



Национальный
исследовательский
Томский
государственный
университет

III Международный конгресс «Язык, культура и технологические транзиты: новые грани человеческого»

Конференц-сессия «Нейротехнологии в междисциплинарных исследованиях»

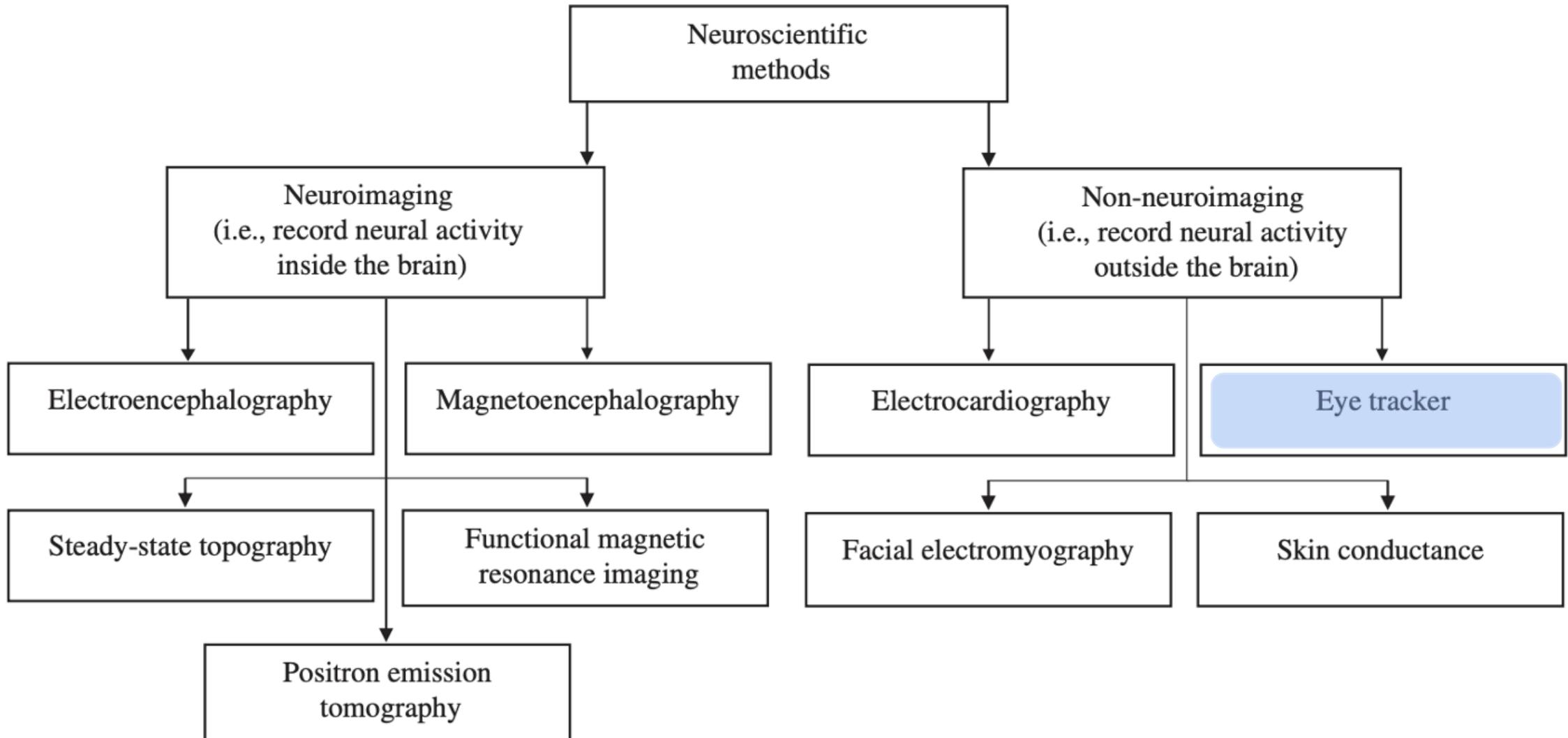
Как нейрофизиологические методы могут помочь в защите прав потребителей финансовых услуг

Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

Ольга Лаврентьева, н.с. лаборатории
финансовой грамотности ЭФ МГУ

11 октября 2024

Основные нейрофизиологические методы



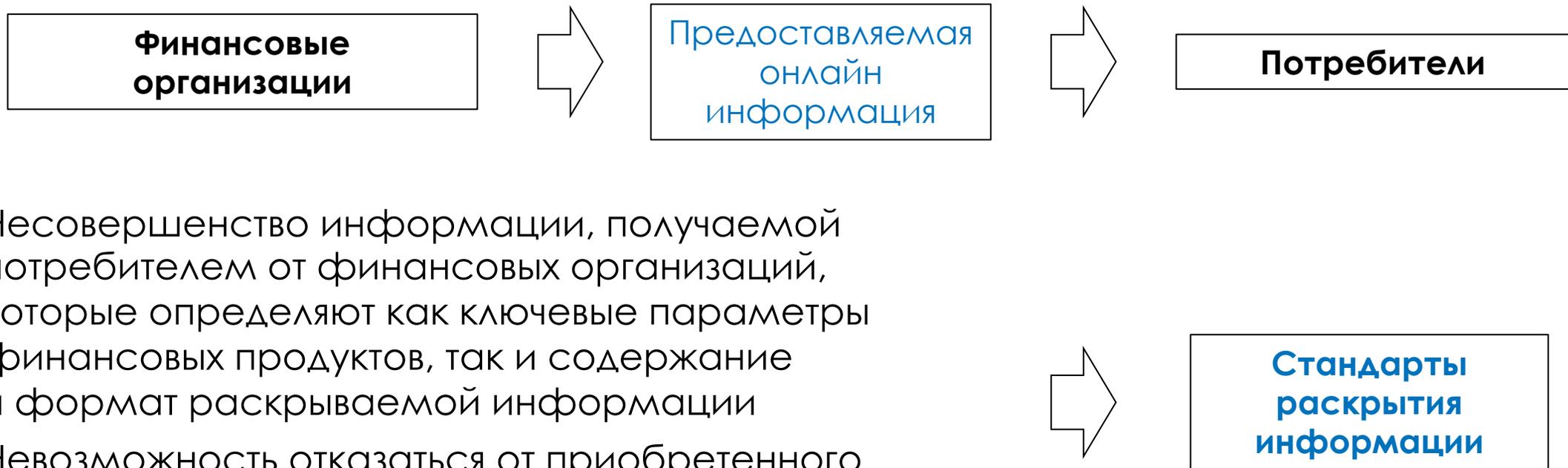
Источник: Lim, W. M. (2018). What will business-to-business marketers learn from neuro-marketing? Insights for business marketing practice. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 25(3), 251-259

Преимущества нейрофизиологических методов

Измерение в процессе целевого поведения людей:

- численная оценка функционального состояния потребителей в реальном времени, позволяющая выделять момент принятия решения или изменения предпочтения [Анисимов и др., 2019]
- изучение сложно вербализуемых реакций и реакций, не осознаваемых потребителем [Анисимов и др., 2016]
- нивелирование подверженности результатов сознательному или бессознательному манипулированию со стороны респондентов [Анисимов и др., 2019] и модераторов [Фарахутдинов Ш.Ф., Панова А.В., 2019]
- облегчение идентификации заказчика исследования и потребителя [Фарахутдинов Ш.Ф., Панова А.В., 2019, и наш опыт 😊]

Перспективы использования айтирекинга в области ЗПП



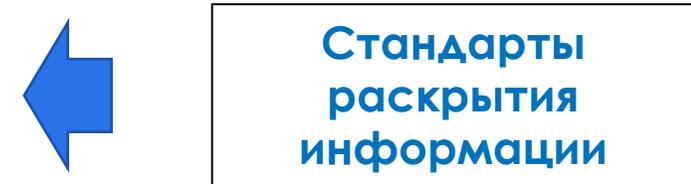
- Несвершенство информации, получаемой потребителем от финансовых организаций, которые определяют как ключевые параметры финансовых продуктов, так и содержание и формат раскрываемой информации
- Невозможность отказаться от приобретенного финансового продукта без сопутствующих расходов
- Принятие нежелательных рисков или трудно исполнимых обязательств в результате приобретения неподходящего финансового продукта

Перспективы использования айтрекинга в области ЗПП



- Сложность финансовых продуктов, требующая сложного описания
- Необходимость конкурировать за внимание и когнитивные ресурсы потребителя
- Разница восприятия информации разными людьми, находящимися в различных ситуациях
- Различие поведенческих особенностей и социально-демографических характеристик потребителей

Что нужно учитывать?



