بسم الله الرحمن الرحیم

خلاصه پروژه: به‌کارگیری بینش‌های رفتاری در حوزهٔ مصرف انرژی

امروزه مسئلهٔ ناترازی انرژی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین چالش‌های کشور شناخته می‌شود. تصمیم‌ها و رفتارهای انسان‌ها یکی از اصلی‌ترین نقاط برای حل این چالش به‌شمار می‌روند و ازین حیث امروزه در دنیا به‌صورت گسترده‌ای از یافته‌های علوم رفتاری برای غلبه بر این مشکل استفاده می‌شود.

مرکز بینش‌های رفتاری ایران

مقدمه و مسئله

امروزه مصرف انرژی و ضرورت حرکت به سمت الگوهای پایدار مصرف، یکی از چالش‌های اصلی سیاست‌گذاری عمومی در سطح ملی و بین‌المللی است. افزایش ناترازی انرژی در کشور، فشار بر منابع طبیعی و پیامدهای زیست‌محیطی ناشی از مصرف ناپایدار و بی‌رویه، اهمیت مداخله‌های مؤثر را دوچندان کرده است. شواهد نشان می‌دهد که مصرف انرژی صرفاً یک مسئله فنی یا فناورانه نیست، بلکه به‌طور مستقیم با رفتار انسان، تصمیم‌گیری‌های روزمره و زمینه‌های روان‌شناختی-اجتماعی مرتبط است.

در تجربه‌های بین‌المللی مشخص شده است که ابزارهای سنتی مانند قیمت‌گذاری، مقررات و توسعه زیرساخت‌ها به‌تنهایی برای اصلاح الگوهای مصرف کافی نیستند. از این رو در سالیان اخیر، رویکرد بینش‌های رفتاری به‌عنوان مکمل سیاست‌های سنتی مورد توجه قرار گرفته است و کشورهای مختلف چون آمریکا، انگلستان، آلمان، ژاپن و اندونزی و همچنین سازمان‌های بین‌المللی چون بانک جهانی و سازمان ملل به کاربردی‌سازی این رویکرد در حل مشکلات مصرف انرژی اهتمام ورزیده‌اند.

این مطالعه در تابستان و پاییز ۱۴۰۴ انجام شده و با هدف استفاده از جدیدترین یافته‌های علوم رفتاری، به بررسی کاربرد این رویکرد در حوزه مصرف انرژی پرداخته است. در این چارچوب، ۱۷ عامل روان‌شناختی مؤثر بر رفتار مصرف انرژی شناسایی و همراه با شواهد و نمونه‌های جهانی از کارآمدی، توصیه‌هایی برای به‌کارگیری آن‌ها ارائه شده است. برای هر عامل و به‌صورت جداگانه در پایان گزارش نیز ایده‌هایی عملیاتی برای به‌کارگیری این یافته‌ها با نگاه به امکانات و اقتضائات کشور پیشنهاد شده است.

خلاصه یافته‌ها

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که رفتار مصرف انرژی تحت تأثیر مجموعه‌ای پیچیده از عوامل قرار دارد که در چهار حیطهٔ اصلی طبقه‌بندی می‌شوند: ۱) عوامل و سوگیری‌های شناختی شامل سوگیری زمان حال، زیان‌گریزی، اثر شروع تازه و بار شناختی که نشان می‌دهد آگاهی و نیت مثبت لزوماً به رفتار واقعی منجر نمی‌شود. در یک مطالعه، برجسته‌کردن زیان‌های خرید خودروی غیربهینه از طریق برجسته‌کردن هزینه‌های سوخت آن، توانست تا ۱۰ درصد انتخاب خودروی بهینه را افزایش دهد (۱). ۲) عوامل اجتماعی شامل هنجارهای اجتماعی، مقایسه اجتماعی، فشار اجتماعی و هویت اجتماعی که نشان می‌دهد افراد رفتار مصرفی خود را با با الهام از دیگران تغییر می‌دهند. مجموعه اقدامات شرکت اُپاور با هدف کاربردی‌سازی رویکرد بینش‌های رفتاری در مصرف انرژی شهروندان، باعث ۲٫۴٪ صرفه‌جویی

مصرف انرژی در کل آمریکا شد (۲). ۳) عوامل انگیزشی–احساسی شامل هدف‌گذاری و تعهد، احساس مسئولیت، عادت‌سازی، هیجان‌ها و مشوق‌ها که اثرگذاری طیف وسیعی از عوامل انگیزشی درونی و بیرونی بر رفتار را ترسیم می‌کند. در ایالت ورمونت آمریکا، برنامه «Defeat the Peak» با تکیه بر مشوق‌های اجتماعی به‌جای اقتصادی، موفق به کاهش ۱۳.۵٪ مصرف برق در ساعات اوج شد (۳). و نهایتا ۴) عوامل ساختاری–فرایندی شامل بازخورد، ساده‌سازی و رفع موانع، اثر پیش‌فرض و تلنگر که علی‌رغم تصور اولیه بیان می‌کند تغییرات کوچک در محیط انتخاب می‌تواند اثرات رفتاری قابل توجهی ایجاد کند. در آلمان مطالعه‌ای با هدف افزایش استفاده خانوارها از شرکت‌های انرژی پاک انجام شد و با استفاده از اصل پیش‌فرض موفق شد استفاده از این خدمات را تقریبا ۱۰ برابر کند (۴).

توصیه‌های سیاستی

طبق مطالعات جدید، اتکا به ابزارهای سنتی مانند اطلاع‌رسانی یا سیاست‌های صرفاً اقتصادی برای تغییر پایدار رفتار کافی نیست و استفاده از مداخلات مبتنی بر علوم رفتاری به‌عنوان رویکرد مکمل می‌تواند اثربخشی سیاست‌های انرژی را افزایش دهد. یافته‌های این گزارش در سه سطح قابلیت کاربردی‌سازی در کشور را دارند: ۱) بازطراحی و بهبود اجرای سیاست‌های کلان و ملی، ۲) بازطراحی سازوکارهای اجرایی موجود و پیشنهاد برنامه‌های جدید و ۳) طراحی و اجرای مداخلات رفتاری با هدف تغییر رفتار مشترکین.

افزون بر ایده‌ها و راهبردهای مطرح‌شده برای عوامل رفتاری مطرح‌شده در گزارش، در بخش پایانی، هشت ایدهٔ عملیاتی ارائه می‌شود که با ترکیب راهبردهای رفتاری مختلف و باتوجه به اقتضائات، زیرساخت‌ها و امکانات کشور طراحی شده‌اند؛ مانند ۱) طراحی رفتاری برنامهٔ برق من و سایر برنامه‌های پرداخت قبوض، ۲) تغییر رفتار خانوارهایی که به‌تازگی محل زندگی خود را تغییر داده‌اند، ۳) مداخلهٔ متن‌پایه با ارائهٔ تاخیری و عادت‌سازی و ۴) بازطراحی فرایندها برای پیش‌فرض قراردادن انتخاب‌های بهینه.

پژوهشگران طرح: عطیه آقامیری، محمدحسن ابراهیم کنی، مریم امام، حوراء محمدی و فاطمه اسماعیلی.

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.

ضلع شمال غربی چهارراه ولیعصر عج، خانه اندیشه‌ورزان
iranbehavioralinsights.ir
@iranbehavioralinsights
۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

منابع

(1) Codagnone, C., Veltri, G. A., & Lupiáñez-Villanueva, F. (2016). Labels as nudges? An experimental study of car eco-labels. Economia Politica, 33(2), 403–432. (2) Cooney, K., & Provencher, B. (2011). Evaluation report: Opower smud pilot year2. (3) Pratt, B. W., & Erickson, J. D. (2020). Defeat the Peak: Behavioral insights for electricity demand response program design. Energy Research & Social Science, 61, 101352. (4) Ebeling, F., & Lotz, S. (2015). Domestic uptake of green energy promoted by opt-out tariffs. Nature Climate Change, 5(9), 868-871.