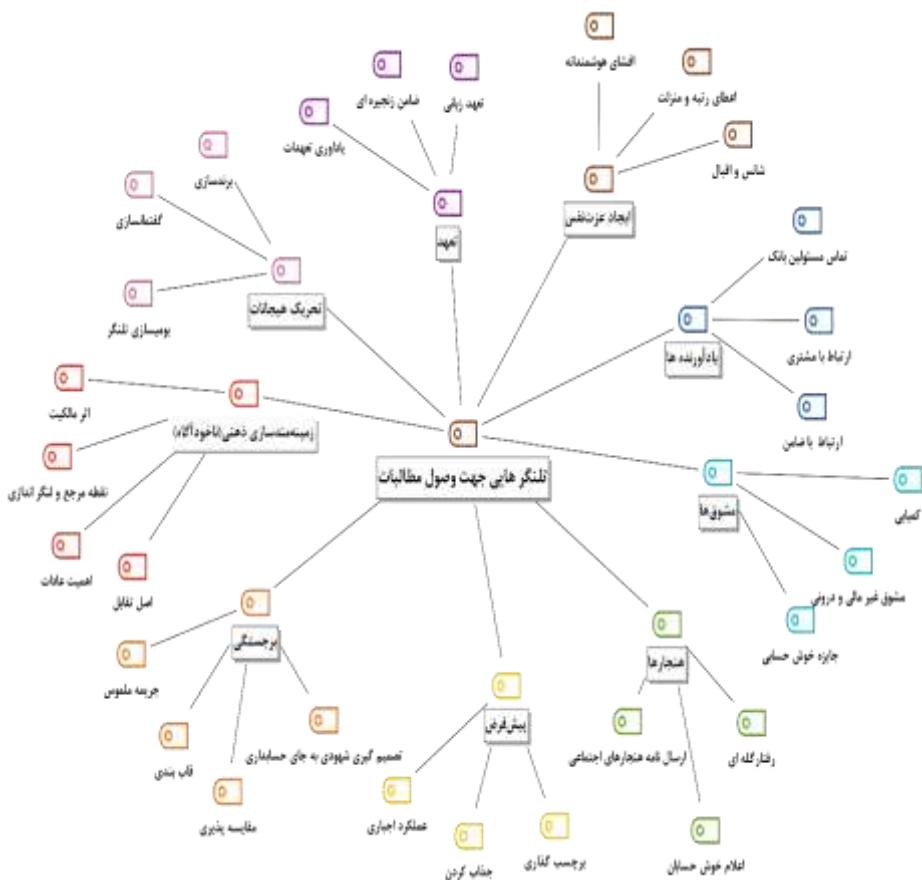
2. Crowd Funding

اثرگذار است، جمله با پرداخت به موقع اقساط برای آینده اعتبار کسب کنید در تبلیغات جهت پرداخت اقساط اثرگذاری زیادی دارد.».

لازم به ذکر است که برخی مصاحبه‌شوندگان دسته‌بندی متفاوتی از شیوه‌های بهره‌مندی تلنگر جهت وصول مطالبات پیشنهاد داده‌اند که در چهار دسته کلی تقسیم‌بندی می‌شوند: دسته اول شامل تلنگرهایی از نوع ساده‌سازی است که می‌توان به پیش‌فرض‌ها اشاره نمود و اقساط تسهیلات از حساب‌های بانکی افراد برداشته شود. دسته دوم تلنگرهایی از نوع جذایت است که شامل طرح‌های بخشدگی جرائم است، دسته سوم تلنگرهایی از نوع اجتماعی است که شامل اطلاع‌رسانی از رفتار بازپرداختی افراد هم محله و اعلام درصد افرادی که به موقع اقساط پرداخت کرده‌اند و دسته آخر شامل تلنگرهایی از نوع زمان و موقعیت است که می‌توان به مهلت استفاده از بخشدگی جرائم اشاره نمود.

در شکل ذیل معرفه‌های به‌دست‌آمده از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان بر اساس خروجی نرم‌افزار مکس کیودا<sup>۱</sup> ترسیم شده است.

