

КОГНІТИВНІ УПЕРЕДЖЕННЯ, ПОВ'ЯЗАНІ З ІНФОРМАЦІЄЮ, ТА ЇХ ПРОЯВ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

©2024 ІВАЩЕНКО М. В.

УДК 330.1:336.7
JEL: A14; D83; G14

Іващенко М. В. Когнітивні упередження, пов'язані з інформацією, та їх прояв на фінансовому ринку

У статті здійснено аналіз впливу когнітивних упереджень стосовно сприйняття інформації та його наслідки для рішень учасників ринку та формування загальної картини фінансового ринку. Зазначено, що з циркуляцією інформації на ринку й особливостями її сприйняття пов'язана низка когнітивних упереджень. Виявлено основні когнітивні упередження щодо сприйняття інформації на фінансовому ринку: упередження поширеної інформації (в контексті прийняття фінансових рішень та ринкової динаміки може призвести до підсилення впливу цієї інформації на ринкові рішення); ефект дивини (інвестори можуть реагувати емоційно на такі події, що призводить до різких коливань цін активів, паніки або ейфорії на ринку, залежно від характеру цих подій); ефект генерації (інвестори можуть краще запам'ятовувати та більш надійно сприймати інформацію, яку вони самі створили або висловили, порівняно з інформацією, яку вони отримали від інших джерел); Google-ефект (через легкість отримання інформації в інтернеті інвестори можуть стати менш обережними щодо зберігання ключових фінансових даних у своїй пам'яті); ефект дезінформації (інвестори можуть отримати нову інформацію після того, як вони вже сформували свою думку про певну фінансову подію чи тенденцію, і ця нова інформація може призвести до неправильної інтерпретації чи переоцінки фактів, що відбулися); ефект настрою (інвестори, які перебувають у позитивному настрої, можуть більше уваги приділяти позитивній інформації, що може привести до більш оптимістичних інвестиційних рішень); ефект складності обробки інформації (інвестори можуть запам'ятовувати та краще розуміти складні та глибокі аналізи, які вимагають більше часу та уваги для обробки); інформаційне упередження (інвестори можуть бути схильними постійно відслідковувати новини, оновлення та аналізи, навіть якщо ця інформація не має прямого впливу на їхні поточні чи майбутні інвестиційні рішення); ефект «ворожих» ЗМІ (інвестори можуть реагувати на фінансові новини та аналітичні матеріали відповідно до своїх власних упереджень). Зазначено, що для уникнення негативних наслідків когнітивних упереджень на фінансовому ринку важливо розвивати фінансову грамотність, вміння критично мислити та володіти самоконтролем у процесі прийняття фінансових рішень.

Ключові слова: когнітивні упередження, упередження поширеної інформації, ефект генерації, Google-ефект, ефект дезінформації, ефект складності обробки інформації, інформаційне упередження, прийняття фінансових рішень.

Бібл.: 10.

Іващенко Марина Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: maryna.ivashchenko@karazina.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6078-1783>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/2208692>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58512000400>

UDC 330.1:336.7
JEL: A14; D83; G14

Ivashchenko M. V. The Cognitive Biases Related to Information and Their Manifestation in the Financial Market

