

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИНЯТИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ

Архимандритова Юлиана Андреевна

Независимый исследователь

arkh.work@yandex.ru

MOTIVATIONAL AND COGNITIVE FEATURES OF FINANCIAL DECISION-MAKING

I. Arkhimandritova

Summary: The article presents a theoretical study of the impact of the digitalization of the economy on the psychological aspects of financial decision-making based on a generalization of modern scientific literature in the field of behavioral finance and economic psychology. The key areas of analysis of the digitalization of the economy are shown, including the role of digital incentives, algorithmic recommendations, interfaces and social networks in combination with attention, memory, risk assessment and information processing methods, as well as the impact of the level of trust in technology and digital financial literacy. The features of motives are described and the risks and distortions of the digital environment are systematized, the relationship of digital conditions with changes in the structure of motives, attitudes and cognitive shifts in the selection process is revealed. The key result is the developed comprehensive model of the impact of the digitalization of the economy on the motivational and cognitive processes of financial decision-making.

Keywords: digitalization of the economy, motivation, cognition, financial decisions, decision-making.

Аннотация: В статье представлено теоретическое исследование влияния цифровизации экономики на психологические аспекты принятия финансовых решений на основе обобщения современной научной литературы в области поведенческих финансов и экономической психологии. Показаны ключевые направления анализа цифровизации экономики, включая роль цифровых стимулов, алгоритмических рекомендаций, интерфейсов и социальных сетей в сочетании с вниманием, памятью, оценкой риска и способами обработки информации, а также влияние уровня доверия к технологиям и цифровой финансовой грамотности. Описаны особенности мотивов и систематизированы риски и искажения цифровой среды, выявлена связь цифровых условий с изменением структуры мотивов, установок и когнитивных сдвигов в процессе выбора. Ключевым результатом выступает разработанная комплексная модель влияния цифровизации экономики на мотивационно-когнитивные процессы принятия финансовых решений.

Ключевые слова: цифровизация экономики, мотивация, когнитивные процессы, финансовые решения, принятие решений.

Введение

Принятие финансовых решений (далее — ПФР) значительно усложняется в контексте цифровизации. Цифровизация экономики усилила влияние технологических условий на психологические механизмы принятия финансовых решений, поскольку развитие цифровых сервисов сформировало среду, насыщенную потоками информации и новыми средствами её восприятия [4]. Исследовательские результаты показывают, что финансовое поведение стало зависеть от действий в интерфейсах онлайн-платформ, от алгоритмов, управляющих представлением данных, и от цифровых коммуникаций, что создаёт дополнительные когнитивные ограничения и усиливает роль субъективных установок [7], [8]. Анализ цифровых влияний показывает, что мотивы, установки и способы оценки информации трансформируются под воздействием технологических решений, встроенных в финансовые сервисы, что изменяет характер реакции на информационные сигналы и способы интерпретации риска [5], [12]. Психология экономического поведения в условиях цифровизации рассматривает влияние технологических форматов вза-

имодействия пользователя с финансовой средой как фактор изменения структуры мотивов, способов оценки последствий и способов формирования ожиданий [6], что создаёт предпосылки для глубокого анализа цифровых стимулов и их роли в регулировании поведения. Исследования подтверждают, что цифровые механизмы обработки информации и особенности её подачи в онлайн-пространстве оказывают воздействие на оценку перспектив и выбор способов действий в финансовой сфере [11], [14]. Указанные изменения позволяют рассматривать цифровизацию экономики как значимую характеристику среды, влияющей на мотивационно-когнитивные процессы, формирующие содержание финансовых решений. Цель статьи — исследование влияния цифровизации экономики на психологические аспекты принятия финансовых решений.

Актуальность работы

Данное исследование направлено на анализ влияния цифровизации экономики на психологические механизмы ПФР с учётом современных направлений поведенческой экономики для того, чтобы уточнить условия

формирования решений, принимаемых пользователями цифровых финансовых сервисов в контексте технологических и социальных изменений. Исследование также отражает и обобщает последние достижения современной отечественной и зарубежной научной литературы, посвящённой цифровым аспектам ПФР, представленным в высокоуровневых научных журналах. Разработка авторской комплексной модели направлена на объяснение взаимодействия цифровых стимулов, когнитивных процессов и мотивов, что позволяет расширить представления о психологической природе ПФР в условиях цифровизации экономики.

