سال یازدهم، شماره ۴۲، تابستان ۱۴۰۲، صفحات ۱۳۵–۹۱

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 واسطه‌گری 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 دهی‌شان را کاهش می‌دهند؛ از طرفی استفاده از تکنیک‌های اجرایی سخت‌گیرانه وصول مطالبات همچون اخذ جرائم موجب به وجود آمدن درجه بالایی 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 مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری‌شده و با تحلیل تم مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی برای وصول مطالبات بانک‌ها شناسایی‌شده 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، برجستگی، زمینه‌سازی ذهنی، تحریک هیجانات، اخذ تعهدات و ایجاد عزت‌نفس است به منظور وصول مطالبات بانک بهره برد. نتایج آزمایش صورت گرفته در ۲۰۰ پرونده تسهیلاتی حاکی از آن است که درصورتی‌که 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

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۶

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

۱. مقدمه

در اقتصاد متعارف (نئوکلاسیک) فرض می‌شود که انسان‌ها «عقلانیت کامل»، «خویشتن‌داری کامل» و «منفعت‌طلبی کامل» دارند؛ بنابراین، نیازی به مداخله خط‌مشی‌گذاران توسط هیچ‌کس دیگری در کار آن‌ها نیست. چنین تصویری از انسان‌ها که تالر[1] (برنده نوبل سال ۲۰۱۷) به‌اختصار «انسان‌های اقتصادی» (ربات‌ها، اسپرک‌ها) می‌نامد، محور همه نظریه‌ها و مدل‌های «اقتصاد متعارف» است. نتایج آزمایش‌ها اقتصادی[2] صورت گرفته حاکی از آن است که بسیاری از رفتارهای انسان‌های عادی (سیندرلاها، سیمپسون‌ها) با نظریه‌ها و مدل‌های «اقتصاد متعارف» مطابقت ندارد و رفتارهای خارج از قاعده[3] استنباط 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[4]، 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 (دوئنابلامستروم[5]، ۲۰۱۸:۱۱۰). در بررسی رفتار گیرندگان تسهیلات بانکی برخی از کج‌رفتاری‌ها استنباط گردیده است، اینکه چرا تسهیلات گیرندگان مطالبات خود را به‌موقع پرداخت نمی‌کنند؟ چرا برخی از مشتریان با توان

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

مالی خوب همچنان در پرداخت قسط تأخیر می‌کنند؟ چرا باوجود جریمه تأخیر مشتریان مطالبات خود را پرداخت نمی‌کنند؟ چرا سیاست‌های بانک‌ها جهت کاهش مطالبات فاقد کارایی لازم است و این سیاست‌ها نه‌تنها 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 برون‌زا، نبود انگیزه‌ی درونی و جبر فضای اقتصادی به‌تنهایی 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 گره‌های کور اقتصاد ایران تبدیل‌شده است، سیاست‌های وصول مطالبات عمدتاً برافزایش جرائم تمرکز داشته است و منجر شده که برای مردم عذاب‌آور و پرتنش باشند، این در حالی است که بسیاری از بدهکاران از طریق ملاحظات پولی برانگیخته نمی‌شوند بنابراین استفاده از تکنیک‌های اجرایی سخت‌گیرانه وصول مطالبات موجب درجه بالایی از بیگانگی با دولت خواهد شده که اثر منفی بر اعتماد مردم به سیستم بانکی خواهد داشت، اعتماد[1] برای رشد و توسعه اقتصادی در صنعت بانکداری بسیار مهم است (یوسف زایی[2] و همکاران، ۲۰۰۵: موکرجی و نات[3]، ۲۰۰۳؛ کشاورانی و بیش[4]، 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 (بالبیل[5]، ۲۰۱۳). اعتماد و فرصت‌طلبی گرایش‌های بین فردی هستند که ثبات و ریسک صنعت مالی را تعریف می‌کنند (داهلستروم[6] 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

این روند، خطرهای جدی برای نظام بانکی کشور و کل اقتصاد ایران خواهد داشت. هدف پژوهش حاضر در مرحله نخست درصدد معرفی اقتصاد رفتاری و کاربردهای آن در جهت وصول مطالبات بانک است. در مرحله بعدی سعی شده است با استفاده از تلنگرها[۱] که ابزار کارآمد در حوزه اقتصاد رفتاری است راه‌کارهای بهره‌مندی از این ابزار، در جهت کاهش مطالبات بانک‌ها ارائه گردد. در معماری انتخاب، تلنگر یک محرک ملایم است که بر رفتار افراد به روشی قابل پیش‌بینی تأثیر می‌گذارد، بدون اینکه مانع پیشرفت جایگزین‌های احتمالی شود (لیال[۲] 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)[۳]، به‌عنوان "واحد تلنگر" شناخته شد، سال ۲۰۱۴ در آمریکا گروه علوم اجتماعی و رفتاری کاخ سفید ایالات‌متحده 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. اثرگذاری 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 کاهش 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؛ نیشگون، ترغیب

2. Leal
3. Behavioral Insights Team

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

هزینه‌های زیادی را جهت وصول مطالبات بانکی متحمل می‌شوند این در حالی است که با بهره‌مندی از تلنگرها می‌توانند، با هزینه کمتری اقدام به وصول مطالبات نمایند. بی‌گمان مطالعه در حوزه اقتصاد رفتاری به‌ویژه ادغام آن با صنعت بانکداری به درک پژوهشگران و سیاست‌گذاران بانکی از پدیده‌های دنیای واقعی کمک شایانی خواهد کرد و در پیشروی آن‌ها به‌سوی 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 ارائه‌شده و در بخش سوم به روش تحقیق پرداخته می‌شود و در بخش چهارم به بحث در خصوص تجزیه‌وتحلیل 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 پرفرازونشیب دارد و سخت است که بگوییم اقتصاد رفتاری از چه زمانی آغاز گشته است. آدام اسمیت در کتاب «نظریه عواطف اخلاقی[1]» که در سال ۱۷۵۹ انتشار یافت، توضیح می‌دهد که مردم تنها به دنبال منافع شخصی خود نیستند، بلکه به‌طور طبیعی با دیگران احساس همدردی می‌کنند و همچنین تمایل ذاتی به فضایل اخلاقی دارند (به نقل از ادوارد کارترایت[2]، ۲۰۱۸). در سال ۱۹۰۲ نیز گابریل تاردی[3] کتاب روان‌شناسی اقتصاد[4] 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[5] توسط جیمز دوزنبری[1] 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]
[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

