|  |
| --- |
| **تصميم الحلول** |

|  |  |
| --- | --- |
| ***المصدر:***  BIT (2014) | نستخدم إطار عمل EAST من فريق المبادرات السلوكية في المملكة المتحدة - BIT باعتباره المخطط المفضل لاختيار التدخلات وتصميمها. تم اقتباس الدروس التالية من منشور فريق EAST. أربع طرق بسيطة لتطبيق الأفكار السلوكية (*Four simple ways to apply behavioural insights) (BIT, 2014)* |

**إجعله سهلاً**

|  |
| --- |
| **إستخدم قوة الخيارات التلقائية.** لدينا ميل قوي لانتقاء الخيار التلقائي أو المحدد مسبقًا لأنه من السهل القيام بذلك. جعل العنصر التلقائي خيارًا يزيد من احتمال اعتماده. |
| **قلل من "عامل المتاعب" في الحصول على الخدمة.** في كثير من الأحيان يؤدي الجهد المطلوب لتنفيذ إجراء ما عزوف الناس عنه. يمكن أن يؤدي تقليل الجهد المطلوب إلى زيادة معدلات الاستخدام أو الاستجابة. |
| **بسّط الرسائل**. غالبًا ما يؤدي توضيح الرسالة إلى زيادة كبيرة في معدلات الاستجابة للاتصالات. على وجه الخصوص، من المفيد تحديد كيف يمكن تقسيم هدف معقد إلى إجراءات أكثر بساطة وسهولة. |

**إجعله جذّابًا**

|  |
| --- |
| **إلفت الانتباه**. من الأرجح أن نقوم بالشيء الذي يتم جذب انتباهنا إليه. تشمل طرق القيام بذلك استخدام الصور أو الألوان أو التخصيص. |
| **صمّم المكافآت والعقوبات لتحقيق أقصى قدر من التأثير**. غالبًا ما تكون الحوافز المالية ذات فاعلية عالية، ولكن تصاميم الحوافز البديلة - مثل اليانصيب - تعمل أيضًا بشكل جيد وغالبًا ما تكون أقل تكلفة. |

**إجعله** إجتماعيًّا

|  |
| --- |
| **بيّن أن معظم الناس يؤدون السلوك المطلوب**. إن وصف ما يفعله معظم الناس في موقف معيّن يشجع الآخرين على فعل الأمر نفسه. وبالمثل، ينبغي أن يكون صانعو السياسة حذرين من تعزيز سلوك سلبي عن غير قصد عن طريق التأكيد على انتشاره على نطاق واسع. |
| **استخدم قوة الشبكات**. نحن جزء لا يتجزأ من شبكة من العلاقات الاجتماعية، والشبكات التي نتعامل معها تحدد شكل أعمالنا. يمكن للحكومات تعزيز الشبكات لتمكين العمل الجماعي، وتوفير الدعم المتبادل، وتشجيع السلوكيات على الانتشار من النظير إلى النظير. |
| **شجّع الناس على الالتزام تجاه الآخرين**. غالبًا ما نستخدم أجهزة الالتزام من أجل "ربط أنفسنا" طوعًا بفعل أمر معيّن مقدمًا. وغالبًا ما تكون الطبيعة الاجتماعية لهذه الالتزامات مهمة. |

**إجعله** في الوقت المناسب

|  |
| --- |
| حث الناس عندما يحتمل أن يكونوا أكثر تقبلاً**. يمكن أن يكون للعرض نفسه مستويات نجاح مختلفة في حال تم تقديمه في أوقات مختلفة. وعادةً ما يكون من الأسهل تغيير السلوك عندما تكون العادات معطّلة أصلًا، كما هو الحال مع أحداث الحياة الكبرى.** |
| فكّر في التكاليف والفوائد الفورية**. نحن نتأثر بالتكاليف والفوائد الفورية أكثر من تلك التي تترتب في وقت لاحق. ويجب على صانعي السياسة النظر فيما إذا كان من الممكن تعديل التكاليف أو الفوائد الفورية (ولو حتى بشكل طفيف)، بالنظر إلى كونها مؤثرة للغاية.** |
| ساعد الناس في التخطيط لاستجابتهم للأحداث**. هناك فجوة كبيرة بين النوايا والسلوك الفعلي. أحد الحلول المثبتة فعاليتها هو حث الناس على تحديد العوائق التي تحول دون العمل ووضع خطة محددة لمعالجتها.** |