Материалы и методы

Настоящее исследование носит теоретический характер. В качестве основных методов исследования использованы анализ научной литературы, обобщение, сравнение, дедукция. Для изучения влияния цифровизации экономики на психологические аспекты ПФР применяются труды российских авторов в области поведенческих финансов и экономической психологии, опубликованные в научной литературе [1–5], а также работы зарубежных исследователей [6–15].

Результаты и их обсуждение

Теоретические основания анализа влияния цифровизации экономики на психологические аспекты принятия финансовых решений складываются на базе поведенческих финансов и экономической психологии, которые рассматривают финансовое поведение как результат взаимодействия субъективных представлений, мотивационных структур и неопределённой внешней среды [3]. В исследованиях по финансовому поведению описываются модели, в которых экономические агенты характеризуются склонностью к риску, эмоциональными реакциями и когнитивными искажениями, а не сводятся к носителям полностью рациональных стратегий [1]. Указанные теоретические конструкции подготавливают развитие анализа цифровизации экономики, поскольку цифровая среда усиливает уже описанные эффекты и задаёт новые условия для интерпретации финансовых стимулов [15].

В рамках анализа цифровизации экономики выделяются направления, которые трактуют электронные финансовые сервисы как институциональную среду, задающую условия доступа к продуктам и формат информационного взаимодействия [12]. Этот уровень дополняется подходом цифровой финансовой грамотности, поскольку связывает использование цифровых технологий с набором навыков, установок и представлений, определяющих способность субъекта ориентироваться в цифровых финансовых инструментах [11]. В исследованиях цифровой финансовой грамотности под-

чёркивается, что цифровизация экономики не сводится к техническому обновлению каналов обслуживания и связывается с изменением структуры автономии и контролируемости финансового поведения [2].

Ещё один уровень анализа вносят психологические теории восприятия технологий, поскольку они учитывают особенности взаимодействия субъекта с интерфейсами, алгоритмами и цифровыми советниками и связывают экономическое поведение с доверием к технологиям и субъективной оценкой их компетентности [5].

Перспективы цифрового подталкивания [4] и влияние атрибутов цифровой среды [8] на выбор показывают, что структура представления информации в цифровой среде влечёт изменение восприятия последствий решений и оценку совместимости продукта с потребностями пользователя [9]. Модели ограниченной рациональности пользователей онлайн-сервисов микрофинансовых организаций показывают, что цифровизация экономики усиливает спонтанность принятия финансовых решений, так как сокращается время анализа и сокращается объём информации, который становится основой для осмысленного сопоставления альтернатив [4].

В отличие от классических моделей рационального выбора в финансовой теории подходы цифровой психологии и экономики рассматривают цифровизацию экономики как источник систематического изменения мотивационно-когнитивных процессов, которые определяют содержание принятия финансовых решений в условиях технологически опосредованной среды [7].

Цифровая среда усилила влияние интерфейсов, ИИ и массивов данных на внимание, память и способности обработки информации, поскольку использование цифровых сервисов связано с интенсивным восприятием структурированных и нестабильных потоков сведений, которые формируют ограниченную концентрацию и изменённое распределение когнитивных ресурсов [7]. Воздействие алгоритмических рекомендаций в финансовых сервисах формирует условия, в которых оценка информации смещается в сторону готовых решений, что изменяет структуру запоминания информации и снижает глубину анализа данных, так как субъективная оценка достоверности алгоритма начинает подменять самостоятельное сопоставление вариантов [10]. Применение ИИ в процессе взаимодействия с финансовой средой усиливает фрагментарность восприятия информации, приводит к эффекту сокращённой когнитивной нагрузки и, как следствие, к смещению внимания в сторону наиболее заметных сигналов и формированию специфических когнитивных сдвигов, выражающихся в уменьшении роли аналитических стратегий и усилении зависимости от цифровых технологий [5].