The article analyzes the impact of cognitive biases regarding the perception of information and its consequences for the decisions of market participants and the formation of the overall picture of the financial market. It is noted that a number of cognitive biases are associated with the circulation of information in the market and the peculiarities of its perception. The main cognitive biases regarding the perception of information in the financial market have been identified: bias of disseminated information (in the context of financial decision-making and market dynamics can lead to an increase in the impact of this information on market decisions); the oddity effect (investors may react emotionally to such events, leading to sharp fluctuations in asset prices, panic or euphoria in the market, depending on the nature of these events); generation effect (investors can better remember and more reliably perceive information that they themselves have created or expressed, compared to information they have received from other sources); Google effect (due to the ease of obtaining information on the Internet, investors may become less cautious about storing key financial data in their memory); the disinformation effect (investors may receive new information after they have already formed their opinion about a particular financial event or trend, and this new information may lead to misinterpretation or overestimation of the facts that have occurred); sentiment effect (investors who are in a positive mood may pay more attention to positive information, which can lead to more optimistic investment decisions); the effect of complexity of information processing (investors can remember and better understand complex and in-depth analyses that require more time and attention to process); information bias (investors may be inclined to constantly monitor news, updates, and analysis, even if this information does not have a direct impact on their current or future investment decisions); the effect of «hostile» media (investors can react to financial news and analysis according to their own biases). It is noted that in order to avoid the negative consequences of cognitive biases in the financial market, it is important to develop financial literacy, the ability to think critically and have self-control in the process of making financial decisions.

Keywords: cognitive biases, disseminated information bias, generation effect, Google effect, disinformation effect, information processing complexity effect, information bias, financial decision-making.

Bibl.: 10.

Ivashchenko Maryna V. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finances, Banking and Insurance, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: maryna.ivashchenko@karazina.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6078-1783>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/2208692>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58512000400>

Інформація є одним із ключових елементів діяльності на фінансовому ринку та впливає на різні аспекти, включно з прийняттям рішень, формуванням цін, ринковою волатильністю та загальною ефективністю ринку. Інвестори використовують інформацію для аналізу ринкових умов і визначення потенційних інвестиційних можливостей, оптимізації складу портфеля та розміщення коштів для досягнення максимальної ефективності. Інформація, доступна ринковим учасникам, впливає на формування цін активів та інших фінансових інструментів, сприяє прозорості ринку, що може підвищити довіру учасників та зменшити можливості маніпуляцій. Інформація, яка впливає на фінансові ринки, може призводити до різких рухів цін та збільшення волатильності, особливо якщо нова інформація неочікувана чи суперечлива.

У рамках поведінкової економіки з'являється велика кількість поважних досліджень, присвячених різноманітним поведінковим ефектам і когнітивним упередженням на різних ринках, у тому числі на фінансовому. Серед таких хотілося б відмітити працю Назара Акрамі, Бо Екехаммара і Робіна Берга (*Nazar Akrami, Bo Ekehammar, and Robin Bergh*, 2010 [2]), в якій розкрито загальні та специфічні компоненти когнітивних упереджень. Окремі аспекти поведінкових упереджень в інвестиційній поведінці, пов'язані з новими поколіннями інвесторів, досліджені в роботі Хадії Алтаф та Аніси Джан (*Hadiya Altaf, Anisa Jan*, 2023 [6]). Проблеми виявлення та можливі наслідки дезінформації на фінансових ринках розглядаються в роботі Матеуша Полака (*Mateusz Polak*, 2012 [8]).

Інший аспект роботи з інформацією на фінансовому ринку – велика вартість і складність обробки, але, водночас, важливість цієї інформації для забезпечення прозорості ринку розглянуто в роботі Марко Ді Маджо, Марко Пагано (*Marco Di Maggio, Marco Pagano*, 2018 [9]). Проблему сприйняття інформації крізь призму засобів масової інформації, які можуть бути ворожими з точки зору аналізу інформації, досліджує Женнан Лю (*Zhennan Liu*, 2019 [10]).

Незважаючи на наявність у світовій науці певної кількості досліджень поведінкових фінансів, залишається невисвітленим аспект когнітивних упереджень, пов'язаних саме зі сприйняттям, інтерпретацією, засвоєнням інформації з різних джерел та її подальшим використанням для ухвалення інвестиційних рішень на фінансовому ринку.

Оскільки інформація є необхідною для ефективності та функціонування фінансових ринків, метою дослідження, здійсненого в статті, є аналіз впливу когнітивних упереджень на сприйняття інформації та його наслідки для рішень учасників

ринку та формування загальної картини фінансового ринку.