یکدیگر ارتباط داشته و مستقل از هم نیست و اثر تظاهری[۲] و چرخ دهنده[۳] را معرفی می‌کند، مک کورمیک[۴] (۲۰۱۸) در مقاله «دوزنبری یک متخصص اقتصاد رفتاری» به بررسی نظریات دوزنبری و ارتباط آن با اقتصاد رفتاری پرداخته است. به‌طورکلی تا قبل از سال ۱۹۵۰ مطالعات پراکنده‌ای در ارتباط بین روان‌شناسی و اقتصاد صورت گرفته است، عمده مطالعات صورت گرفته در باب اقتصاد رفتاری به‌عنوان شاخه‌ای از علم اقتصاد مربوط به بعد از سال ۱۹۵۰ است. بررسی‌ها نشان می‌دهد جرج کاتونا[۵] 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 روانشناسانِ رفتارهای اقتصادی» به چاپ رساند. از طرفی شاید بی‌راه نباشد اگر بگوییم شهودی که نظریه بازی‌ها و استفاده از تجارب آزمایشگاهی در تحلیل‌های اقتصادی به علم اقتصاد بخشید بسیار در تغییر نگرش اقتصاددانان مؤثر بود و همین امر نیز بیش از هر چیزی در شکل‌گیری 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 آزمایش‌هاست و این یعنی اقتصاد متعارف در این زمینه به‌نوعی بن‌بست رسیده بود و حال فضا برای شاخه‌هایی همچون اقتصاد رفتاری بیش‌ازپیش باز بود. از پیشگامان این حوزه می‌توان به ورنون اسمیت[۶] و رینهارد سِلتِن[۷] اشاره نمود که هر دو آن‌ها جز برندگان نوبل اقتصاد می‌باشند. اسمیت[۸] از تجارب آزمایشگاهی برای تحلیل نتایج اقتصاد استفاده کرد و عرصه اقتصاد آزمایشگاهی را به وجود آورد و سلتن[۹] با تحلیل‌های خود درباره نظریه بازی‌های غیرهمکارانه توانسته در شکل‌گیری اقتصاد

1. Duesenberry
2. Demonstration Effect
3. Ratchet effect
4. Ken McCormick
5. George Katona
6. Vernon Lomax Smith
7. Reinhard Selten
8. https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2002/summary/
9. https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1994/press-release/

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

رفتاری نقش‌آفرینی کند. از طرفی مطالعات دانشمندانی همچون هربیت سایمون[1]، دانیل کانمن و آموس تورسکی[2] 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 به‌اندازه کافی واقع‌گرایانه است و مدعی است که نظریات را نمی‌توان با مقایسه مستقیم فرض‌های آن با واقعیت آزمون کرد (فریدمن[3]، 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 کانمن و آموس تورسکی مقاله «نظریه چشم‌انداز: تجزیه‌وتحلیلی در مورد تصمیم تحت ریسک» در سال ۱۹۷۹ به چاپ رساندند، این مقاله بر نظریه مطلوبیت انتظاری[4] نقدی اساسی وارد کرده است (کانمن و آموس تورسکی، ۱۹۷۹) هرچند قبلاً لنکستر[5] (۱۹۷۱) مدعی بود مطلوبیت تابعی از ویژگی‌های کالاهاست و گری بکر[6] (۱۹۷۴) نیز مدعی بود که روابط درون‌خانواده‌ای، رفتار خیریه‌ای[7]، کالاهای ایدئال[8] و نفرت و دشمنی[9] بر مطلوبیت فرد اثرگذار است. کانمن و تورسکی در آزمایش‌های خود نشان دادند که مردم در مقایسه پیامدها یا نتایج احتمالی با پیامدها یا نتایجی که با اطمینان حاصل می‌شوند، وزن کمتری به پیامدهایی می‌دهند که احتمالی هستند. این تمایل به وزن‌دهی کمتر به پیامدهای احتمالی، «اثر قطعیت[10]» 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

دارد. مضاف بر این، اثر انزوا[1] موجب می‌شود زمانی که یک انتخاب یکسان، به شیوه‌های گوناگون مطرح شود، افراد ترجیحات ناسازگار داشته باشند. از دیگر پژوهش‌های کانمن و تورسکی می‌توان به «روانشناسی پیش‌بینی» و «روانشناسی رجحان‌ها» اشاره کرد (کانمن و توریسکی، ۱۹۷۳،۱۹۸۲). کانمن به خاطر «واردکردن بینش‌های حاصل از تحقیقات روانشناسی به علم اقتصاد به‌خصوص در حوزه تصمیم‌گیری و قضاوت‌های انسان در شرایط عدم اطمینان» جایزه نوبل اقتصاد ۲۰۰۲ را برنده شدند. ریچارد تالر در زمره افرادی است که اقداماتش سبب شده که اقتصاد رفتاری را از یک شاخه حاشیه‌ای و حتی بحث‌برانگیز و موردشک، به یکی از مباحث اصلی علم اقتصاد بدل شود. کتاب کج‌رفتاری 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 تجزیه‌وتحلیل 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 به‌تنهایی برای تحلیل رفتار مصرف‌کننده کافی نیست و برای ارزیابی تصمیمات افراد به مفاهیم روان‌شناختی نیاز است. طبق نظریه حسابداری روانی[2]، انسان‌ها تمایل دارند که تصمیمات مالی خود را از طریق ایجاد حساب‌های جداگانه در ذهن خود ساده‌سازی کنند و تصمیمات فردی خود را به‌جای در نظر گرفتن کل دارایی، بر اساس تأثیری که این تصمیمات روی هرکدام از این حساب‌های ذهنی می‌گذارند، اتخاذ کنند (تالر، ۱۹۸۵) تالر معتقد است سوگیری وضع موجود[3] به همراه ترکیبی از زیان گریزی[4] و اثر موهبت[5]، 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. به‌عبارت‌دیگر

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

افراد تمایل دارند در برابر تغییر مقاومت و مخالفت کنند مگر آنکه سود ناشی از آن، از زیان حاصله بیشتر باشد (کانمن و همکاران[1]، ۱۹۹۱). به اعتقاد تالر، خط فکری «اقتصاد رفتاری» در نه مفهوم ذیل خلاصه می‌شود: «عقلانیت کامل»، «عقلانیت محدود»، «خویشتن‌داری محدود»، «خود منفعتی حدود»، «میانبرها»، «سوگیری‌ها»، «قیم مآبی آزادی خواهانِ[2]»، «تلنگر» و «معماری انتخاب» (تالی، ۲۰۱۶). به‌طورکلی حوزهٔ نوظهور «اقتصاد رفتاری» دربردارنده‌ی این مفهوم است که: انسان‌ها مرتکب کج‌رفتاری می‌شوند. سه کج‌رفتاری 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 متوسل می‌شوند، (۲) انسان‌ها در برابر وسوسه‌ها خویشتن‌داری و تحمل ندارند، گزینه‌های حال را به گزینه‌های آینده ترجیح می‌دهند و فاصله امروز تا فردا را بیش از فاصله فردا تا پس‌فردا می‌پندارند؛ 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 نویسندگان متعددی در پیدایش اقتصاد رفتاری نقش مهمی داشته‌اند. اقتصاددانانی چون جرج آکرلوف (برنده جایزه نوبل ۲۰۰۲)، کون مورفی و رابرت فرانک گام‌های ارزنده‌ای را در آثار خود جهت ارتقای این مکتب برداشته‌اند و می‌توان آنان را حتی از پیشگامان این مکتب به‌حساب آورد (به نقل از: حسینی، ۱۳۸۳). کامرر و لاوینستین[3] (۲۰۰۴) مولیناتان و تالر[4] (۲۰۰۰) کلارک و همکاران[5] (۲۰۰۸)، رابرت چلدینی[6]، دن آریلی[7]، دن هیث[8] و چیپ[9] و... از دیگر نویسندگان 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

