



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

М.З.Н.

Мала академія наук
України під егідою
ЮНЕСКО



Національний
технічний університет
ДНІПРОВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА
1899



Міністерство освіти і науки України
Національна академія наук України
Національний центр «Мала академія наук України»
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Київський національний університет
будівництва і архітектури
Національний університет «Запорізька політехніка»
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ХVІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКАДЕМІЧНА Й УНІВЕРСИТЕТСЬКА
НАУКА: РЕЗУЛЬТАТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»



09 – 12 грудня 2025 року
Полтава

блогінг, хмарні сервіси, веб-квести, flipped learning, HomeWatching, ігрові технології — істотно розширюють можливості іншомовної підготовки та відповідають потребам сучасної цифрової освітньої екосистеми.

Література:

1. Васюкович О. М. *Інноваційні технології навчання у вивченні професійної англійської мови у вищих технічних навчальних закладах Європи. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки.* 2020. № 191. С. 52–55.

2. Гарбуза Т. В. *Використання хмарних технологій під час навчання іншомовного спілкування у закладах вищої освіти. Актуальні проблеми іншомовної комунікації: лінгвістичні, методичні та соціально-психологічні аспекти: зб. матеріалів III Всеукраїнської науково-методичної Інтернет-конференції.* Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С. 14–15.

3. Кудря М. М. *Сучасні методики викладання іноземних мов у вищій школі України All Ukrainian scientific-practical magazine Principal of School Liceum Gymnasium.* 2011. №1 (86). С. 222–230

4. Новак І. М. *Інтерактивні методи навчання іноземних мов у закладах вищої освіти. Інноваційна педагогіка.* 2021. Т. 1. № 32. С. 121–125.

5. Соломаха, А. В. *Підготовка майбутніх педагогів до діджиталізації в ранньому навчанні іноземних мов. Електронне наукове фахове видання «Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету», 2021. №10. С. 203–215.*

УДК 330.16:336.717:004.8

ЦИФРОВІ УПЕРЕДЖЕННЯ: ПОВЕДІНКОВИЙ ВИМІР FINTECH

Романовська Н.І., Венгер В.В.

Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Чижевська М.Б.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Стрімкий розвиток FinTech платформ (мобільний банкінг, інвестиційні додатки, P2P-кредитування) кардинально змінив процес прийняття фінансових рішень. З одного боку, це спрощує доступ до фінансових послуг, з іншого – створює нові виклики, пов'язані з когнітивними упередженнями, які посилюються цифровим середовищем. Проблема полягає в тому, що «архітектура вибору» у FinTech-додатках часто проектується для максимізації взаємодії та прибутку платформи, а не для оптимізації фінансових результатів користувача, що призводить до ірраціональної та ризикованої поведінки. Цифрові упередження (digital biases) стають критично важливою темою, оскільки вони впливають на прийняття фінансових рішень як споживачами, так і самими алгоритмами.

У поведінковій економіці загальновідомі когнітивні упередження, такі як евристика доступності (availability heuristic), упередження підтвердження (confirmation bias) та упередження втрати (loss aversion), значно впливають на традиційні фінансові рішення. FinTech-платформи, зі свого боку, можуть як посилювати ці упередження, так і створювати нові, специфічні для цифрового середовища.

Ключову роль у формуванні поведінки грає дизайн користувацького інтерфейсу (UI) та користувацького досвіду (UX) FinTech-додатків. Зокрема, спосіб представлення інформації (фреймінг) – наприклад, відображення прибутку зеленим кольором та збитків червоним. Це може посилювати упередження втрати. Так само, як початкові цифри чи рекомендовані суми інвестицій (наприклад, у вікні переказу) слугують якорями, впливаючи на кінцеве рішення користувача.

Надвимірне спрощення складних фінансових процесів (наприклад, інвестиції в один клік) може призвести до упередження надмірної самовпевненості (overconfidence bias) та

ігнорування ризиків. Гейміфікація (наприклад, бали, досягнення) може стимулювати імпульсивні та ірраціональні дії, спрямовані на «виграш» у грі, а не на досягнення довгострокових фінансових цілей.

Цифрові платформи часто використовують механізми соціального доказу (social proof) для стимулювання дії. Показ популярних інвестиційних активів чи високих рейтингів може активізувати ефект стада (herding effect), змушуючи користувачів слідувати за більшістю, ігноруючи власний аналіз чи ризики. Відображення того, скільки заощаджують чи інвестують «люди, які схожі на вас», посилює упередження відповідності (conformity bias), тиснуть на користувача задля досягнення уявного стандарту.

FinTech активно використовує штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання для скорингу, персоналізації та надання рекомендацій. Якщо ШІ навчається на історичних даних, які містять соціальні, економічні чи історичні упередження, то ці упередження закріплюються та автоматично відтворюються. Це створює алгоритмічні упередження. Якщо історичні дані для навчання моделі кредитного скорингу містять дискримінацію (наприклад, менше кредитів видавалося певній демографічній групі), то модель ШІ буде продовжувати цю дискримінацію, вважаючи її «оптимальною» поведінкою. Це призводить до упередження несправедливості (unfairness bias). Алгоритми можуть «якоритися» на певних змінних, які насправді не є прогностичними (наприклад, модель телефону, з якого подається заявка), що призводить до ірраціональних відмов або схвалень.

Алгоритми FinTech-додатків прагнуть до максимальної персоналізації, пропонуючи лише той контент (інвестиційні продукти, поради), який відповідає попередній поведінці користувача. Система, що постійно пропонує продукти лише одного типу (наприклад, високоризикові акції), підсилює упередження підтвердження користувача, обмежуючи його фінансову ерудицію та здатність до диверсифікації. Користувач потрапляє у «бульбашку», де йому не показують альтернативні чи критичні погляди на фінансові ризики, що може призвести до неоптимального розподілу активів.

Подолання цифрових упереджень потребує комплексного підходу на перетині дизайну, регулювання та поведінкової науки. Інтерфейси мають надавати чітке пояснення того, чому була надана та чи інша рекомендація. Використання «поведінкових поштовхів» (nudges) для заохочення раціональної поведінки. Вбудовування освітніх елементів та інструментів для самооцінки ризик-профілю, що допомагає користувачам калібрувати своє упередження надмірної самовпевненості.

Отже, цифрові упередження у FinTech є не просто технічною проблемою, а глибоким поведінковим викликом. Вони впливають на фінансове благополуччя мільйонів людей, посилюючи нерівність та стимулюючи ірраціональну поведінку. Подальші дослідження мають бути зосереджені на розробці та тестуванні ефективних стратегій (debiasing strategies) у реальних FinTech-додатках, щоб забезпечити, що фінансові технології дійсно слугують для підвищення фінансової інклюзії та раціональності.

Література:

1. *Поведінкова економіка: від теорії до практики: Т 26 міждисциплінарний навчальний посібник. За науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. Трускавець: ПОСВІТ, 2022, 408 с.*

2. [*Chyzhevska M., Romanovska N., Ramskyi A., Venger V., Obushnyi M. Behavioral Biometry as a Cyber Security Tool. CEUR Workshop Proceedings, 2021, 3188, pp. 88–97.*](#)