1 MAXQDA



شکل ۲: معرفه‌های به دست آمده از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان (منبع: یافته‌های پژوهش)

## آزمودن تلنگرها

اقتصاد آزمایشگاهی ابزاری است که با تکیه بر آزمون‌های آزمایشگاهی و کنترل شده می‌تواند به تولید داده‌های قابل استناد و نزدیک به جریان واقعی اقتصاد پردازد (کراسون و گاچر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). مسئله مهم در تعداد آزمودنی، به تعداد آزمودنی‌های موردنیاز برای تعیین اثر ناشی از متغیر مستقل

1. Croson & Gachter

مریبوط می‌شود، ولی هزینه‌های مالی و زمانی نیز باید در نظر گرفته شود، دلاوری (۱۳۷۸) به نقل از کریستنسن<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) می‌نویسد: پژوهشگران باید تعادلی را بین لزوم شناسایی یک اثر و کاهش هزینه‌ها برقرار کنند، آن‌ها باید حجم نمونه را طوری انتخاب کنند که در محدوده مقدورات مالی و زمانی آن‌ها باشد و در عین حال، توانایی شناسایی اثر متغیر مستقل را به آن‌ها بدهد. با توجه به قوانین حاکم بر سیستم بانکی کشور و نبود ابزارهای کافی و همچنین محدودیت منابع، اثرگذاری برخی از تلنگرهای معرفی شده در شرایط کنونی امکان‌پذیر نبوده لذا در این قسمت سعی شده است با طراحی آزمایشی به اثرگذاری کلی تلنگرها پرداخته شود. بر همین اساس نمونه ۲۰۰ پرونده مطالباتی که در سال ۱۳۹۸ تسهیلات خرید مسکن دریافت نموده‌اند انتخاب شده است در نمونه سعی شده است که همگن بودن پرونده‌ها رعایت گردد لذا محدودیت‌ها از قبیل محدودیت سنی (۴۰-۵۵ سال)، داشتن تحصیلات (دیپلم و لیسانس)، متأهل بودن، داشتن درآمد ماهانه (۳۰-۶۰ میلیون ریال<sup>۲</sup>)، انتخاب یک استان و شبکه مجاور در یک منطقه جغرافیایی، قرار گرفتن تسهیلات در طبقه سررسید گذشته (۲ الی ۶ ماه از پرداخت آخرین قسط گذشته باشد) لحاظ گردیده است. روش آزمایش بدین صورت است که با ۲۰۰ نفر تماس گرفته شده است و به ۵۰ نفر فقط تقاضای پرداخت اقساط درخواست شده و از هیچ نوع تلنگری استفاده نشده است ولی به ۱۵۰ نفر آن‌ها (به صورت کاملاً تصادفی) توضیحاتی از جنس ابزارهای تلنگر داده شده است که عمدتاً شامل موارد همچون: نحوه خرج کردن باز پرداخت تسهیلات توسط بانک، ایجاد نوع دوستی و نیازمندان دریافت تسهیلاتی، اعلام میزان جرائم، ثبت اطلاعات منفی در سوابق مشتری، یادآوری ارزش روز مسکن و درصد زمانی که تسهیلات دریافت نموده است، اعلام درصد افرادی که به موقع اقساط پرداخت کرده‌اند از همان شعبه و امثال چنین تلنگرهایی که با تماس تلفنی قابل‌یافتن باشند. نتایج ذیل بعد از دو ماه از اعمال تلنگر استخراج گردیده است.

1. Christensen

2. بر اساس اطلاعات دریافتی در زمان اعطای تسهیلات

جدول ۵. نتایج آزمایش صورت گرفته جهت وصول مطالبات

	عدم پرداخت اقساط سرسید گذشته شده	پرداخت اقساط سرسید گذشته شده	جمع کل
اعمال تلنگر	(۹۸ درصد) ۶۵	(۵۲ درصد) ۳۵	۱۵۰
عدم تلنگر	(۳۰ درصد) ۶۰	(۲۰ درصد) ۴۰	۵۰

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج آزمایش صورت گرفته نشان‌دهنده این است که در صورتی که صرفاً بر اساس تماس تلفنی و بدون بهره‌مندی از تلنگر به پیگیری مطالبات پرداخته شود ۲۰ درصد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت اما اگر در کنار تماس تلفنی از تلنگر نیز استفاده شود پیش‌بینی می‌گردد ۳۰ درصد تعداد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت. جهت سنجش دقیق اثرگذاری تلنگر بر اساس مقاله (کاهن و همکاران، ۲۰۱۷)

$$\Delta P = \frac{98}{150} - \frac{30}{50} = 0.053 \quad (2)$$

از آنجایی که  $\Delta P$  بزرگ‌تر از صفر است لذا تلنگر بر وصول مطالبات اثرگذار بوده است و به صورت کلی پیش‌بینی می‌گردد با بهره‌مندی از تلنگر ۱۰ درصد تعداد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت.