همان‌طور که بیان گردید، انسان‌ها همواره با کج‌رفتاری‌های مواجه‌اند و اقتصاددانان رفتاری استدلال می‌کنند که برای کمک به مردم در غلبه بر کج‌رفتاری‌ها، باید با دست‌کاری در محیط انتخاب انسان‌ها (معماری انتخاب) به آن‌ها تلنگر یا سقلمه زد تا تصمیمی به نفع خودشان بگیرند به‌طوری‌که 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. به‌طورکلی معماران انتخاب، باید محیط انتخاب را طوری طراحی کنند که در آن مردم از انتخاب محصولات و برخی خدمات خاص دلسرد شوند و به انتخاب‌های دیگری روی بیاورند (تالر و سانستین، ۲۰۰۸). تلنگرها بینش‌هایی را در قلمرو علوم رفتاری در مورد نحوه تصمیم‌گیری به ارمغان 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 (روسا[1]، 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 درفروش کالاهای نامرغوب کردند تالر به چنین رفتاری غیراخلاقی «لجن[2]»[3] 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. عمدتاً تغییر رفتار موضوع بااهمیتی است روش‌های تغییر رفتار در علوم مختلف از

1. Rosa
2. Sludge

۳. شاید ترجمه شیطنت برای این واژه مناسب‌تر باشد.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

طریق فرهنگ‌سازی، آموزش، تشویق و تنبیه و ... است که خیلی پرهزینه است اما تغییر رفتار در اقتصاد رفتاری بسیار کم‌هزینه است و با تلنگر می‌توان به‌راحتی و با کارایی بیشتر تغییر رفتار اتفاق افتد. البته باید توجه داشت که تلنگرها هرگز افراد را مجبور به تصمیم‌گیری نمی‌کند. به‌طورکلی تلنگرها نه یک قانون است و نه یک الزام بله یک انتخاب است (روسا، ۲۰۲۲). به‌هرحال ملاحظات اخلاقی در تلنگر وجود دارد اما نمی‌توان کاری کرد فقط مردم باید آگاه شوند. به‌طورکلی پیشرفت علم چالش‌های خود را دارد و تیغ دولبه است. در سیستم بانکی مشتری، اصلی‌ترین سرمایه بانک است و این مشتریان به‌عنوان افراد عادی جامعه با کج‌رفتاری‌هایی مواجه‌اند و بانک‌ها جهت حفظ مشتریان خود موظف‌اند برای غلبه بر کج‌رفتاری‌ها به مشتریان خود کمک نمایند. برنامه بانکی به افراد کمک می‌کند الگوهای مخارج خود را تجزیه‌وتحلیل کنند و آنچه را که می‌توانند کنار بگذارند محاسبه کنند و وجوه مازاد را به‌طور خودکار به‌حساب پس‌انداز دلخواه خود منتقل کنند. سیدجوادین 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 به‌عنوان 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[1]، ۲۰۲۱).

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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 به‌گونه‌ای 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، NUDGES، MINDSPACET، EAST و E6 از نمونه‌های این ابزارهاست که در ادامه به‌صورت 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 انتخابNUDGES

	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 (ارتقای 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 سزایی برخوردارند. پس با دقت به آن‌ها بیندیشید.
Give feedback	گرفتن بازخورد (خلق تجربه)	افراد یاد می‌گیرند. پس زمانی که کارها به‌خوبی یا به بدی پیش می‌رود، به آن‌ها بازخور بده
Expect error	انتظار ارتکاب خطا	افراد اشتباه می‌کنند. پس باید تا حد امکان اشتباهات آن‌ها را بخشید.
Structure complex choices	سازمان بخشیدن به انتخاب‌های پیچیده (کاهش پیچیدگی)	هرچه انتخاب‌ها پیچیده‌تر باشند، مشکلات بیشتری برای فرد به وجود می‌آید، پس هر چیزی را ساده‌تر کن.

منبع: تالر و سانستین (۲۰۰۸)

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

EAST که بر مبنای nudge تدوین شد است یک ابزار سیاستی مفیدی برای تغییر رفتار است، دولت انگلستان «تیم بینش‌های رفتاری[1]» را باهدف استفاده از آموزه‌های علوم رفتاری در بهبود سیاست‌ها تشکیل داد. این تیم در سال ۲۰۱۴، چارچوبی ساده‌تر پیشنهاد می‌دهد که به EAST[2]مشهور می‌شود؛ طبق این چارچوب، برای طراحی یک سیاست خوب، باید به چهار محور زیر توجه شود[3]:

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[4]، 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

- موقعیت‌شناس باشید؛ 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 کابینه دولت انگلستان ارائه‌شده است. MINDSPACE، مخفف ۹ ابزار (اهرم) در سیاست‌گذاری تغییر رفتار است. جدول (۲) اصول این ابزار را به‌صورت اجمالی نشان می‌دهد.

جدول ۲. ابزار MINDSPACE در سیاست‌گذاری تغییر رفتار

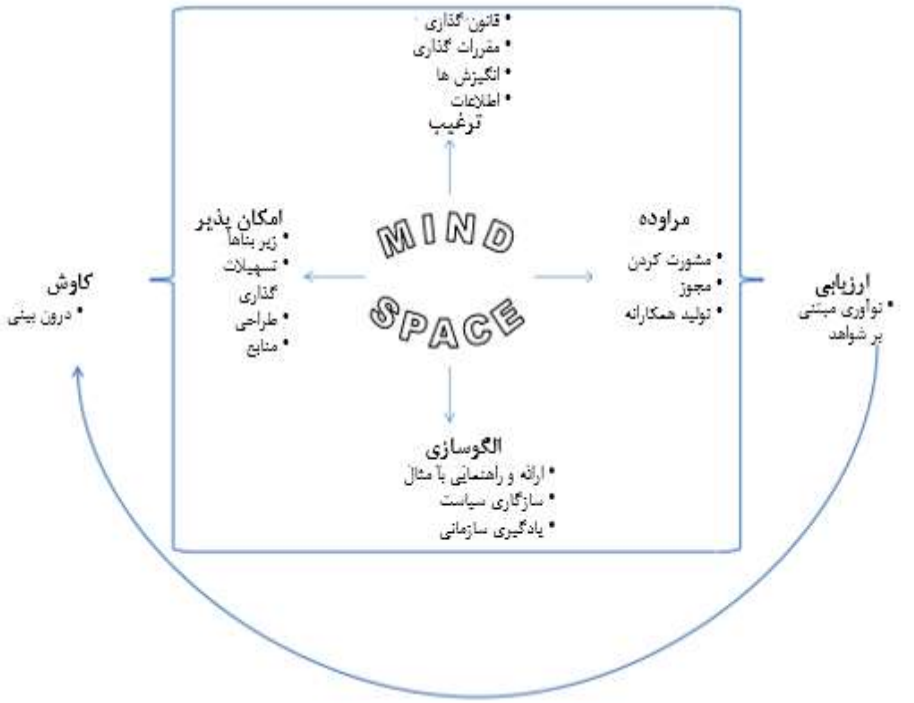
	اصول	توضیح اجمالی
Messenger	انتخاب پیام‌رسان مناسب	ما به‌شدت از کسانی که اطلاعات را به ما یادآوری می‌کنند، تأثیر می‌پذیریم.
Incentives	استفاده از مشوق‌ها	پاسخ ما به مشوق‌ها توسط میانبرهای ذهنی همچون اجتناب از زیان شکل‌گرفته است.
Norms	تغییر و بهبود هنجارها	ما به‌شدت ازآنچه دیگران انجام می‌دهند، اثر می‌پذیریم.
Defaults	تنظیم گزینه‌های پیش‌فرض	ما با جریان از پیش تعیین‌شده همراه می‌شویم.
Salience	ایجاد برجستگی در پیام	توجه ما به موضوعات جدید و مسائلی که به ما مربوط می‌شوند، جلب می‌شود.
Priming	زمینه‌سازی ذهنی	رفتار ما معمولاً از نشانه‌های زیر آستانه‌ای یا ناخودآگاه اثر می‌پذیرند.
Affect	تحریک هیجانات	تداعی‌های هیجانی ما، رفتار ما را جهت می‌دهند.
Commitments	اخذ تعهدات داوطلبانه	ما می‌خواهیم سازگار با وعده‌های عمومی عمل کنیم و خوبی دیگران جبران کنیم.
Ego	ایجاد عزت‌نفس	افراد به‌گونه‌ای رفتار می‌کنند که احساس بهتری نسبت به خودشان داشته باشند.