Цифровая среда также усилила роль геймификации, мгновенной обратной связи и социальных сетей на цели и установки, определяющие содержание ПФР, поскольку цифровые стимулы усиливают значимость краткосрочных реакций и смещают структуру мотивации в сторону немедленных результатов [13]. Воздействие механизмов геймификации и постоянных уведомлений формирует стремление к выполнению действия в ответ на цифровой сигнал, что меняет соотношение между рационально сформированными целями и эмоциональными ожиданиями, возникающими в цифровой среде [6].

Усиление роли социальных сетей формирует ситуацию, когда субъективная оценка финансового решения начинает зависеть от норм цифровых сообществ, что приводит к перераспределению мотивов и формированию цифровых мотивов ПФР, выражающихся в повышенной чувствительности к социальным сигналам и визуальным показателям, встроенным в цифровую коммуникацию [12].

Связь цифровых стимулов с перераспределением целей в ПФР подводит к необходимости выделить специфические параметры цифровой среды, способные исказить восприятие информации и изменять структуру оценки последствий. Основные исследовательские подходы к анализу рисков и искажений цифровой среды в структуре ПФР представлены ниже (табл. 1).

Социальные медиа также усилили значение сетевых эффектов, лидеров мнений и цифровых сообществ, поскольку информационные сигналы в

онлайн-среде формируют ориентиры, влияющие на содержание ПФР и задающие субъективные критерии приемлемости действий [14]. Влияние лидеров мнений усиливает стремление согласовывать ПФР с ориентиром, который складывается внутри цифровой группы, поскольку сообщения и визуальные сигналы в социальных медиа формируют представление о допустимых действиях и задают направление, воспринимаемое как предпочтительное.

Расширение роли цифровых сообществ приводит к тому, что субъективная оценка финансовых решений начинает опираться на сигналы сетевой среды, что формирует специфическую систему цифровых мотивов ПФР и условия для концептуализации влияния социальных медиа как самостоятельного фактора, изменяющего структуру ориентации субъекта в финансовой сфере [9].

Также в научной литературе отмечается влияние мобильных приложений, маркетплейсов и цифровых платформ на ПФР (табл. 2).

Важно отметить, что различия в сочетании отношения к риску, освоения технологий и привычных каналов взаимодействия проявляются и в межпоколенном разрезе ПФР в цифровой среде (табл. 3).

Цифровая среда усилила значение навыков работы с технологиями, поскольку способность ориентироваться в интерфейсах, управлять настройками безопасности и оценивать надёжность источников данных определяет качество интерпретации информации при ПФР и снижает вероятность ошибок, возникающих в условиях фраг-

Таблица 1.

Исследовательские подходы к анализу рисков и искажений цифровой среды в структуре ПФР.

№	Методология / выборка	Ключевой вывод
[4]	Анализ поведения пользователей онлайн-МФО; данные цифровых сервисов	Цифровой формат ускоряет ПФР, усиливает импульсивность и ограниченную рациональность, создаёт поверхностную обработку информации и искажает оценку
[5]	Эксперимент с участием пользователей, взаимодействующих с ИИ-рекомендациями	Использование ИИ смещает восприятие риска, усиливает доверие к технологически опосредованным подсказкам и снижает самостоятельную оценку последствий ПФР
[8]	Исследование поведения клиентов при выборе цифровых банковских продуктов	Перегрузка цифровой информацией формирует поверхностные когнитивные стратегии, увеличивает ошибки интерпретации условий и искажает оценку значимых параметров ПФР
[7]	Синтез эмпирических и экспериментальных данных	Алгоритмические рекомендации изменяют субъективное восприятие финансового риска и подменяют самоанализ готовыми решениями
[9]	Эксперимент по архитектуре выбора в цифровой среде	Цифровые элементы интерфейса формируют систематические ошибки выбора и меняют интерпретацию информации
[14]	Опросы и экспериментальные данные по молодому поколению	Высокая интенсивность цифрового потребления информации снижает глубину анализа и усиливает ошибки восприятия риска
[12]	Статистическое и концептуальное исследование цифровых факторов	Цифровая среда увеличивает количество внешних искажений, затрудняет интерпретацию финансовых параметров и ведёт к нестабильной оценке последствий ПФР

Источник: авторское обобщение.

Таблица 2.

Исследовательские подходы к влиянию мобильных приложений, маркетплейсов и цифровых платформ на ПФР.

№	Методология / выборка	Ключевой вывод
[4]	Анализ цифровых действий пользователей онлайн-МФО	Цифровые платформы сокращают время на ПФР, усиливают импульсивность ПФР и формируют склонность к использованию быстрых решений, встроенных в интерфейс
[8]	Изучение цифровых банковских сервисов и выбора счетов	Структура мобильных приложений влияет на интерпретацию условий, формирует поверхностную оценку параметров продукта и изменяет направление ПФР
[7]	Анализ технологически опосредованных финансовых решений	Алгоритмы цифровых платформ смещают восприятие финансовой информации и подменяют самостоятельный поиск данных встроенными подсказками, что влияет на ПФР
[12]	Оценка факторов цифровой среды и каналов взаимодействия	Формат цифровых платформ создает дополнительные искажения интерпретации финансовых параметров и снижает качество прогнозирования последствий ПФР
[14]	Опросы и экспериментальные данные по молодому поколению	Использование цифровых приложений усиливает склонность к быстрым действиям и снижает глубину анализа, что влияет на оценку риска в структуре ПФР
[9]	Эксперимент по архитектуре выбора в онлайн-сервисах	Организация выбора в цифровых платформах вызывает систематические искажения оценки информации и усиливает зависимость ПФР от визуальных элементов интерфейса

Источник: авторское обобщение.

Таблица 3.

Межпоколенные различия в ПФР.

Критерий	X	Y	Z	Альфа
Отношение к «цифре»	Сдержанное принятие	Уверенное использование	Полная цифровая адаптация	Цифровая среда как норма
Основные каналы ПФР	Традиционные и онлайн-сервисы	Онлайн-банкинг и приложения	Мобильные платформы	Интегрированные суперприложения
Склонность к риску	Низкая	Средняя	Повышенная	Ситуативная, зависимая от стимулов
Роль социальных медиа	Низкая значимость	Умеренная значимость	Высокое влияние	Формирование ориентации с раннего возраста
Цифровая финансовая грамотность	Базовый уровень	Уровень сформирован	Высокая привычность	Формирование в образовательных средах

Источник: авторская разработка

ментарных цифровых сигналов [11]. Расширение набора рисков в онлайн-среде усилило роль доверия к технологическим решениям [6]. Повышение требований к самостоятельной оценке цифровой информации привело к тому, что сочетание навыков, установок и представлений о безопасном поведении в онлайн-среде стало содержательной характеристикой способности субъекта осуществлять ПФР в цифровом формате, что, ориентируясь на глобальное определение финансовой грамотности [15], позволяет рассматривать новое понятие цифровой финансовой грамотности как способности принимать обоснованные решения об использовании своих денег и управлении ими в технологически опосредованных условиях цифровой среды.

Обобщая влияние цифровизации экономики на психологические аспекты ПФР, предлагается комплексная модель (рис. 1).

Представленная схема отражает комплексное воздействие цифровизации экономики на мотивационно-

когнитивные процессы ПФР. Цифровая среда задаёт условия, в которых внимание, особенности запоминания и глубина анализа преобразуются под влиянием алгоритмических подсказок, визуальных сигналов и высокой плотности информационных потоков. В этих условиях формируется новая группа цифровых когнитивных искажений, возникающих вследствие сокращённой когнитивной нагрузки, фрагментарности восприятия и подмены самостоятельной оценки готовыми цифровыми решениями. Сочетание этих факторов приводит к трансформации интерпретации финансовых сигналов и изменению характера ориентации субъекта в цифровой среде. Вторая часть схемы показывает, что перераспределение когнитивных ресурсов сочетается с изменением мотивационной структуры ПФР. Цифровые стимулы усиливают мгновенные реакции, смещают отношение к риску, повышают чувствительность к социальным сигналам и формируют цифровые мотивы ПФР, основанные на эмоциональном отклике, стремлении к немедленному результату и опоре на визуальные индикаторы. Субъективные установки и доверие становятся центральным

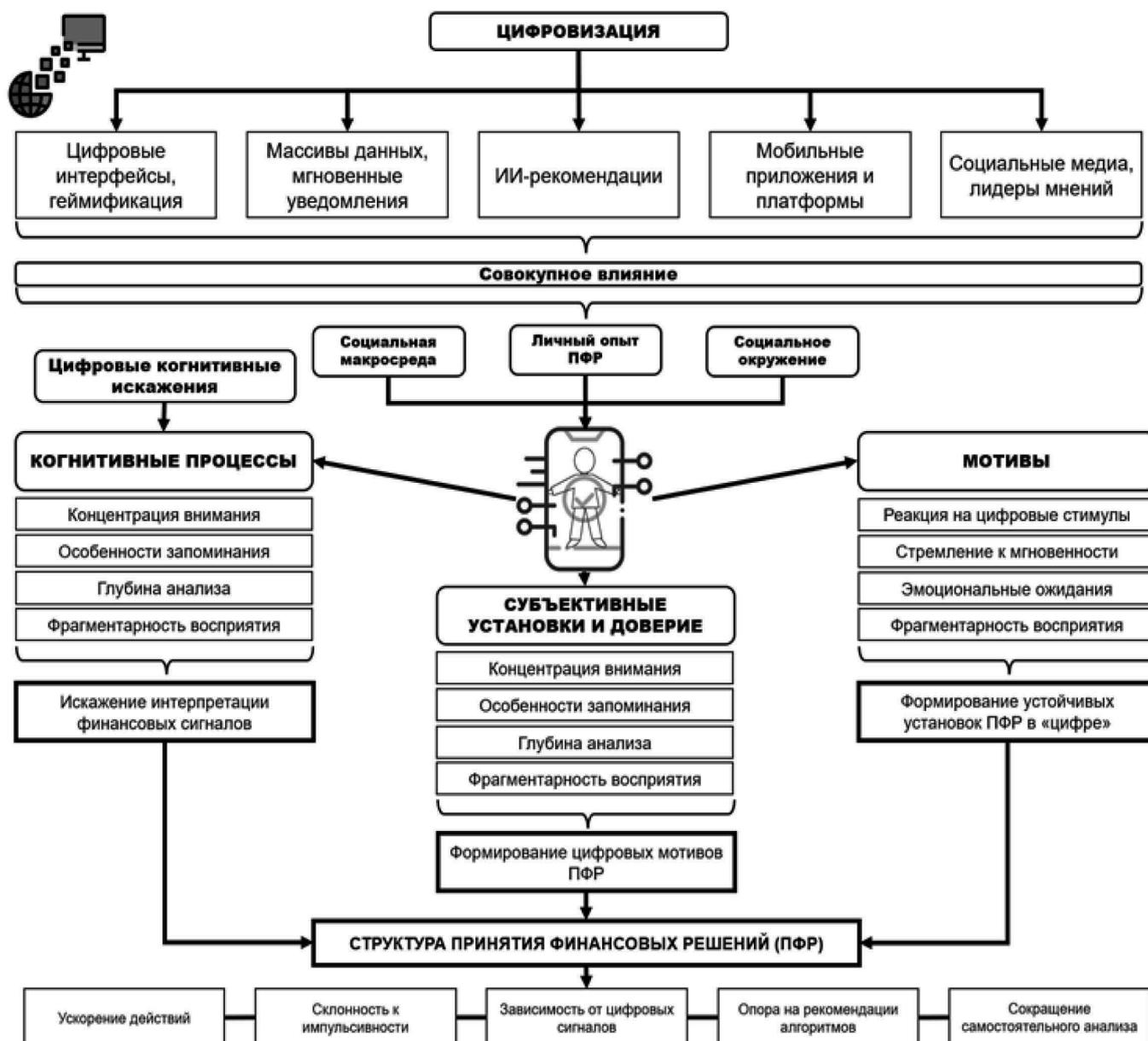


Рис. 1. Комплексная модель влияния цифровизации на мотивационно-когнитивные процессы ПФР
 Источник: авторская разработка.

звеном, поскольку качество восприятия цифровой информации определяется совокупностью личного опыта, социальной среды и оценки надёжности технологий. Взаимодействие когнитивных процессов, мотивов и субъективных установок формирует структуру ПФР, характеризующуюся трансформацией ПФР.

Заключение

Цифровизация экономики раскрывает комплексное содержание ПФР, поскольку психологические механизмы выбора перестраиваются под воздействием технологически опосредованных форм восприятия информации и новых каналов взаимодействия. Анализ мотивационно-

когнитивных процессов показал, что цифровая среда изменяет способы концентрации внимания, структуру запоминания и оценку последствий, а также усиливает роль мгновенных стимулов, социальных сигналов и доверия к алгоритмам. Исследование позволило выявить трансформацию мотивов, установок и способов интерпретации финансовых параметров, а также уточнить место цифровых факторов в формировании устойчивых стратегий поведения. Полученные результаты расширяют понимание психологической природы ПФР и задают направления дальнейшего изучения влияния цифровых сервисов, алгоритмических решений и цифровой коммуникации на способы принятия решений в сфере личных финансов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григорович А.В., Морозова А.В. Принятие финансовых решений предпринимателями в концепциях поведенческих финансов // *Финансы и кредит*. — 2025. — Т. 31. — № 2. — С. 123-141.
2. Джуха В.М., Федоренко В.В. Классификация финансовых моделей поведения граждан // *Учет и статистика*. — 2025. — Т. 22. — № 1. — С. 68-77.
3. Разумовская Е.А., Разумовский Д.Ю. Исследования финансового поведения в условиях неопределенности: теория вопроса // *Финансы и кредит*. — 2024. — Т. 30. — № 10 (850). — С. 2166-2183.
4. Управителей А.А. Ограниченная рациональность принятия решений пользователями онлайн-сервисов микрофинансовых организаций // *Финансовый журнал*. — 2022. — Т. 14. — № 4. — С. 134-147.
5. Фоломеева Т.В., Садовская Е.Д., Винокуров Ф.Н., Федотова С.В. Роль цифровых технологий в экономических решениях: искусственный интеллект и склонность к риску // *Вестник Московского университета. Серия 14: Психология*. — 2022. — № 3. — С. 40-64.
6. Aleksandrova A. et al. Digital financial literacy in a post-covid world: the role of ai and technological innovation in shaping financial decision-making // *Revista de Gestão Social e Ambiental*. — 2024. — Vol. 18. — No. 11. — P. 1-18.
7. D'Acunto F., Rossi A.G. IT meets finance: financial decision-making in the digital era // *Handbook of financial decision making*. — Edward Elgar Publishing, 2023. — P. 336-354.
8. Dehnert M., Schumann J. Uncovering the digitalization impact on consumer decision-making for checking accounts in banking // *Electronic Markets*. — 2022. — Vol. 32. — No. 3. — P. 1503-1528.
9. Esposito G. et al. Nudging to prevent the purchase of incompatible digital products online: An experimental study // *PloS one*. — 2017. — Vol. 12. — No. 3. — P. 1-15.
10. Goyal K., Kumar S., Xiao J. J. Antecedents and consequences of Personal Financial Management Behavior: a systematic literature review and future research agenda // *International journal of bank marketing*. — 2021. — Vol. 39. — No. 7. — P. 1166-1207.
11. Kumar P. et al. The interplay of skills, digital financial literacy, capability, and autonomy in financial decision making and well-being // *Borsa Istanbul Review*. — 2023. — Vol. 23. — No. 1. — P. 169-183.
12. Marconi D., Marinucci M., Paladino G. Digitalization, financial knowledge and financial decisions // *Bank of Italy Occasional Paper*. — 2022. — P. 1-33.
13. Mishra D. et al. Digital financial literacy and its impact on financial decision-making of women: Evidence from India // *Journal of Risk and Financial Management*. — 2024. — Vol. 17. — No. 10. — P. 1-23.
14. Pintér É. et al. How do digitalization and the Fintech phenomenon affect financial decision-making in the younger generation? // *Acta Polytechnica Hungarica*. — 2021. — Vol. 18. — No. 11. — P. 191-208.
15. Shi W., Ali M., Leong C. M. Dynamics of personal financial management: a bibliometric and systematic review on financial literacy, financial capability and financial behavior // *International Journal of Bank Marketing*. — 2024. — Vol. 43. — No. 1. — P. 125-165.

© Архимандритова Юлиана Андреевна (arkh.work@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»