Для досягнення зазначеної мети використано загальнонаукові методи дослідження: описовий, метод узагальнення для виявлення ознак, спільних рис і проявів когнітивних упереджень щодо сприйняття фінансової інформації.

У зв'язку зі зростанням значення інформації, актуалізується необхідність використання алгоритмів для швидкого аналізу та виконання угод на ринку, доступу до новин, аналітичних даних та інших інформаційних ресурсів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності інвесторів та фінансових установ.

До того ж, інформація є ключовою для забезпечення прозорості та ефективності ринків, а також використовується регуляторами для моніторингу ризиків та забезпечення стабільності фінансових систем.

Наведені аргументи чітко вказують на ключову роль інформації на фінансовому ринку, але водночас є очевидним, що вона є недосконалою, і це створює ряд викликів для учасників ринку та регуляторів. Таку недосконалість можна пояснити передусім тим, що учасники ринку мають різний рівень доступу до інформації: деякі особи чи установи можуть мати привілейований доступ до конфіденційної інформації, тоді як інші можуть бути обмежені загальнодоступними даними. Інформація може долати відстань від джерела до учасників ринку з різною затримкою, тому швидкість передачі та обробки інформації може стати важливим фактором, особливо для трейдерів, які працюють з високочастотними алгоритмами. До того ж, ринкові умови можуть швидко змінюватися, й інформація, яка була точною в один момент, може втратити свою актуальність через невеликий проміжок часу, і навіть точна інформація може бути інтерпретована по-різному в різних умовах ринку.

Фінансовий ринок часто перевантажений інформацією, не вся з якої є цінною та об'єктивною, але це може призводити до пересичення ринку, і трейдерам буває складно відрізнити важливу інформацію від менш значущої. До того ж, на сприйняття та інтерпретацію інформації можуть впливати психологічні аспекти поведінки учасників ринку, наприклад емоційний стан трейдера чи інвестора може впливати на його здатність об'єктивно оцінювати ринкові події [1, с. 112]. Якщо ще врахувати той факт, що учасники ринку можуть намагатися маніпулювати інформацією з метою виходу на вигідні позиції або створення штучних рухів на ринку, то стає очевидним, що може відбуватися поширення дезінформації та перекручення фактів.

Ці фактори створюють середовище, в якому інформація не завжди є абсолютно точною, доступною та об'єктивною, у зв'язку з чим учасникам ринку важливо бути критичними до інформації, враховувати ризики асиметрії інформації та використовувати стратегії управління ризиками. З циркуляцією інформації на ринку та особливостями її сприйняття пов'язана низка когнітивних упереджень.

Упередження поширеної інформації. Групова робота з інформацією може створити таку ситуацію, коли учасники витрачають більше часу та енергії на обговорення інформації, яка відома всім учасникам (поширена інформація, яка включає загальні цілі, завдання чи дії, що стосуються всіх членів групи), а менше – на теми, що відомі тільки обмеженій частині групи (непоширена інформація – деталі, які відомі тільки певній частині учасників, можливо, внаслідок їхньої конкретної ролі чи обізнаності). Таке явище може бути пояснене бажанням забезпечити загальне розуміння серед учасників, сприяти об'єднанню групи та зменшити можливі непорозуміння. Диспропорція в увазі до розгляду інформації може також виникати з метою збереження часу та енергії групи, спрямованої на досягнення загальних цілей, а також для підтримки відкритої комунікації та взаєморозуміння серед всіх учасників [2].

Феномен упередження поширеної інформації може мати значущі наслідки на фінансовому ринку, особливо в контексті прийняття фінансових рішень та ринкової динаміки. Скажімо, якщо всі учасники ринку активно обговорюють і використовують однакову інформацію, це може призвести до підсилення впливу цієї інформації на ринкові рішення. Такий масовий фокус на загальнопоширеній інформації може призвести до переоцінки активів чи подій, що може вплинути на ринкову вартість. Водночас учасники ринку можуть бути менш схильні обговорювати чи враховувати інформацію, яка відома тільки обмеженій кількості осіб, що може призвести до того, що деякі ринкові сигнали чи можливості можуть залишитися непоміченими чи недооціненими.