## ۵. نتیجه‌گیری

اقتصاد رفتاری بر این باور است که باید در ساخت مدل‌های اقتصادی از رفتارهای واقعی استفاده کرد، اکثر افراد از شیوه‌های اکتشافی برای تصمیم‌گیری کمک می‌گیرند و این یکی از واقعیت‌های زندگی است، اقتصاد رفتاری جایگزین و یا رقیب اقتصاد کلاسیک و اقتصاد متعارف محسوب نمی‌شود، بلکه به کمک دانش تخصصی روان‌شناسی و علوم اجتماعی تلاش می‌کند نقش عوامل رفتاری انسان‌ها را در تصمیم‌گیری و انتخاب پررنگ نماید، اقتصاددانان رفتاری این واقعیت را می‌پذیرند که افراد الزاماً مطابق با همان هنجارهای رفتاری اقتصاد متعارف که باید در ساخت مدل‌های اقتصادی گنجانده شود، رفتار نمی‌کنند و همواره با نوعی سوگیری مواجه‌اند، تلنگر اصطلاحی برگرفته از اقتصاد رفتاری است و به مداخلات ملایمی اطلاق می‌گردد که تصمیمات

افراد را تغییر می‌دهد و رفتار افراد را تغییر می‌دهد. انسان‌ها دارای عقلانیت محدودند و بنابراین اغلب تصمیم‌های معرضانه‌ای برخلاف منافع خود می‌گیرند.

مطلوبات عموق بانک‌ها حاکی از آن است که سیاست‌های اجراشده جهت وصول مطالبات موفقیت چشمگیری نداشته است. عدم موفقیت این سیاست‌ها را می‌توان تا حد زیادی به عدم شناخت اجتماعی کافی سیاست‌گذاران از افراد جامعه و بدھکاران نسبت داد. با افزایش شناخت اجتماعی می‌توان سیاست‌های بهتری برای وصول مطالبات ارائه نمود. با بهره‌مندی از ابزارهای و ینش‌های رفتاری می‌توان اثرگذاری سیاست‌های وصول مطالبات را ارتقاء داد. بررسی‌های صورت گرفته در حوزه اقتصاد رفتاری توصیه نموده است که تلاش‌ها و مداخلات به طور مستمر مطالبات بانکی صورت می‌گیرد باید مبتنی بر شناخت اجتماعی بوده و این مداخلات به طور می‌شود باید محدود به مشوّق‌های مالی باشد، بلکه با مطالعه بر روی افراد مشوّق‌های درونی و ارزشی نیز طراحی و مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال افزایش جرائم لزوماً نمی‌تواند منجر به وصول مطالبات گردد، بلکه در برخی موارد با ایجاد این ذهنیت که افزایش جرائم باعث افزایش درآمدهای بانک می‌گردد، چه بسا باعث کاهش مسئولیت اجتماعی افراد شده و یک نوعی بی‌اعتمادی بین بانک و مشتری موجب گردد. آنچه بیش از هر چیز مور نیاز است عدم وابستگی به آموزه‌های اقتصاد متعارف و بهره‌گیری از آموزه‌های اقتصاد رفتاری است. علوم رفتاری که از جمله حوزه‌های علمی پیشرو بوده و مزه‌های دانش اقتصاد را نیز جایه‌جا کرده است، توانسته است برای برخی مشکلات مزمن در کشورهای پیشرفته نسخه‌های درمانی مناسبی را ارائه دهد. تلنگر زدن عادات جدید و بهتر را امکان‌پذیر می‌کند، اقتصاد رفتاری راهبردهای موفقی را در دستیابی به این اهداف پیاده‌سازی کرده است. روش‌های هوشمندانه‌ای که با ایجاد انگیزه در تمایل افراد به انجام برخی کارهایی که نمی‌خواهند انجام دهند.