**المراجع**

* EAST: Four simple ways to apply behavioural insights, The Behavioural Insights Team, 201
* **EAST: أربع طرق بسيطة لتطبيق الرؤى السلوكية ، فريق الرؤى السلوكية ، 201**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| سهل |  |  |  |
| **الفكرة** | **الوصف** | **كيفية التطبيق** | **مثال** |
| **قوائم الفحص** | تساعدنا قوائم الفحص على تذكر الخطوات المهمة في عمليّة معينة، لا سيما في المواقف العصيبة. | ضع قائمة بالعناصر الخمسة أو التسعة الضرورية لإتمام المهمة والتي يمكن شطبها عند انجازها. | قوائم الفحص للطيارين قللت من الأخطاء والحوادث. |
| **الاستبدال** | من الأسهل علينا استبدال السلوك بسلوك مماثل بدلا من القضاء على سلوك راسخ. | شجع الاأشخاص على التحوّل من استخدام منتج إلى استخدام منتج آخر مشابه يجعلهم أكثر صحةً أو ثراءً أو سعادة. | جعل الأشخاص يغيّرون من السجائر إلى السجائر الالكترونية قد يكون أسهل من جعلهم يقلعون عن النيكوتين تمامًا. |
| **التبسيط** | نحن نميل إلى العمل عندما يكون ذلك سهلًا علينا (وعندما يكون واضحًا ما هو مطلوب منا). | إجعل خدمة أسهل استخدامًا أو رسالة أسهل فهمًا. | أدى تبسيط نموذج يستخدمه الأطباء لوصف الأدوية إلى التقليل من الأخطاء السريرية بشكل كبير. |
| **آثار الترتيب** | موضع المعلومة، أي ما يأتي قبلها أو بعدها، يؤثر على كيفية إدراكها. | ضع الخيارات الأفضل في الأول أو في الآخر: كونها تأتي أولًا أو مؤخرًا يمكن أن يشجخ الأشخاص على اختيارها. | وضع خيار طعام صحي في أول قائمة الطعام أو في آخرها زاد من شعبيته. |
| **تكاليف الاحتكاك** | إن الحواجز التي قد تبدو صغيرة (مثل ملء نموذج إضافي) يمكن أن تردعنا عن العمل. | قلل من عامل المتاعب أو الاحتكاكات في النظام لتشجيع الإقبال. | يؤدي إرسال دافعي الضرائب مباشرةً إلى نموذج، بدلاً من موقع الكتروني يحتوي على النموذج، إلى زيادة معدلات الاستجابة. |
| **التجزئة** | نجد أنه من الأسهل تحقيق أهداف معقدة إذا تمت تجزئتها إلى أهداف فرعية. | قسّم تحديًا معقدًا إلى أجزاء يمكن التحكم فيها بشكل أسهل. | كان الباحثون عن عمل أكثر نجاحًا في العثور على وظائف عندما تم تقسيم المهمة إلى "أجزاء" يمكن التحكم فيها (مثل تحسين السيرة الذاتية). |
| **الخيار التلقائي** | نحن نميل إلى "السير مع التيار" لخيار محدد مسبقًا. | غيّر الإعدادات التلقائية لتشجيع المزيد من السلوك الإيجابي. | أدى تسجيل الأشخاص تلقائيًا في أنظمة المعاشات التقاعدية في مكان العمل إلى زيادة عدد المدخرين. |
| **تحديد الهدف** | نميل أكثر إلى تحقيق الأهداف إذا تم إعطاؤنا هدفًا محددًا. | ضع للفرد أو للمنظمة هدفًا واضحًا وينطوي على تحديات (الأمثل هو أن يكون قابلًا للقياس). | ركض عدّؤوا الماراثون المتمرسون الذين سُئلوا عن هدفهم في استطلاع ما قبل الماراثون أسرع بـ6 دقائق من أولئك الذين لم يُسألوا عن هدفهم.  © **Behavioural Insights Ltd.** |