Исследования с использованием айтрекинга

Исследовательский вопрос	Работы
Могут ли различные способы представления информации (КИД, предупреждения об ориентации на прошлые показатели) усилить ее воздействие на инвесторов?	Hüsser & Wirth (2014), Ceravolo et al. (2019) Ceravolo et al. (2021)
Могут ли различные графические представления финансовой информации и риска вызывать различные модели обработки информации и принятия решений?	Smerecnik et al. (2010), Vila & Gomez (2016)
Каково влияние финансового образования на индивидуальный поиск и принятие решений?	Król & Król (2019a), Woller-Carter et al. (2012), Brückner et al. (2020)
Можно ли разработать протокол оценки финансовых навыков на основе использования методологии айтрекинга?	Król & Król (2019a), Shavit et al. (2010)
Вызывают ли различные торговые онлайн-платформы различные модели поиска и принятия решений у пользователей?	Valliappan et al. (2020)
Приводит ли формат представления информации (электронный/ бумажный; смартфон/компьютер) к разному поведению пользователей?	Firth et al. (2019)
Влияет ли возраст пользователей на поиск информации и принятие финансовых решений на торговых онлайн-платформах?	Loh & Kanai (2016)
Как люди принимают решения в условиях ограниченности времени?	Hobusch (2016)
Как можно использовать айтрекинг для измерения неопределенности продукта и выбора способа платежа на онлайн платформе?	Xu & Riedl (2011)

Исследования с использованием других методов

Исследовательский вопрос

Работы

Как эмоциональное возбуждение, измеренное с помощью плетизмографии, влияет на восприимчивость к мошенничеству при моделировании онлайн-покупок?

Lu, H. Y., Chan, S., Chai, W., Lau, S. M., & Khader, M. (2020). Examining the influence of emotional arousal and scam preventive messaging on susceptibility to scams.

Могут ли электромиография, плетизмография и электрокардиография быть использованы для надежной идентификации пользователей?

Madduluri, S., & Kumar, T. K. (2024). Electrocardiogram plethysmographic electromyograms based biometric authentication models.

Как с помощью электроэнцефалографии улучшить распознавание пользователей и учесть их отношение к риску при предоставлении финансовых консультаций в мобильных приложениях, связанных с финансами?

Kim, H., Hong, S., & Yang, G.-C. (2024). Advancing mobile neurofinance: EEG-based user authentication and financial advisory

Как с помощью функциональной магнитно-резонансной томографии спрогнозировать принятие рискованных финансовых решений, в том числе для рисков, связанных с мошенничеством?

Wu, C. C. (2014). Brain to Bank: An Affective Neuroscience Account of Financial Risk Taking

Направления психофизиологических исследований

Направления психофизиологических исследований	Развитие в сфере ЗПП
Выявление индивидуальных особенностей потребителей	Учет особенностей потребителей и контекста при разработке стандартов раскрытия информации и оказания финансовых услуг
Определение особенностей восприятия информации в различных форматах	
Выявление особенностей принятия решений потребителями	Обновление учебного контента в области формирования универсальной компетенции в области экономической культуры, в том числе финансовой грамотности, а также общепрофессиональных и профессиональных компетенций в области финансовой грамотности
Разработка учебных моделей	
Оценка эффектов стратегий и методов обучения	
Концептуальное развитие	Развитие теоретических основ восприятия учета контекста принятия решений в условиях цифровизации
Пересмотр существующих теорий	



Национальный
исследовательский
Томский
государственный
университет

III Международный конгресс «Язык, культура и технологические транзиты: новые грани человеческого»

Как нейрофизиологические методы могут помочь в защите прав потребителей финансовых услуг

Ольга Лаврентьева, н.с. лаборатории
финансовой грамотности ЭФ МГУ

onlavrentieva@gmail.com