منبع: دولان و همکاران ۲۰۱۰

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

چارچوب 6E نیز توسط دولان و همکاران ۲۰۱۰ پیشنهادشده است این ابزارها شامل: مراوده[1]، ترغیب[2]، الگوسازی[3]، امکان‌پذیر کردن[4]، کاوش[5] و ارزیابی[6] است که در شکل ذیل ترسیم‌شده است.



شکل ۱. چارچوب 6E

منبع: دولان و همکاران ۲۰۱۰

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

پیشینه پژوهش

«گویدو آیمبنز[1]»، «جاشوا انگریست[2]» و «دیوید کارد[3]» به دلیل مطالعه درزمینه 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[4]. ویوکی[5] (۲۰۲۰) در پژوهش خود به بررسی تعداد مقالات چاپ‌شده 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 چاپ‌شده 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[6] (۲۰۰۵) بوبک[7] و همکاران (۲۰۱۳)، هالث ورث[8] (۲۰۱۷) صورت گرفته است که عمده نتایج آن‌ها معنادار بودن اثر تلنگرها بر مالیات‌ستانی است. رابرت دور و همکاران[9] (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 بیشتر 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

بهله و وگدن[1] (۲۰۱۰) با فراهم آوردن محیط آزمایشگاهی و در نظر گرفتن فروض مختلف، به طراحی استراتژی بین بانک و مشتریان درخواست‌کننده 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 یین[2] (۲۰۰۶)، با همکاری بانک سبز کارگا، یک بانک روستایی در فیلیپین، یک مطالعه پیمایشی در سطح خانوارها و در میان ۱۷۷۷ مشتری حال یا گذشته بانک صورت گرفت که در قسمت‌هایی از آن سؤالاتی در مورد ترجیحات فرضی زمانی آن‌ها پرسیده شد. در این مطالعه از نیمی از افراد موردمطالعه پیشنهاد افتتاح حساب جدیدی به نام SEED[3] داده شد. در مورد باقی افراد، با نیمی از آن‌ها اصلاً تماسی گرفته نشده (گروه کنترل) و نیمی دیگر ترغیب به افزایش پس‌انداز در حساب‌های موجود شدند (گروه بازاریابی). حساب‌های SEED طوری طراحی‌شده 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 اولیه که جذابیت حساب برای کسانی بود که نیاز داشتند با تعهد به پس‌انداز خود را از تورش حال رها سازند، سازگار بود. گومز و سنتوز[4] (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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]
[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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

پژوهش‌های زیادی با بهره‌مندی از نظریه بازی‌ها به تشریح اقتصاد رفتاری پرداخته‌اند، ازجمله بازی‌های اقتصاد رفتاری می‌توان به: معمای زندانی، بازی اولتیماتوم، بازی دیکتاتور، بازی اعتماد، بازی کالاهای عمومی و مدل‌های ترجیحات اجتماعی[1] اشاره کرد (اندرونی و برنهیم، ۲۰۰۹). در مدل‌های ترجیحات اجتماعی (پرهیز از نابرابری) این فرض مبنا قرار می‌گیرد که انسان‌ها نه‌تنها به منفعت خود توجه دارند، بلکه منفعت نسبی خود را در مقایسه با دیگران نیز لحاظ می‌کنند. این مدل‌ها شامل: مدل فهراشمیت[2] (۱۹۹۹)، مدل بولتن و اکنفلز[3] (۲۰۰۰) و مدل چارنس و رابین[4] (۲۰۰۲) می‌باشند (به نقل از کاپلن[5] 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 ذکرشده است.