جذّاب

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الفكرة** | **الوصف** | **كيفية التطبيق** | **مثال** |
| **المحاسبة الذهنية** | ننظر إلى المال على أنه مخصص لفئات مختلفة بدلاً من كونه قابلاً للتبادل عبر الفئات. | شجّع الأشخاص على ادخار المال في "حسابات ذهنية" مختلفة لمساعدتهم على تحقيق أهداف مالية. | أدى تقسيم الأموال إلى مظروفين، أحدهما مخصص للادخار، إلى زيادة إجمالي الأموال التي قام الناس بادخارها. |
| **الندرة** | نحن أكثر انجذابا للبضائع إذا كنا نعتقد أن المعروض محدود. | سلّط الضوء على ندرة البضائع لجعلها أكثر جاذبية. | الإشارة إلى أن المهلة الزمنية التي يتوفر فيها برنامج حكومي محدودة قد زاد من معدلات التسجيل. |
| **التخصيص** | نميل أكثر الى الاستجابة للرسائل أو الخدمات المصممة خصيصًا لنا. | أشر إلى الشخص باسمه في الرسائل وقم بتصميم الخدمات وفقًا للاحتياجات الشخصية. | إن ذكر اسم الشخص في بداية رسالة نصية قصيرة زادت معدلات دفع غرامات المحكمة. |
| **البروز** | ينجذب انتباهنا إلى ما هو جديد وذات صلة بنا. | إجعل المعلومة الأكثر أهمية أو الإجراء المطلوب بارزًا لجذب الانتباه. | وضع رسالة مكتوبة بخط اليد خارج المظاريف زاد من عدد الأشخاص الذين دفعوا ضريبتهم في الوقت المطلوب. |
| **تأثير التأطير** | نتفاعل بشكل مختلف مع المعلومة نفسها، على حسب كيفية تأطيرها. | عند تشجيع سلوك إيجابي، ضعه في إطار جذاب. | قد يتم تقييم الأطعمة التي توصف على أنها خالية من الدسم بنسبة 99% بشكل إيجابي أكثر من تلك المشار على احتوائها على 1% دسم. |
| **النفور من الخسارة** | نكره الخسائر أكثر مما نحب القدر نفسه من الأرباح. | ركز على الخسارة المحتملة المرتبطة بإجراء أو عدم القيام بإجراء معيّن ("سيكلفك كذا") بدلا من الفوائد المحتملة. | دفع رواتب المعلمين قبل العام الدراسي، ولكن مع مطالبتهم بإرجاع المال إذا لم يكن أداء طلابهم جيدًا، فقد حسن أداء المعلمين. |
| **تأثير الهبة** | نميل إلى إعطاء قيمة أكبر للأشياء التي نملكها أصلًا من الأشياء المماثلة التي لا نملكها بعد. | امنح الشخص شيئًا ما أو زد من إحساسه بالملكية حتى يقدّر الشيء أكثر. | في المتوسط، كان الأشخاص الذين حصلوا على قدح قهوة على استعداد لبيعه بأسعار أعلى من الأشخاص الذين كانوا على استعداد لدفع ثمنه. |
| **اليانصيب** | اليانصيب فعال لأننا نميل إلى إعطاء إحتمال وقوع أحداث نادرة أكثر من حجمه ونركز على الجائزة أكثر من الاحتمال. | إعطِ المشاركين فرصة الفوز ببضع جوائز كبرى. | إدخال الأشخاص في يانصيب شجع المزيد من الأفراد على خسارة الوزن مقارنة بالحوافز التقليدية.  © **Behavioural Insights Ltd.** |