Загальнопоширена інформація може викликати стадійну загальну реакцію, що може призвести до емоційно заряджених стадійних реакцій на ринку, таких як паніка або ейфорія, та, своєю чергою, впливати на ціни активів і вести до нестабільності на ринку. Групові ефекти також проявляються в ситуаціях, де учасники ринку активно обговорюють загальнопоширену інформацію, що може призвести до того, що ринкові учасники приймають рішення, спрямовані на узгодженість з поглядами групи, а не на об'єктивний аналіз.

Упередження поширеної інформації знаходить широке підтвердження в конкретних ситуаціях на фінансових ринках, які узагальнимо далі.

Неодноразово ми могли спостерігати масову реакцію на ті чи інші глобальні новини. Коли стає відомо, що світові події, такі як економічні кризи, природні катастрофи або геополітичні ситуації, розглядаються всією групою інвесторів, це може спричинити колективну реакцію на ринку. Інвестори можуть швидко реагувати на ці загальнопоширені новини, що призведе до різкого зміщення цін активів. У нинішньому глобальному світі такі події відбуваються регулярно, на що реагує фінансовий ринок.

Також можна простежити різного роду сценарії поведінки інвесторів, що стають трендами. Скажімо, можуть мати місце загальноіндустріальні тренди, коли всі учасники ринку фокусуються на одному або кількох секторах індустрії, що може призвести до переоцінки цих секторів та ігнорування потенційних можливостей в інших галузях і вплинути на рішення щодо розподілу портфеля. Якщо певна інвестиційна стратегія або актив стає модним серед широкого загалу інвесторів («гарячий тренд»), це може призвести до перекосу вартості цього активу порівняно з його реальною фундаментальною цінністю. Крім того, на інвестиційну стратегію можуть впливати поведінкові та психологічні аспекти, і якщо всі учасники ринку одночасно переходять до або відходять від певного виду активів через психологічні аспекти та упередження, це може призвести до неприродного коливання цін та перекосів у ринковій динаміці.

Ці приклади вказують на те, як упередження поширеної інформації може впливати на рішення учасників ринку та формування цінових тенденцій на фінансових ринках.

Для фінансового ринку не менш актуальним є *ефект дивини*, що пов'язаний з інформацією: дивина, або незвичайна (несподівана) інформація запам'ятовується краще, ніж звичайна [3, р. 3]. Але слід зазначити, що існування та напрямок впливу цього упередження підтримується не всіма дослідниками.

Новини або події, які вражають своєю несподіваністю або винятковістю, можуть мати значний вплив на фінансові ринки, оскільки інвестори можуть реагувати емоційно на такі події, що призводить до різких коливань цін активів, паніки або ейфорії на ринку, залежно від характеру цих подій. Водночас інвестори можуть виокремлювати несподівані події та враховувати їх окремо від загального фінансового контексту, що може призвести до переоцінки ризиків та можливостей, пов'язаних з цими подіями. Анонси компаній, які мають неспо-

дівані або незвичайні елементи, можуть впливати на котирування їх акцій, оскільки інвестори можуть приділяти більше уваги та реагувати сильніше на такі анонси порівняно з традиційними новинами.

Такі події, що можуть сколихнути ринок, отримали назву «чорний лебідь» – термін, введений Нассімом Талебом (*Nassim Nicholas Taleb*) [4], що вказує на непередбачувані події з великим впливом, які мають рідкісне виникнення й утруднене передбачення на підставі історичних даних чи стандартних моделей. Одним із найвідоміших прикладів «чорного лебедя» є фінансова криза 2008 року.

Під час цієї кризи ряд несподіваних подій, таких як руйнівний колапс ринку нерухомості в США, банків і глобальне розповсюдження фінансових проблем, призвів до серйозних наслідків для світової економіки. Багато стандартних моделей оцінки ризику не передбачали масштабів руйнування ринків, які мали місце під час кризи. Фінансові ринки зазнали серйозних проблем, про що може свідчити падіння ключових фондових індексів США у вересні-жовтні 2008 р.: Dow Jones industrials – на 27%, Standard & Poor's 500 – на 32%, Nasdaq composite – на 34%. Фондові індекси інших країн так само зазнали падіння: Канади – на 37%, Великої Британії – на 31%, Німеччини – на 35%, Франції – на 31%, Швейцарії – на 20%, Італії – на 30%, Ірландії – на 35%, Фінляндії – на 26%, Греції – на 45%, Польщі – на 46%, Чехії – на 45%, Литви – на 37%, Туреччини – на 50%, Південної Африки – на 42%, Ізраїлю – на 22%, Японії – на 23%, Китаю – на 21%, Тайваню – на 23%, Австралії – на 34%, Нової Зеландії – на 25%, Індії – на 36%, Сінгапуру – на 35% [5].

Ця подія стала «чорним лебедем», оскільки вона була непередбаченою, і її вплив виявився вельми значущим для світового фінансового ринку та економіки загалом. Криза 2008–2009 рр. підкреслила недоліки в моделях оцінки ризику та важливість урахування можливості виникнення таких непередбачених подій при прийнятті фінансових рішень.

Нещодавня пандемія COVID-19 також може бути визнана «чорним лебедем» у фінансовому й економічному контекстах. Коли пандемія почалася у 2019 р., вона виявилася непередбачуваною та мала значний вплив на світові фінансові ринки та економіку.

На момент виникнення пандемії ніхто не передбачав або не планував такого різкого та широкомасштабного впливу на глобальне здоров'я, економіку та фінансові ринки. Пандемія COVID-19 викликала серйозні проблеми для бізнесу, ланцюгів постачання, зайнятості та глобальної економіки за-

галом. Деякі галузі, такі як технології для віддаленої роботи, біотехнології та онлайн-розваги, отримали зростання, тоді як інші, наприклад авіація, туризм і готельний бізнес, зазнали серйозного спаду.

Ринки акцій досить різко реагували на новини про поширення вірусу та заходи щодо його обмеження. Спостерігалися різкі коливання на фінансових ринках, включно з обвалами цін акцій та зміною вартості інших фінансових інструментів. Інвестори шукали безпечні активи, що призвело до значного перерозподілу портфельів.

Усі ці аспекти можуть взаємодіяти з фінансовими ринками та формувати різноманітні реакції та стратегії учасників ринку. У світі цього важливо враховувати психологічні та когнітивні аспекти при аналізі фінансової поведінки та прийнятті рішень.

З іншим типом інформації пов'язаний ще один ефект – *ефект генерації* (або *самогенерації*), коли інформація, створена самою людиною, запам'ятовується та відтворюється в пам'яті найкраще.

Ефект генерації може мати свої прояви на фінансовому ринку, особливо в контексті індивідуальної фінансової поведінки та прийняття рішень [6, р. 838]. Скажімо, інвестори можуть краще запам'ятовувати та більш надійно сприймати інформацію, яку вони самі створили або висловили, порівняно з інформацією, яку вони отримали від інших джерел, що може впливати на їхні фінансові рішення та оцінки ризиків. У результаті інвестори звертають увагу на дані, які відповідають їхнім власним поглядам, і це може впливати на їхню спроможність об'єктивно оцінювати інформацію та дещо обмежує врахування об'єктивних аспектів ринку. Інвестори можуть враховувати своє власне самосприйняття та переконання при прийнятті фінансових рішень, що може стати фактором, який впливає на вибір активів, рівень ризику та стратегії інвестування. А створення власної інформації, своєю чергою, може бути пов'язане з емоціями та афектами, що може впливати на оцінку ризиків та прийняття рішень.