این مقاله ضمن شناسایی راهکارهای اقتصاد رفتاری درزمنیه وصول مطالبات بانکی و با عنایت به ابزارها و تجربه اقتصاد رفتاری، نشان می‌دهد که با ابزارهای تلنگر که شامل نه مفهوم اصلی: یاد آورنده‌ها، مشوق‌ها، هنجارها، پیش‌فرض، بر جستگی، زمینه‌سازی ذهنی، تحریک هیجانات، اخذ تعهدات و ایجاد عزت نفس است می‌توان در جهت وصول مطالبات بانک بهره برد. در ادامه سعی شد که با استدلال‌های متقن ریاضی و نه صرفاً شهودی آزمایش ساده صورت گیرد و نمونه کوچکی از دستاوردهای حوزه اقتصاد رفتاری عرضه گردید. نتایج آزمایش صورت گرفته در ۲۰۰ پرونده حاکی از آن است که در صورتی که صرفاً بر اساس تماس تلفنی و بدون بهره‌مندی از ابزارهای اقتصاد رفتاری به پیگیری مطالبات پرداخته شود ۲۰ درصد پروندهای مطالباتی کاهش خواهد یافت اما اگر در تماس تلفنی جهت وصول مطالبات از آموزه‌های رفتاری نیز استفاده شود ۳۰ درصد تعداد پروندهای مطالباتی کاهش خواهد یافت بنابراین به صورت کلی با بهره‌مندی از تلنگرهای استفاده شده در پژوهش پیش‌بینی می‌گردد ۱۰ درصد تعداد پروندهای مطالباتی کاهش خواهد یافت.

با توجه به نتایج بدست آمده از این پژوهش جهت وصول مطالبات با بهره‌مندی از ابزارهای رفتاری پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. تأسیس واحد تلنگر در ادارات وصول مطالبات؛
۲. آموزش بهره‌مندی از ابزارهای رفتاری به کارکنان وصول مطالبات؛
۳. فراهم نمودن سیستمی جهت تحلیل رفتار بازپرداختی مشتریان؛
۴. بهره‌مندی از ابزارهای رفتاری در معرفی طرح‌های تشویقی جهت وصول مطالبات.

در انتها پیشنهاد می‌گردد که پژوهشگران در زمینه‌های ذیل به پژوهش پردازند تا ابعاد دیگر موضوع روشن گردد.

۱. بررسی آزمایشگاهی هر کدام از تلنگر استخراج شده در پژوهش حاضر؛
۲. مقایسه اثر گذاری تلنگرهای استخراج شده در پژوهش حاضر؛
۳. بررسی آزمایشگاهی تلنگرها در سایر حوزه‌ها همچون: مالیاتی، بهداشت، محیط‌زیست، ترافیک، جرم و...؛
۴. بررسی ابزارهای رفتاری جهت جذب منابع در بانک‌ها؛

با توجه به جدید بودن موضوع مطرح شده در این مقاله، توصیه می‌شود که بستری جهت ارتباط علم اقتصاد با سایر علوم فراهم گردد، زیرا که تحقیقات مربوط به این حوزه موجب درک رفتارهایی می‌شود که پیش از این به واسطه تئوری‌های اقتصادی قابل تبیین نبودند.

## منابع

- احمدی، شهرزاد، معطوفی، علیرضا (۱۳۹۹). بررسی عقلانیت اقتصاد رفتاری در حسابداری ذهنی با مطالعه اقتصاد آزمایشگاهی. *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*. ۲۸، (۹۵)؛ ۱۸۰-۱۸۷.
- احمدی، وحیده، شهنازی، روح الله، اسلاملویان، کریم، صدرایی جواہری، احمد (۱۴۰۰). ارزیابی مدل‌های سنجش فوار مالیاتی از اقتصاد نوکلاسیک تا اقتصاد رفتاری: رهیافت تحلیل سلسله مراتبی در اقتصاد ایران. *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*. ۲۶، (۱)؛ ۱۴۱-۱۱۵.
- امیری، میثم (۱۳۹۶). اقتصاد رفتاری و فوار مالیاتی. *پژوهشنامه اقتصادی*. ۱۷، (۶۴)؛ ۹۵-۱۳۰. doi: 10.22054/joer.2017.7670
- تیموری، عباد، رنانی، محسن، معرفی محمدی، عبدالحمید (۱۳۹۶). نقد انتخاب عقلانی از منظر رویکردهای رقیب: اقتصاد رفتاری، آزمایشگاهی و علوم مغزی. *پژوهش‌های اقتصادی ایران*. ۲۲، (۷۳)؛ ۱-۴۳. doi: 10.22054/ijer.2018.829743
- جلالی، ام البنین، نصراللهی، زهرا، هاتفی مجومرد، مجید (۱۳۹۹). تأثیر جنسیت و تغییک جنسیتی بر رخداد چرخش انگیزه‌های فردی در فعالیت‌های گروهی: رهیافت آزمایشگاهی اقتصاد رفتاری مبتنی بر نظریه بازی‌ها. *فصلنامه علمی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*. ۱۰، (۳۸)؛ ۷۴-۶۱.
- جلالی، ام البنین، نصراللهی، زهرا (۱۳۹۸). اثر گذاری سرمایه اجتماعی بر چرخش انگیزه‌ها: رهیافت اقتصاد رفتاری مبتنی بر نظریه بازی‌ها. *فصلنامه علمی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*. ۹، (۳۴)؛ ۱۳۱-۱۴۸. doi: 10.30473/egdr.2019.4057۱۴۸-۱۳۱
- حسینی (۱۳۸۳). اقتصاد رفتاری در دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ در کجا شکل گرفت: دانشگاه میشیگان یا کارنگی؟، مجله پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، سال ۱۲، شماره ۲۹، ۳-۳۲.
- دلاوری، علی (۱۳۷۸). روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی. تهران: انتشارات پیام نور رضایی، محمدجواد، موحدی بکنظر، مهدی (۱۳۹۰). ضرورت گفتگوی میان علم اقتصاد و روان‌شناسی. *فصلنامه مطالعات میانرشته‌ای در علوم انسانی*. ۲، (۳)، ۵۹-۸۸. doi: 10.7508/isih.2010.07.003