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده/ نویسندگان	عنوان	شرح
عرفانی (۱۳۸۲)	اندیشه‌های اقتصادی دانیل کانمن برنده جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۲	-تشریح پایه‌های اقتصاد رفتاری -تشریح تصمیم‌گیری و قضاوت در شرایط نا اطمینانی از دیدگاه کانمن
رضایی و موحدی (۱۳۹۰)	ضرورت گفتگوی میان علم اقتصاد و روان‌شناسی	-برشمردن کاستی‌های برخی نظریات اقتصادی در مواجهه با مشاهدات واقعی و برخی پیشروی‌های نظری در راستای گفتگوی این علم اقتصاد و روان‌شناسی - تأکید بر طراحی دوره‌های مطالعاتی میان‌رشته‌ای، علم اقتصاد و روان‌شناسی
منظور و طاهری (۱۳۹۲)	عقلانیت اقتصادی در بوته نقد اقتصاد رفتاری	- 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 تجزیه‌وتحلیل‌های اقتصادی را افزایش داده و ویژگی‌های خاص این علم (بینش تئوریک، پیش‌بینی پدیده‌ها و سیاست‌های مناسب) را بهبود بخشیده‌اند. -تشریح نظریات دانشمندان حوزه اقتصاد رفتاری
رهبر و امیری (۱۳۹۳)	اقتصاد رفتاری و سیاست‌گذاری عمومی	-تشریح اصول لازم جهت تبیین سیاست‌گذاری عمومی بر اساس رویکرد اقتصاد رفتاری نظیر توجه به تصمیم‌گیری‌های شهودی، اهمیت رفتارهای اجتماعی، اهمیت باورها و عقاید و... اشاره‌شده است - مدل‌های سیاست‌گذاری در اقتصاد بسیار پیچیده‌تر و گسترده‌تر از آن است که در مدل‌های متعارف در نظر گرفته می‌شود.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده/ نویسندگان	عنوان	شرح
امیری (۱۳۹۶)	اقتصاد رفتاری و فرار مالیاتی	-تشریح بنیان‌های نظری اقتصـــاد رفتاری و دلالت-های آن برای سیاست‌گذاری در حوزه مالیات و کاهش فرار مالیاتی
متوسلی و همکاران (۱۳۹۷)	رویکرد اقتصادی به اعتیاد؛ چرا اقتصاد رفتاری یک چارچوب تحلیلی مناسب است؟	- 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.
تیموری و همکاران (۱۳۹۶)	نقد انتخاب عقلانی از منظر رویکردهای رقیب: اقتصاد رفتاری، آزمایشگاهی و علوم مغزی	- 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 فراگیر در تمام جنبه‌های زندگی انسان را نیز تأیید کرد و احتمالاً انسان‌ها ازآنچه اقتصاد رفتاری فرض می‌کند، عقلانی‌تر عمل می‌کنند.
جلالی و همکاران (۱۳۹۸)	اثر کمک در فعالیت تیمی بر چرخش انگیزه‌های فردی: رهیافت اقتصاد آزمایشگاهی در قالب یک بازی پویا	- با طراحی یک بازی شامل ۱۸۶ دانشجو 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.
جلالی و نصراللهی (۱۳۹۸)	اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر چرخش انگیزه‌ها: رهیافت اقتصاد رفتاری مبتنی بر نظریه بازی‌ها	- 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده/ نویسندگان	عنوان	شرح
منظور و سید حسین زاده (۱۳۹۸)	بازنگری در سیاست‌های مدیریت مصرف برق از منظر اقتصاد رفتاری	-در این مقاله ضمن آسیب‌شناسی راهکارهای مطرح‌شده درزمینه مدیریت مصرف برق از منظر اقتصاد رفتاری و با عنایت به ابزارها و تجارب اقتصاد رفتاری، پیشنهادهایی به‌منظور اصلاح و بازنگری رویکردهای رایج ارائه شد. یکی از مهم‌ترین این پیشنهادها تأسیس واحدی در صنعت برق به‌عنوان "واحد تلنگر" است.
احمدی و معطوفی (۱۳۹۹)	بررسی عقلانیت اقتصاد رفتاری در حسابداری ذهنی بامطالعه اقتصاد آزمایشگاهی	-در این پژوهش با فراهم کردن یک محیط آزمایشگاهی و استفاده از سی بازیگر، یک آزمایش اقتصادی طراحی شد. -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.
عسگری و ابراهیمی (۱۳۹۹)	واکاوی اقتصاد رفتاری درآیات قرآن	-با بررسی آیات استخراج‌شده از قرآن کریم شش مورد از مهم‌ترین عوامل «انگار بی‌ربط» 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 خویشتن‌داری محدود.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده/ نویسندگان	عنوان	شرح
محمدی (۱۴۰۰)	مفهوم رفتار عقلایی و مسئله یادگیری از خطا در اقتصاد نئوکلاسیک: با نگاهی به نقدهای مکتب اتریشی	-این مقاله با توضیح مفهوم رفتار عقلایی در اقتصاد نئوکلاسیکی و ارتباط آن با فرضیه انتظارات عقلایی به دو پرسش پاسخ می‌دهد: آیا یادگیری از خطا نقشی در مفهوم نوکلاسیکی رفتار عقلایی دارد؟ اگرنه، آیا ایده یادگیری از خطا می‌تواند کمکی به توسعه مفهوم رفتار عقلایی در علم اقتصاد کند؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها، معنای انتخاب عقلایی که در اقتصاد نئوکلاسیکی طرح‌شده و نقدهایی که بر آن توسط نظریه‌های انتخاب تحت شرایط نا اطمینانی و اقتصاد رفتاری واردشده است، موردبررسی قرار می‌گیرند.
احمدی و همکاران (۱۴۰۰)	ارزیابی مدل‌های سنجش فرار مالیاتی از اقتصاد نئوکلاسیک تا اقتصاد رفتاری: رهیافت تحلیل سلسله مراتبی در اقتصاد ایران	-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 ابهام گریزی 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.
زندی و امینی (۱۴۰۰)	اندازه‌گیری ترجیحات زمانی فردی با استفاده از رویکرد آزمایشگاهی	-هدف از انجام این پژوهش تخمین ترجیحات زمانی فردی بر روی نمونه‌ای ۷۰ تایی از دانشجویان است. برای این منظور از روش آزمایشی، استفاده شد. شیوه‌ی استفاده‌شده برای استخراج ترجیحات زمانی فردی لیست قیمت چندگانه که در آن افراد در معرض انتخاب‌های چندگانه‌ی پولی قرار می‌گیرند، بود.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده/ نویسندگان	عنوان	شرح
سعادت زاده و همکاران (۱۴۰۰)	بررسی ارتباط سوگیری شناختی در رفتار سرمایه‌گذاران باواسطه نوسانات قیمت سهام	-در این مقاله با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته‌شده به شناسایی و مقایسه شدت و جهت تأثیر مؤلفه‌های سوگیری شناختی، در رفتار سرمایه‌گذاران باواسطه نوسانات قیمت سهام پرداختند. -روش پژوهش توصیفی- همبستگی از نوع تحلیل مسیر است و جامعه آماری شامل کلیه سرمایه‌گذاران شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است که به روش نمونه‌گیری در دسترس- اتفاقی ۳۸۴ نفر انتخاب شد. -نتایج نشان داد که سوگیری‌های شناختی تحت شرایط نوسان کم کاهش‌یافته 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 اشتباهات را بالا می‌برد.
زینی وند و همکاران (۱۴۰۰)	زینی وند و همکاران (۱۴۰۰) سوگیری‌های رفتاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی مبتنی بر اطلاعات تکنیکال در بورس اوراق بهادار تهران.	-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 مورد آزمون قرار گرفت. تعداد ۳۸۵ سرمایه‌گذار حقیقی و ۱۰۰ سرمایه‌گذار حقوقی به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب‌شده و پرسشنامه‌های تحقیق در اختیار آنان قرار گرفت. -نتایج نشان داد که تورش‌های رفتاری سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی اثرات متفاوتی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری آن‌ها در سطوح 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 کوته نگری، خوش‌بینی مفرط و تحلیل تک‌بعدی بین این دو گروه از سرمایه‌گذاران یکسان بوده است.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

ادامه جدول ۲. خلاصه پیشینه پژوهش‌های داخلی

نویسنده/ نویسندگان	عنوان	شرح
کشاورز و همکاران (۱۴۰۰)	واکاوی نقش حساسیت محیطی بر رفتارهای زیست‌محیطی کارکنان با نقش میانجی تلنگر مقایسه اجتماعی و تلنگر سبز	- در این مقاله با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته‌شده به تعیین تأثیر حساسیت محیطی بر رفتارهای زیست‌محیطی کارکنان با توجه به میانجی‌گری تلنگرهای مقایسه‌ی اجتماعی و سبز است. نمونه-آماری پژوهش ۱۸۹ نفر از کارکنان سازمان محیط‌زیست استان سمنان است که به روش تصادفی انتخاب شدند. -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.
شهلایی و همکاران (۱۴۰۱)	نحوه شکل‌گیری انتظارات نرخ ارز؛ مطالعه آزمایشگاهی	-در این مقاله به‌منظور 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 گرفته‌شده است. در این چارچوب درحالی‌که انتظارات عقلانی رد می‌شود، انتظارات تطبیقی رد نمی‌شود. افراد فارغ از توانایی‌های شناختی به شکل یکسانی انتظارات خود را شکل می‌دهند و شکل‌گیری انتظارات میان افراد مختلف یکسان است. در این آزمایش افراد نسبت به مقادیر جدید نرخ ارز -که در این چارچوب به‌عنوان ادراک نوفه فرض می‌شود- بیش‌واکنشی نشان داده‌اند.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

در خصوص بهره‌مندی از اقتصاد رفتاری جهت وصول مطالبات مطالعه‌ای یافت نشده است، با توجه به تعداد معدود پژوهش‌هایی که درزمینه 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 تلنگرهایی 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 خط‌مشی‌گذاری و تغییر رفتار) که به سؤالات مصاحبه از قبیل چگونه می‌توان از ابزارهای اقتصاد رفتاری در جهت وصول مطالبات بهره برد؟ پاسخ دادند. که در تحقیق کنونی با ۱۵ مصاحبه اشباع[1] 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 انجام‌شده به روش تحلیل تم موردبررسی قرارگرفته است. بعد از استخراج شاخص‌ها، تلنگرها را برای نمونه کوچک مورد آزمون قرارگرفته است. روش آزمایشگاهی، به‌کارگیری شیوه‌های آزمونی برای مطالعه مسائل اقتصادی است. آزمایش‌های اقتصادی به شکل شبیه‌سازی یا آزمون‌های ایفای نقش نیستند، بلکه این آزمایش‌ها با افراد واقعی سروکار دارند که در موقعیت‌های خطیر، دست به انتخاب می‌زنند (مولیجان[2]، ۲۰۰۷).