إجتماعي

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الفكرة** | **الوصف** | **كيفية التطبيق** | **مثال** |
| **الترتيب النسبي** | نتأثر بمقارنة أدائنا بأداء الآخرين، لاسيما الأشخاص الذي يتمتعون بخصائص مشابهة لنا. | قدم تغذية راجعة للناس عن مقارنة سلوكهم بسلوك أترابهم وأصدقائهم أو زملائهم. | قام الأطباء بوصف المضادات الحيوية بشكل أقل عندما تم إبلاغهم بأنهم من بين 20% من أطباء منطقتهم المحلية الأكثر وصفًا للمضادات الحيوية. |
| **عقود الالتزام** | عندما نلتزم بتحقيق هدف بشكل نشط، نميل أكثر إلى تحقيقه، خاصة إذا كان الالتزام مقرونًا بعقوبة للفشل. | شجع شخصا على الالتزام بهدف وكتابته، وتحديد عقوبة للفشل في تحقيقه. | المدخنون الذين تعهدوا بالإقلاع عن التدخين (ووافقوا على دفع المال إذا فشلوا في ذلك) كانوا أكثر عرضة للنجاح. |
| **وكزة الشبكة** | نحن نتأثر بسلوك أصدقائنا و أصدقاء أصدقائنا. | قم بالاستفادة من الشبكات الاجتماعية للأفراد الذين تسعى للتأثير عليهم. | الأشخاص الذين طلب منهم التبرع لجمعيات خيرية سبق أن تبرع لها زملاؤهم كانوا أكثر عرضة للتبرع. |
| **التبادل** | لدينا رغبة متأصلة في مساعدة الأشخاص الذين ساعدونا بطريقة ما. | قدم المساعدة أو هدية لشخص ما لتشجيعه على العطاء. | كان الناس أكثر عرضة للانضمام إلى سجل المتبرعين بالأعضاء إذا قيل لهم، "إذا كنت بحاجة إلى عملية زرع أعضاء فهل ستحصل عليها؟ إذا كان الأمر كذلك، الرجاء مساعدة الآخرين. |
| **التغذية الراجعة** | نميل إلى تحقيق هدف إذا تم تزويدنا بملاحظات منظمة في الوقت المناسب حول كيفية أدائنا بشأن هذا الهدف. | قم بإنشاء حلقات تغذية راجعة سريعة تمكن الأفراد والمنظمات من مراقبة أدائهم. | الطلاب الذين حصلوا على ملاحظات منتظمة وبناءة على اللغة الإنجليزية والرياضيات حسنوا أداءهم بشكل كبير. |
| **مساعدة الناس للناس** | يمكن تقديم الخدمات العامة بكفاءة وفعالية أكبر من خلال تشجيع المواطنين على دعم بعضهم البعض. | قم بإعادة تصميم الخدمات العامة لجعل حشد المساهمة العامة قيمة جوهرية. | نتج عن برنامج التطوع في مستشفى كينجز كوليدج عائدًا كبيرًا على الاستثمار عن طريق الحصول على متطوعين لتقديم مساعدة عملية للمرضى والزوار. |
| **القاعدة الوصفية** | نحن نستخدم سلوك الآخرين كإشارة لما هو مقبول ومرغوب فيه. | عندما يفعل الناس الشيء الصحيح (دفع الضرائب وإعادة التدوير)، أخبر الجميع بذلك. | إخبار الأشخاص الذين لم يدفعوا ضرائبهم أن معظم الناس دفعوها في الوقت المحدد زاد من معدلات الدفع. |
| **تأثير الرسول** | نتأثر بشكل كبير بالشخص الذي يوصل المعلومة. | عزز من تأثير الرسالة من خلال التفكير في هوية الشخص أو المنظمة التي تنقل المعلومة. | كان الناس أكثر عرضة للتسجيل في احتياطي الجيش عند إرسال بريد إلكتروني لهم من ضابط حقيقي اسمه مذكور.  © **Behavioural Insights Ltd.** |