رهبر فرهاد، امیری میثم (۱۳۹۳). اقتصاد رفتاری و سیاست‌گذاری عمومی. *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*. ۱۹، (۴): ۱۸۲-۱۴۷.

رهبر فرهاد، متولی محمود، امیری میثم (۱۳۹۲). اقتصاددانان رفتاری و نظریه‌های آن‌ها. *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*. ۱۸، (۱): ۱۶۵-۱۳۳.

زندی، محمدامین، امینی، امراله (۱۴۰۰). اندازه‌گیری ترجیحات زمانی فردی با استفاده از رویکرد آزمایشگاهی. *پژوهش‌های اقتصادی ایران*, ۹۷، ۰۹۰۶۰.۵۹. doi: 10.22054/ijer.2021.59060.947

زینی وند، محمد، جنانی، محمدحسن، همت‌فر، محمود، ستایش، محمدرضا (۱۴۰۰). سوگیری‌های رفتاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی مبتنی بر اطلاعات تکنیکال در بورس اوراق بهادار تهران. *اقتصاد‌مالی*, ۱۵(۵۷)، ۲۳۳-۲۵۸. doi: 10.30495/fed.2021.687929

سعادت زاده حصار، بهزاد، عبدالی، رسول، محمدزاده سالطه، حیدر، نریمانی، محمد (۱۴۰۰). بررسی ارتباط سوگیری شناختی در رفتار سرمایه‌گذاران با واسطه نوسانات قیمت سهام. *اقتصاد‌مالی*, ۱۵(۵۶)، ۳۰۳-۳۲۰. doi: 10.30495/fed.2021.687880۳۲۰-۳۰۳

سید جوادین، سیدرضا، باری، مجتبی و ذیبح زاده، کاظم (۱۳۹۰). رعایت اخلاق در فعالیت‌های بانکی و تأثیر آن بر روابط میان بانک و مشتری. *پژوهشنامه مدیریت اجرایی*, ۳(۵)، ۱۱۷-۱۳۶.

شهلایی، مریم، پدرام، مهدی، حاجی ملا درویش، نرگس (۱۴۰۱). نحوه شکل‌گیری انتظارات نرخ ارز؛ مطالعه آزمایشگاهی. *پژوهش‌های اقتصادی ایران*, ۹۰(۲۷)، ۶۳-۱۰۳. doi: 10.22054/ijer.2021.61148.983

عرفانی، علیرضا (۱۳۸۲). اندیشه‌های اقتصادی دانیل کامن برندۀ جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۲. *مجله تحقیقات اقتصادی*, ۳۸(۳).

عسگری، حشمت‌الله، ابراهیمی، سیداحمد (۱۳۹۹). واکاوی اقتصاد رفتاری در آیات قرآن. *اقتصاد اسلامی*, ۲۰(۸۰)، ۲۵-۵۰.