1. Saturation
2. Mulligan

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

برای دستیابی به چنین محیطی باید انگیزه‌های مناسب رفتاری را در افراد پدید آورد (بیشای[1]، ۲۰۰۴).

جهت سنجش اثر نهایی تلنگر بر مطالبات بانکی بر اساس مقاله کاهن و همکاران[2] (۲۰۱۷) ماتریس ذیل تشکیل می‌گردد[3]:

جدول ۳. سنجش اثرگذاری یک تلنگر

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

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 ΔP 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.

٤. تجزیه‌وتحلیل نتایج

نتایج حاصل از مصاحبه

در این قسمت ابتدا معرف‌های به‌دست‌آمده از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان در ابزارهای اقتصاد رفتاری جهت وصول مطالبات موردبررسی قرارگرفته است. مصاحبه‌های انجام‌شده با تحلیل تم بررسی‌شده 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.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

جدول ۴. مؤلفه‌های استخراج‌شده از مصاحبه با خبرگان

مقوله کلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
یادآورنده‌ها	ارتباط با مشتری	ارسال پیامک/ تلفن گویا به مشتری قبل و بعد از سررسید و همچنین در زمان‌هایی که اقساط قبلی واریز نموده است
	ارتباط با ضامن	ارسال پیامک به ضامن بعد از سررسید یک ماه، تماس با ضامن قبل از انتقال طبقه به سررسید گذشته
	تماس مسئولین بانک	تماس رئیس شعبه قبل از انتقال به طبقه سررسید گذشته، تماس واحد وصول مطالبات مدیریت استان بعد از انتقال به طبقه سررسید گذشته
مشوق‌ها	مشوق غیرمالی و درونی	تصویر نیازمندان به تسهیلات بانکی
	جایزه خوش‌حسابی	پس دادن مبلغی در صورت پرداخت خوش‌حساب بودن، شرکت مشتریان خوش‌حساب در قرعه‌کشی‌ها
	کمیابی	معرفی طرح‌های ویژه خاص، ایجاد محدودیت و داشتن تاریخ انقضا مهلت تخفیف جرائم معوقات
هنجارها	ارسال نامه هنجارهای اجتماعی	اطلاع‌رسانی به مشتری از نحوه خرج کردن بازپرداخت تسهیلات توسط بانک
	رفتار گله‌ای	اطلاع‌رسانی از رفتار بازپرداختی افراد هم‌محله، اعلام درصد افرادی که به‌موقع اقساط پرداخت کرده‌اند
	اعلام خوش‌حسابان	گروه‌بندی افراد خوش‌حساب و برچسب‌گذاری به آن‌ها
پیش‌فرض	عملکرد اجباری	فعال کردن برداشت خودکار از حساب‌های بانکی، کسر نمودن اقساط قبل از واریز حقوق
	جذاب کردن	سهل کردن انتخاب پیش‌فرض، ماندن در وضع موجود
	برچسب‌گذاری	برچسب‌گذاری به پول اقساط
برجستگی	جریمه ملموس	اعلام مبلغ جرائم به‌صورت جداگانه
	قاب‌بندی	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.
	تصمیم‌گیری شهودی به‌جای حسابداری	تهدید به جریمه به‌صورت زیان چارچوب‌بندی شود نه هزینه برای به دست آوردن گزینه بهتر

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

ادامه جدول ۴. مؤلفه‌های استخراج‌شده از مصاحبه با خبرگان

مقوله کلی	مقوله فرعی	کدهای اولیه
زمینه‌سازی ذهنی (ناخودآگاه)	اثر مالکیت	مردم تمایل دارند اشیای متعلق به خودشان را بیشتر از حالتی که به آن‌ها تعلق ندارند ارزش‌گذاری کنند
	نقطه مرجع و لنگراندازی	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)	برند سازی	برای ساختن یک برند 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 بدهکاران بانکی با زبان علمی و منطقی
	بومی‌سازی تلنگر	بر اساس شواهد محلی و مذهبی نوع تلنگرها تغییر یابد
تعهد	تعهد زبانی	اخذ تعهد زبانی توسط رئیس شعبه در زمان پرداخت تسهیلات
	ضامن زنجیره‌ای	وام‌گیرنده متعلق به یک گروه چندنفره (۵ نفره) خودساخته متشکل از دوستان باشد. اعضای گروه مسئول بازپرداخت معوقات اقساط هم-گروهی خود نیستند، اما به گروهی که یکی از اعضای آن بدهکار است، اعتبار مجدد اعطا نمی‌شود.
	یادآوری تعهدات	تماس مکرر و یادآوری تعهداتی که در زمان اعطای تسهیلات نموده است در پرداخت معوقات اثرگذار است.
ایجاد عزت‌نفس	افشای هوشمندانه	افراد به‌گونه‌ای رفتار می‌کنند که احساس بهتری نسبت به خودشان داشته باشند.
	اعطای رتبه و منزلت	ایجاد چیزهایی که برای شخص ارزشمند است.
	شانس و اقبال	افراد بیش‌ازاندازه 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.

منبع: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

یاد آورنده‌ها: با توجه به اینکه انسان‌ها به‌شدت از کسانی که اطلاعات را به آن‌ها یادآوری می‌کنند، تأثیر می‌پذیرند، یاد آورنده‌ها 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 به‌موقع 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 میانبرهای ذهنی همچون اجتناب از زیان شکل‌گرفته 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 خوش‌حسابی و کمیابی است. مشارکت‌کنندگان پژوهش معتقدند «چنانچه مبلغ اقساط طوری محاسبه شود که در صورتی مشتری اقساط خود را به‌موقع پرداخت نماید مبلغی مشخص (هرچند اندک) به‌حساب شخص بازگردد 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 به‌شدت از آنچه دیگران انجام می‌دهند، اثر می‌پذیریم و سعی می‌کنند مطابق با هنجارها رفتار کنند، به‌طورکلی 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 خوش‌حسابان (بد) است. به اعتقاد برخی از خبرگان «اطلاع‌رسانی به مشتری از نحوه خرج کردن بازپرداخت تسهیلات توسط بانک که صرف اموری نوع‌دوستی 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

هم‌محله و اعلام درصد افرادی که به‌موقع اقساط پرداخت کرده‌اند که تأکیدی بر اهمیت رفتار دیگران است در پرداخت اقساط معوق اثرگذار است».

پیش‌فرض‌ها: افراد با جریان از پیش تعیین‌شده 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 برچسب‌گذاری است. به اعتقاد خبرگان «فعال کردن برداشت خودکار از حساب‌های بانکی جهت پرداخت اقساط و یا درصورتی‌که قبل از واریز حقوق اقساط کسر گردد در پرداخت به‌موقع اقساط اثرگذار است. به اعتقاد مشارکت‌کنندگان پژوهش، پیش‌فرض‌ها باید طوری باشند که انتخاب نکردن خود به معنای برداشت اقساط از حساب باشد زیرا مردم غالباً تمایل دارند در وضع موجود بمانند و پیش‌فرض‌ها را به‌سختی 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 به‌جای حسابداری دسته‌بندی می‌شود. مشارکت‌کنندگان 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 هنگامی‌که متقاضی قرار است بین پرداخت و یا عدم پرداخت اقساط گزینه‌ای انتخاب کند افزودن گزینه‌هایی جهت مقایسه پذیری در پرداخت اقساط اثرگذار است. به‌عنوان‌مثال: اطلاع به مشتری در خصوص اینکه چنانچه قبض تلفن همراه پرداخت نکنید طی چند روز سیم‌کارت شما قطع می‌گردد اما بانک در پرداخت اقساط بی‌رحمانه نیست. به این روش اثر فریب‌گر[1] نیز می‌گویند، برخی از مصاحبه‌شوندگان معتقدند که در سیستم بانکداری ایران جریمه، هزینه است برای به دست آوردن گزینه بهتر، لذا جریمه باید به‌صورت زیان در نظر گرفته نشود».

1. Decoy Effect

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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، به‌عنوان‌مثال 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 رو منظم پرداخت‌نموده‌اند 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 مشارکت‌کنندگان پژوهش نیز معتقدند «در زمان اعطای تسهیلات چنانچه سختگیری‌های بیش‌ازحد 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): هرچند در سال‌های گذشته عاطفه وارد بسیاری از صنایع شده ولی بانکداری از آخرین قلعه‌های فتح نشده بود. اکنون عاطفه راه خودش را به‌سوی بانکداری هم بازکرده است. وقتی یک بانکدار می‌گوید که باید روی مشتری تمرکز کنیم یعنی این‌که احساس وارد بانکداری شده است. برخلاف تصور ترکیب احساس و بانکداری یک معجون فوق‌العاده خوشمزه است! اگر یک بانکدار نتایج ورود احساس به بانکداری را لمس کند بعید است که هیچ‌گاه به بانکداری بدون احساس فکر هم بکند (دوئنابلامستروم، ۲۰۱۸). تداعی‌های هیجانی ما، رفتار ما را جهت می‌دهند. بهره‌مندی از این اصل در جهت وصول مطالبات دارای اهمیت است. بر

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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 پایبندی به تعهدات و عمل متقابل 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 به‌موقع پرداخت نمودن اقساط مؤثر است، برخی از مسئولین شعب تخصص ویژه‌ای در این حوزه دارند و با جابه‌جایی آن‌ها مطالبات آن شعبه تحت تأثیر قرار می‌گیرد در مصاحبه صورت گرفته با یکی از این مسئولین مدعی بود درزمانی پرداخت تسهیلات به متقاضیان می‌گوید که چنانچه اقساط به‌موقع پرداخت نکنید خودش بدقول می‌شود زیرا که به مافوق خود تعهد داده که به افراد خوش‌حساب تسهیلات اعطا نماید. برخی مصاحبه‌شوندگان سیستم وام‌دهی گرامین[1] بانک را پیشنهاد نمودند. این بانک نمونه‌ای موفق در خصوص تأمین مالی دسته‌جمعی[2] و اعتمادسازی شبکه‌ای است، در این بانک هر وام‌گیرنده متعلق به یک گروه چندنفره (۵ نفره) خودساخته متشکل از دوستان است. اعضای گروه مسئول بازپرداخت معوقات اقساط هم‌گروهی خود نیستند، اما به گروهی که یکی از اعضای آن بدهکار است، اعتبار مجدد اعطا نمی‌شود. در برخی مواقع یادآوری تعهداتی که متقاضی در زمان اعطای تسهیلات نموده است در پرداخت معوقات اثرگذار است».

ایجاد عزت‌نفس: افراد به‌گونه‌ای 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، افشای هوشمندانه، اعتقاد داشتن به شانس است. به اعتقاد خبرگان «در نظر گرفتن جوایز خوش‌حسابی در بازپرداختی به‌موقع اقساط اثرگذار است، همچنین اعلام رتبه اعتباری افراد و آگاهی از عواقب آن در بازپرداختی اقساط

1. Grameen
2. Crowd Funding

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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

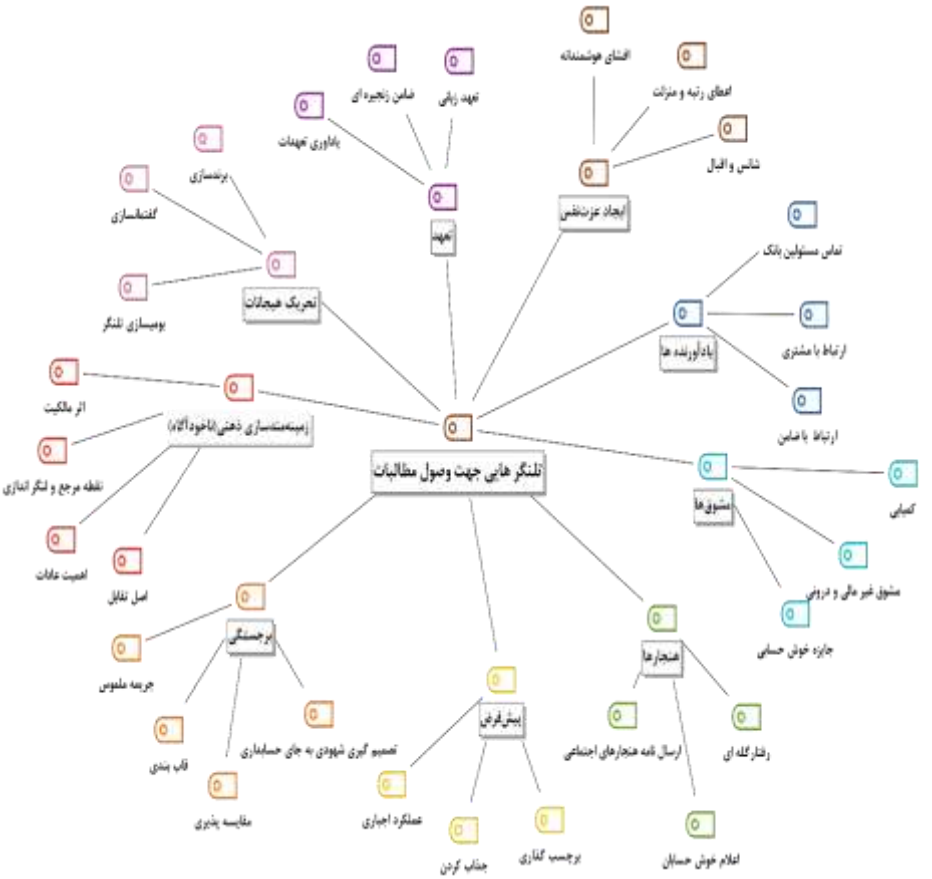
لازم به ذکر است که برخی مصاحبه‌شوندگان دسته‌بندی متفاوتی از شیوه‌های بهره‌مندی تلنگر جهت وصول مطالبات پیشنهاد داده‌اند که در چهار دسته کلی تقسیم‌بندی می‌شوند: دسته اول شامل تلنگرهایی از نوع ساده‌سازی است که می‌توان به پیش‌فرض‌ها اشاره نمود و اقساط تسهیلات از حساب‌های بانکی افراد برداشته شود. دسته دوم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

در شکل ذیل معرف‌های به‌دست‌آمده از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان بر اساس خروجی نرم‌افزار مکس کیودا[1] ترسیم‌شده است.

1 MAXQDA

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]



شکل ۲: معرف‌های به‌دست‌آمده از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان (منبع: یافته‌های پژوهش)

آزمودن تلنگرها

اقتصاد آزمایشگاهی ابزاری است که با تکیه‌بر آزمون‌های آزمایشگاهی و کنترل‌شده می‌تواند به تولید داده‌های قابل استناد و نزدیک به جریان واقعی اقتصاد بپردازد (کراسون و گاچر[1]، ۲۰۱۰). مسئله مهم در تعداد آزمودنی، به تعداد آزمودنی‌های موردنیاز برای تعیین اثر ناشی از متغیر مستقل

1. Croson & Gachter

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

مربوط می‌شود، ولی هزینه‌های مالی و زمانی نیز باید در نظر گرفته شود، دلاوری (۱۳۷۸) به نقل از کریستنسن[1] (۱۹۹۳) می‌نویسد: پژوهشگران باید تعادلی رابین 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 درعین‌حال، 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 معرفی‌شده 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 انتخاب‌شده 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[2])، انتخاب یک استان و شعب 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 بدین‌صورت است که با ۲۰۰ نفر تماس گرفته‌شده است و به ۵۰ نفر فقط تقاضای پرداخت اقساط درخواست شده و از هیچ نوع تلنگری استفاده‌نشده است ولی به ۱۵۰ نفر آن‌ها (به‌صورت کاملاً تصادفی) توضیحاتی از جنس ابزارهای تلنگر داده‌شده است که عمدتاً شامل موارد همچون: نحوه خرج کردن بازپرداخت تسهیلات توسط بانک، ایجاد نوع‌دوستی 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 به‌موقع اقساط پرداخت کرده‌اند از همان شعبه و امثال چنین تلنگرهایی که با تماس تلفنی قابل‌بیان می‌باشند. نتایج ذیل بعد از دو ماه از اعمال تلنگر استخراج گردیده است.

1. Christensen

۲. بر اساس اطلاعات دریافتی در زمان اعطای تسهیلات

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

جدول ۵. نتایج آزمایش صورت گرفته جهت وصول مطالبات

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

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج آزمایش صورت گرفته نشان‌دهنده این است که درصورتی‌که 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)

$$\Delta P = \frac{98}{150} - \frac{30}{50} = 0.053 \qquad (۲)$$

ازآنجایی‌که ΔP بزرگ‌تر از صفر است لذا تلنگر بر وصول مطالبات اثرگذار بوده است و به‌صورت 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 این‌یکی 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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

مطالبات معوق 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 بدهکاران نسبت داد. با افزایش شناخت اجتماعی می‌توان سیاست‌های بهتری برای وصول مطالبات ارائه نمود. با بهره‌مندی از ابزارهای و بینش‌های رفتاری می‌توان اثرگذاری سیاست‌های وصول مطالبات را ارتقاء داد. بررسی‌های صورت گرفته در حوزه اقتصاد رفتاری توصیه نموده است که تلاش‌ها و مداخلاتی که برای وصول مطالبات بانکی صورت می‌گیرد باید مبتنی بر شناخت اجتماعی بوده و این مداخلات به‌طور مستمر می‌بایست بازنگری شده و بهبود یابد. مشوق‌هایی که به‌منظور وصول مطالبات در نظر گرفته می‌شود نباید محدود به مشوق‌های مالی باشد، بلکه بامطالعه بر روی افراد مشوق‌های درونی و ارزشی نیز طراحی و مورداستفاده قرار گیرد. به‌عنوان‌مثال 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، چه‌بسا 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 ازجمله حوزه‌های علمی پیشرو بوده و مرزهای دانش اقتصاد را نیز جابه‌جا 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.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

این مقاله ضمن شناسایی راهکارهای اقتصاد رفتاری درزمینه وصول مطالبات بانکی و با عنایت به ابزارها و تجارب اقتصاد رفتاری، نشان می‌دهد که با ابزارهای تلنگر که شامل نه مفهوم اصلی: یاد آورنده‌ها، مشوق‌ها، هنجارها، پیش‌فرض، برجستگی، زمینه‌سازی ذهنی، تحریک هیجانات، اخذ تعهدات و ایجاد عزت‌نفس 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 درصورتی‌که صرفاً بر اساس تماس تلفنی و بدون بهره‌مندی از ابزارهای اقتصاد رفتاری به پیگیری مطالبات پرداخته شود ۲۰ درصد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت اما اگر در تماس تلفنی جهت وصول مطالبات از آموزه‌های رفتاری نیز استفاده شود ۳۰ درصد تعداد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت بنابراین به‌صورت کلی با بهره‌مندی از تلنگرهای استفاده‌شده در پژوهش پیش‌بینی می‌گردد ۱۰ درصد تعداد پرونده‌های مطالباتی کاهش خواهد یافت.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده 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.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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

۱. بررسی آزمایشگاهی هرکدام از تلنگر استخراج‌شده در پژوهش حاضر؛
۲. مقایسه اثرگذاری تلنگرهای استخراج‌شده 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 مطرح‌شده 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 پیش‌ازاین به‌واسطه تئوری‌های اقتصادی قابل تبیین نبودند.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

منابع

احمدی، شهرزاد، معطوفی، علیرضا (۱۳۹۹). بررسی عقلانیت اقتصاد رفتاری در حسابداری ذهنی بامطالعه اقتصاد آزمایشگاهی. *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*. ۲۸، (۹۵): ۱۸۰-۱۳۷.

احمدی، وحیده، شهنازی، روح اله، اسلاملوییان، کریم، صدرایی جواهری، احمد (۱۴۰۰). ارزیابی مدل‌های سنجش فرار مالیاتی از اقتصاد نئوکلاسیک تا اقتصاد رفتاری: رهیافت تحلیل سلسله مراتبی در اقتصاد ایران. *فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه*. ۲۶، (۱): ۱۴۱-۱۱۵

امیری، میثم (۱۳۹۶). اقتصاد رفتاری و فرار 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.2018.8297 .

جلالی، ام‌البنین، نصراللهی، زهرا، هاتفی مجومرد، مجید (۱۳۹۹). تأثیر جنسیت و تفکیک 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)، ۶۱-۷۴.

جلالی، ام‌البنین، نصراللهی، زهرا (۱۳۹۸). اثرگذاری 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.2019.40571 .

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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

رهبر فرهاد، متوسلی 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*، doi: 10.22054/ijer.2021.59060.947 .

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

سعادت زاده حصار، بهزاد، عبدی، رسول، محمدزاده سالطه، حیدر، نریمانی، محمد (۱۴۰۰). بررسی ارتباط سوگیری شناختی در رفتار سرمایه‌گذاران با واسطه نوسانات قیمت سهام. *اقتصاد مالی*، ۱۵(۵۶)، ۳۰۳-۳۲۰ doi: 10.30495/fed.2021.687880 .

سید جوادین، سیدرضا، براری، مجتبی و ذبیح 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، ۲۷(۹۰)، ۶۳-۱۰۳ . doi: 10.22054/ijer.2021.61148.983

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

عسگری، حشمت اله، 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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

متوسلی، 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.2018.296 .

محمدی الموتی، مسعود (۱۴۰۰). مفهوم رفتار عقلایی و مسئله یادگیری از خطا در اقتصاد نئوکلاسیک: 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، داوود، سیدحسین زاده یزدی، سعید (۱۳۹۸). بازنگری در سیاست‌های مدیریت مصرف برق از منظر اقتصاد رفتاری. *فصلنامه پژوهش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی انرژی*. ۵ (۴): ۲۱۹-۲۶۳

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.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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 ́economique* [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

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

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.

Yousafzai, 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.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91] [Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-26]

[DOI: 10.61186/qjfep.11.42.91]