في الوقت المناسب

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الفكرة** | **الوصف** | **كيفية التطبيق** | **مثال** |
| **الرسو** | التعرض لعدد يؤثر على الأحكام اللاحقة. | حفّز مستويات أعلى من المجهود من خلال وضع "مراسٍ" أولية عالية. | تأثرت القرارات التي اتخذها الخبراء القانونيون بشأن طول مدة عقوبة السجن بالعدد على الزهر الذي ألقوا به. |
| **الإيعاز** | نميل أكثر إلى القيام بنشاط إذا تم إيعازنا في الوقت المناسب. | شجع الأفراد على العمل من خلال رسالة أو تدخل في الوقت المناسب. | سؤال الأشخاص عما إذا كانوا يرغبون في التبرع بالمال في وصيتهم في الوقت الذي يكتبون فيه الوصية، زاد عدد الأشخاص الذين يتبرعون من 5٪ إلى 10٪. |
| **المهل الزمنية** | نميل أكثر إلى تحقيق الأهداف إذا تم إعطاؤنا مهلة زمنية واضحة. | أعط الأشخاص مهلة زمنية أو موعد نهائي للاستفادة من خدمة أو إتمام مهمة. | الأشخاص الذين حصلوا على كوبونات مع تواريخ انتهاء الصلاحية كانوا أكثر عرضة لاستخدامها من أولئك الذين حصلوا على كوبونات دون موعد نهائي لاستخدامها. |
| **التهيئة** | أفعالنا يمكن أن تتأثر بإشارات الاوعي. | عرّض الأفراد للمشاهد أو الكلمات أو الأحاسيس التي تشجع السلوكيات الإيجابية. | دفع الأشخاص أموالًأ أكثر مقابل القهوة التي استهلكوها عند عرض صورة لعينين. |
| **تقنية الخطوة على الطريق** | عندما نلتزم بطلب أولي صغير نميل أكثر للاتزام بطلب أكبر في وقت لاحق. | أطلب طلبًا أوليًّا صغيرًا قبل أن تطلب طلبًا أكبر. | الأشخاص الذي طلب منهم التوقيع على عريضة من أجل قضية محقة كانوا أكثر عرضة للتبرع لهذه القضية في وقت لاحق. |
| **نية التنفيذ** | نميل أكثر للقيام بأمر ما عندما نحدد كيف ومتى وأين سنقوم به. | إجعل شخصًا يوضح متى وأين وكيف سيفعل شيئًا (مثل التصويت أو الحصول على لقاح الأنفلونزا). | تشجيع الناس على كتابة الوقت والتاريخ الذي سيذهبون فيه للحصول على جرعة أنفلونزا زاد من الإقبال. |
| **البداية المبكرة** | يمكن أن تساعدنا البداية المبكرة في تحقيق أهدافنا من خلال جعلنا نشعر بأننا نحرز تقدمًا. | أعطِ الأشخاص بداية مبكرة لكي يميلوا أكثر إلى إتمام مهمة أو إجراء. | بطاقات القهوة القابلة للختم التي تحتوي على 12 خانة، 2 منها مختومة مسبقًا يتم إكمالها بشكل أسرع من بطاقات القهوة القابلة للختم التي تحتوي على 10 خانات. |
| **التحيز للحاضر** | نحن نفضل بشكل غير متناسب المكافآت التي تأتي عاجلاً والتكاليف التي نتحملها لاحقًا. | شجع السلوكيات الإيجابية اليوم من خلال نقل التكاليف إلى المستقبل. | Save More Tomorrow ™ يشجع الأفراد على الالتزام بالزيادات المستقبلية في اشتراكات التقاعد (بدلاً من الاضطرار إلى التضحية اليوم).  © **Behavioural Insights Ltd.** |