کشاورز، محمد، دامغانیان، حسین، ابراهیمی، سید عباس، رستگار، عباسعلی (۱۴۰۰). واکاوی نقش حساسیت محیطی بر رفتارهای زیستمحیطی کارکنان با نقش میانجی تلنگر مقایسه اجتماعی و تلنگر سبز. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*, ۳۰(۱۰۲)، ۶۵-۹۶. doi: 10.22054/jmsd.2021.44341.3369

متولی، محمود، رزاقی، عمران محمد، هادی، محمدحسین (۱۳۹۷). رویکرد اقتصادی به اعتیاد؛ چرا اقتصاد رفتاری یک چارچوب تحلیلی مناسب است؟، *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، ۱۰(۳)، ۱۱۳-۱۴۴. doi: 10.22035/isih.2018.2961۴۴

محمدی الموتی، مسعود (۱۴۰۰). مفهوم رفتار عقلایی و مسئله یادگیری از خطأ در اقتصاد نئو کلاسیک: با نگاهی به نقدهای مکتب اتریشی. *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*. ۲۶(۱): ۱۶۹-۲۰۵

منظور، داود، طاهری، مجتبی (۱۳۹۲). عقلانیت اقتصادی در بوته نقد اقتصاد رفتاری. *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*. ۲۱(۶۸): ۱۷۴-۱۵۹

منظور، داود، سیدحسین زاده یزدی، سعید (۱۳۹۸). بازنگری در سیاست‌های مدیریت مصرف بر ق از منظر اقتصاد رفتاری. *فصلنامه پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی*. ۵(۴): ۲۶۳-۲۱۹

Adam Smith (1759), *The theory of moral sentiments*, Printed for A. Millar, and A. Kincaid and J. Bell, London.

Altman, M., 2012, Implications of behavioural economics for financial literacy and public policy, *The Journal of Socio-Economics* 41, 677– 690.

Andreoni, J., & Bernheim, B. D. (2009). Social Image and the 50-50 Norm: A Theoretical and Experimental Analysis of Audience Effects Econometrical, 77(5), 1607-1636.

Becker, G. S. (1974). A Theory of Social Interactions. *Journal of Political Economy*, 82(6), 1063–1093.

Bhole, B. & Ogden, S. (2010). Group lending and individual lending with strategic default. *Journal of development economics*, 91(2), 348-363.

Bishai D.M. (2004), Does time Preference Change with age? *Journal of Population Economics*, Springer, 17(4), pp. 583-602.

Bobek, D., Hageman, A., & Kelliher, C. (2013). Analyzing the Role of Social Norms in Tax Compliance Behavior. *Journal of Business Ethics*, 115(3), 451– 468.

Bulbul, D. (2013), Determinants of trust in banking networks, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 85 No. 1, pp. 236-248.

Cai, C. W. (2020). Nudging the financial market? A review of the nudge theory. *Accounting & Finance*, 60(4), 3341–3365. <https://doi.org/10.1111/acfi.12471>

Camerer, C., & Loewenstein, G. (2004). *Behavioral Economics: Past, Present, Future*. In C. Camerer, G. Loewenstein, & M. Rabin (Eds.), *Advances in Behavioral Economics* (pp. 3-51). Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Cappelen, A. W. Hole, A. D. Sorensen, E., & Tungodden, B. (2007). The Pluralism of Fairness Ideals: An Experimental Approach *American Economic Review*, 97(3), 818-827.
- Cartwright, E. (2018). *Behavioral Economics* (3rd edition). Routledge.
- Christensen Lipe (1993), Analyzing the Variance Investigation Decision: The Effects of Outcomes, Mental Accounting, and Framing, *Accounting Review*, 22(1), pp. 1-9.
- Clark, A. E., Diener, E., Georgellis, Y., & Lucas, R. E. (2008). Lags And Leads in Life Satisfaction: A Test of the Baseline Hypothesis\*. *The Economic Journal*, 118(529), F222–F243. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2008.02150.x>
- Clark, J. M. (1918). Economics and Modern Psycholoy: I. *Journal of Political Economy*, 26(1), 1–30.
- Croson, Rachel & Gächter, Simon, 2010. The science of experimental economics, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Elsevier, vol. 73(1), pages 122-131, January.
- Dahlstrom, R. and. Crosno, J.L. (2008), A meta-analytic review of opportunism in exchange relationships, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 36 No. 2, pp. 191-201
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., & Vlaev, I. (2010). MINDSPACE: Influencing behaviour for public policy [Monograph]. *Institute of Government*. <http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/>
- Duena Blomstrom (2018) *Emotional Banking, Fixing Culture, Leveraging Fin Tech, and Transforming Retail Banks into Brands*, PublisherPalgrave Macmillan Cham.,<https://doi.org/10.1007/978-3-319-75653-0>.
- Dur, R., Fleming, D., van Garderen, M., & van Lent, M. (2021). A social norm nudge to save more: A field experiment at a retail bank. *Journal of Public Economics*, 200, 104443. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2021.104443>.
- Friedman, M. (1953). *Essays in positive economics*. Chicago, Ill.: University of Chicago Press, 3-47.
- George Katona (1951). *Psychological analysis of economic behavior*, McGraw-Hill, New York.
- Goel, A., & Rastogi, S. (2021). Credit scoring of small and medium enterprises: A behavioural approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2021-0093>.
- Gomez, R. & Santor, E. (2003). Do peer group members outperform individual borrowers? A test of peer group lending using Canadian microcredit data. Bank of Canada.
- Hallsworth, M., List, J. A., Metcalfe, R. D., & Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of Public Economics*, 148, 14–31. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2017.02.003>.
- Kahan, D. M., Peters, E., Dawson, E. C., & Slovic, P. (2017). Motivated numeracy and enlightened self-government. *Behavioural Public Policy*, 1(1), 54–86. <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.2>

- Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review* 80(4), 237–251.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). The Psychology of Preferences. *Scientific American*, 160-173.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *The Econometric Society*, 263-292. doi:10.2307/1914185
- Kahneman, D., and A. Tversky, 1979, Prospect theory: an analysis of decision under risk, *Econometrica* 47, 263– 291.
- Kahneman, D., Knetsch, J., & Thaler, R. (1991). Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *The Journal of Economic Perspectives* 5(1), 193-206. doi:10.1257/jep.5.1.193
- Kesharwani, A. and Bisht, S.S. (2012), The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India: an extension of technology acceptance model, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 30 No. 4, pp. 303-322.
- Lancaster, K. (1972). *Consumer Demand: A New Approach* (First Edition). Columbia Univ Pr.
- Leal, C. C., Branco-Illodo, I., Oliveira, B. M. do N., & Esteban-Salvador, L. (2022). *Nudging and Choice Architecture: Perspectives and Challenges*. Revista de Administração Contemporânea, 26. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2022220098.en>.
- McCormick, K. (2018). James Duesenberry as a practitioner of behavioral economics. *Journal of Behavioral Economics for Policy*, 2(1), 13–18.
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21, 5–15. <https://doi.org/10.1108/02652320310457767>
- Mullainathan, S., & Thaler, R. (2000). Behavioral Economics (NBER Working Paper No. 7948). *National Bureau of Economic Research*, Inc. <https://econpapers.repec.org/paper/nbrnberwo/7948.htm>
- Mulligan Robert F. (2007), Property Right and Time Preference. *Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 10, No. 1, pp. 23-49.
- Nava Ashraf, Dean Karlan, Wesley Yin, Tying Odysseus to the Mast: Evidence From a Commitment Savings Product in the Philippines, *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 121, Issue 2, May 2006, Pages 635–672, <https://doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.635>
- Rosa, P. M. (2022). Nudging is the Architecture of Choice in the World of Banking. *Journal of Contemporary Administration*, 26(5), e220073. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2022220073.en>.
- Simon, H. (1978). rational decision-making in business organizations. *The American Economic Review*, 493-513.
- Tarde, G. (1902). *La psychologie économique* [EconomicPsychology] (2 vols). Paris; Alcan.
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science* 4 (3), 199-214. doi:10.1287/mksc.4.3.199

- Thaler, R. H. (2016). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics* (Reprint edition). W. W. Norton & Company.
- Thaler, R. H., and C. R. Sunstein, 2008, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*,London: Yale University Press, New Haven, CT.
- The Behavioural Insights Team. (2014). East: Four simple ways to apply behavioural insights
- Wenzel, M. (2005). Misperceptions of social norms about tax compliance: From theory to intervention. *Journal of Economic Psychology*, 26(6), 862–883.
- Youafzai, S.Y.J., Pallister, J. and Foxall, G.R. (2005), Strategies for building and communicating trust in electronic banking: a field experiment, *Psychology & Marketing*, Vol. 22 No. 2, pp. 181-201.



**فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی**