

خلاصه پروژه: به‌کارگیری بینش‌های رفتاری با

هدف افزایش استقبال از طرح تخفیفی عوارض

شهرداری

امروزه مراکز حاکمیتی در جهان خدمات مختلفی برای حمایت از شهروندان ارائه می‌کنند، اما استقبال از آن‌ها اغلب کمتر از انتظار است. صرف آگاهی‌رسانی کافی نیست؛ بلکه باید با شناخت عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری و رفتار، راهکارهای اثربخشی همچون ارسال پیام‌های مبتنی بر علوم رفتاری به‌کار گرفت.

مرکز بینش‌های رفتاری ایران



مطالعات بسیار زیادی کارآمدی این نوع از مداخلات را نشان داده‌اند (۲۰۱).

پروژه حاضر به درخواست معاونت شهرداری و معماری شهرداری تهران و با همکاری اداره کل تدوین، نظارت و صدور پروانه و سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران با هدف کمک به افزایش مشارکت در طرح خوش‌حسابی عوارض شهرداری انجام گرفته است. این پروژه در دو بخش اصلی، طراحی و پیاده‌سازی شد: (۱) اجرای طرح آزمایشی کنترل‌شده تصادفی (۲) اجرای اصلی و در مقیاس وسیع مداخله آزمایشی.

خلاصه یافته‌ها

در این پروژه از روش آزمایش کنترل‌شده تصادفی استفاده شد و طرحی آزمایشی شامل هفت بازوی پژوهشی و یک بازوی کنترل که دربردارنده پیام‌های مختلفی برای تشویق افراد به حضور در طرح بودند طراحی گردید. باتوجه به تفاوت‌های موجود میان مخاطبان طرح، پنج دسته مخاطب کلی برای طرح احصا شد (دسته نخست افرادی که مراحل دریافت پروانه شهرداری را طی کرده‌اند و در مرحله پرداخت عوارض هستند؛ دسته دوم افرادی که تشکیل پرونده پروانه شهرداری داده‌اند ولی هنوز به مرحله پرداخت عوارض نرسیده‌اند؛ و سه دسته مخاطب دیگر) و با در نظر گرفتن حجم هر جامعه، نمونه‌هایی مدنظر قرار گرفت.

در ادامه، پیام‌های هرکدام از بازوهای پژوهشی بر اساس پنج دسته مخاطب مذکور طراحی شد و در هر یک از آن‌ها هفت اصل رفتاری مدنظر قرار گرفت که یکی از این اصول، در هر پیام متفاوت بود. اصول رفتاری که به‌عنوان متغیر مستقل و به‌صورت اختصاصی در بازوهای مختلف قرار داشتند شامل اصل منحصربه‌فرد بودن^۱،

مقدمه و مسئله

در سراسر جهان، دولت‌ها و مراکز حاکمیتی مختلف برنامه‌ها و خدمات متعددی را در حوزه‌های گوناگون برای حمایت از شهروندان طراحی و اجرا می‌کنند. با این حال در بسیاری از موارد، میزان مشارکت عمومی و بهره‌برداری از این خدمات کمتر از سطح مورد انتظار طراحان برنامه‌ها است. اگر چه تبلیغات و بازاریابی، می‌توانند آگاهی مردم از این برنامه‌ها را بهبود ببخشند، با این حال این ابزارها به تنهایی برای ترغیب مردم به اتخاذ تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای لازم برای استفاده از این خدمات کافی نیستند. در واقع صرف آگاهی‌دادن به مردم برای تشویق آن‌ها به استفاده از خدمات مختلف دولتی کفایت نمی‌کند و باید با شناخت عوامل و موانع دخیل در تصمیم‌گیری و رفتار انسان‌ها، راهکارهایی مؤثر برای تشویق افراد به کار گرفت.

یکی از مداخلات رفتاری پرتعداد جهانی در این موضوع، ارسال پیام‌های طراحی شده توسط اصول علوم رفتاری برای مخاطبان بالقوه خدمات مختلف است و

^۱ Unique

اصل عمل متقابل، اصل کمیابی، اصل اجتناب از ضرر و اصل ارتباط فردی^۲ می‌شد. علی‌رغم طراحی پیام‌ها، آماده‌سازی جامعه و نمونه و طراحی آزمایش، به‌علت دیوان‌سالاری‌های موجود در نهاد کارفرما و محدودیت زمانی طرح خوش‌حسابی عوارض شهرسازی، بخش اول پروژه که شامل اجرای طرح آزمایشی بود منتفی شد و نهایتاً با توجه به محدودیت‌های موجود، بخش دوم طرح که شامل اجرای اصلی بود بر اساس یکی از انواع پیامک‌ها و بر روی مخاطبان پنج‌گانه اجرا شد. در این بخش، بر اساس تصمیم پژوهشگران طرح و در نظر گرفتن تجارب و یافته‌های علمی موجود از کارآمدی پیام‌های طراحی‌شده در نمونه‌های مشابه جهانی، یک پیام برای هر یک از مخاطبان طرح در نظر گرفته شد. مجموع این پیام‌ها در تاریخ ۵ دی ماه ۱۴۰۱ و برای مجموع ۹۷۹۰۴ نفر از مخاطبان آزمایش ارسال شد.

توصیه‌های سیاستی

با وجود تاثیر ابزارهایی نظیر تبلیغات و اطلاع‌رسانی در افزایش آگاهی شهروندان، به‌کارگیری صرف این اقدامات در تغییر رفتار و تشویق افراد به استفاده از خدمات دولتی کافی نیست. لذا بایستی فارغ از تلاش‌های عمومی اطلاع‌رسانی که بسیار هزینه‌بر و کارآمدی آن‌ها به‌لحاظ علمی مورد تردید است، با اتخاذ راهبردهای آگاه از علوم رفتاری و استفاده از مداخلات نوین، میزان بهره‌گیری مردم از طرح‌ها و برنامه‌های مختلف را بهبود بخشید.

اگرچه برخی چالش‌ها و ناهماهنگی‌های اداری و دیوان‌سالارانه مجموعه، مانع از بهره‌برداری کامل از ظرفیت این مطالعه شد، اما این تجربه می‌تواند زمینه‌ساز تحولی بزرگ در رویکرد سیاست‌گذاری شهری باشد. با توجه به تجربیات موفق بین‌المللی در استفاده

از بینش‌های رفتاری در مدیریت شهری، می‌توان از این نوع مداخلات به‌ویژه مداخله ارسال پیام‌های مبتنی بر علوم رفتاری برای بهبود پرداخت عوارض و افزایش استفاده از سایر خدمات شهرداری بهره گرفت.

پژوهشگران طرح: محمدحسن ابراهیم کنی، فاطمه مروتی و زینب آرمانیان

مرکز بینش‌های رفتاری ایران، متشکل از جمعی از دانش‌آموختگان روان‌شناسی دانشگاه تهران بوده که با هدف کاربردی‌سازی رویکرد بینش‌های رفتاری (BI) در مسائل و مشکلات مختلف جامعه ایران فعالیت می‌کند. این مرکز تاکنون پروژه‌های متعدد رفتاری با سازمان‌های مختلف اعم از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری تهران انجام داده‌است.

④ ضلع شمال غربی چهارراه ولیعصر^{علیه‌السلام}، خانه اندیشه‌ورزان
iranbehavioralinsights.ir
@iranbehavioralinsights
۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

منابع

- (۱) The Behavioural Insights Team (۲۰۲۲). *Increasing Program Uptake*. Retrieved from <https://www.bi.team/wpcontent/uploads/۲۰۲۲/۰۶/۲۲۰۶۰۲-EASTforProgramUptake.pdf>
- (۲) New South Wales Government (۲۰۲۰). *How to increase take-up of programs and services using behavioural insights*. Retrieved from: https://www.nsw.gov.au/sites/default/files/۲۰۲۱-۰۵/How-to-increase-take-up-of-programs-and-services_final-Feb-۲۰۲۰.pdf

^۲ Personal Touch