Ці аспекти показують вплив ефекту генерації на те, як інвестори обробляють і реагують на інформацію на фінансовому ринку та в якому розумінні вони взаємодіють з ринковою дійсністю.

Не менш цікавим є так званий Google-ефект – тенденція легко забувати інформацію, яка легко знаходиться інтернет-пошуковиками, оскільки люди мають до неї легкий доступ.

У контексті фінансового ринку це може мати кілька наслідків [7, р. 225]. Скажімо, якщо інвестори відчують, що вони можуть швидко знайти необхідну інформацію через інтернет, вони можуть

стати менш обережними щодо зберігання ключових фінансових даних у своїй пам'яті. Це може призвести до поверхневого сприйняття інформації та забуття важливих деталей.

Якщо інвестори вважають, що можуть швидко отримати доступ до необхідної інформації в будь-який час, це може також впливати і на сам процес прийняття рішень, оскільки вони можуть бути більш схильні реагувати на невеликі зміни в ринкових умовах, вважаючи, що завжди зможуть знайти актуальну інформацію. І замість глибокого розуміння та аналізу фінансових тем інвестори можуть задовольнятися швидким доступом до поверхневої інформації. Це може призвести до недостатнього розуміння ключових аспектів, що може бути небезпечно при прийнятті фінансових рішень.

Оскільки інвестори можуть покладатися на перші ж результати пошуку, це може підвищити ризик недостовірної або нецільової інформації. Вони можуть не завжди перевіряти джерела або глибоко аналізувати інформацію, вірячи в те, що вони можуть швидко знайти потрібні відповіді. Якщо ж інформація є легкодоступною в інтернеті, інвестори можуть віддалитися від власного особистого досвіду та експертності. Це може призвести до того, що вони покладаються на широко доступну інформацію замість власного аналізу та дослідження.

Ефект дезінформації, або ефект втручання після події (post-event misinformation), проявляється як спогад про подію, що стає менш правильним через втручання інформації, отриманої вже після самої події.

Ефект дезінформації, може впливати на фінансовий ринок через вплив на сприйняття та оцінку минулих подій [8]. Скажімо, інвестори можуть отримати нову інформацію після того, як вони вже сформувавши свою думку про певну фінансову подію чи тенденцію, і ця нова інформація може призвести до неправильної інтерпретації чи переоцінки фактів, що відбулися, або навіть змінити загальне розуміння ринкових умов та факторів, які впливали на ці події, що може вплинути на ринкові оцінки та прогнози.

Якщо нова інформація стає загальноприйнятною серед групи інвесторів, може виникнути ефект групового мислення, коли інвестори можуть відхилитися від своїх оригінальних думок або аналізу, слідує думці більшості. Якщо ж нова інформація стосується конкретного активу або компанії, це може призвести до різкого зміщення цін на ринку, і інвестори можуть реагувати на нові дані, переоцінюючи поточну чи минулу вартість активів. Якщо нова інформація суперечить попереднім даним чи оцінкам, це може призвести до втрати довіри до

ринкових джерел інформації, а інвестори можуть почати відчувати непевність стосовно якості та достовірності наданої інформації.

Важливо враховувати, що фінансовий ринок є динамічним і вразливим до різних факторів, включно зі зміною інформаційного ландшафту. Такі зміни можуть впливати на сприйняття минулих подій і впровадження корекцій в уявленнях інвесторів.

Інший ефект – *ефект настрою* – вказує на тенденцію краще запам'ятовувати та враховувати інформацію, яка відповідає поточному емоційному настрою індивіда. На фінансовому ринку цей ефект може мати ряд важливих наслідків, наприклад коли інвестори, які перебувають у позитивному настрої, можуть більше уваги приділяти позитивній інформації, що може привести до більш оптимістичних інвестиційних рішень. З іншого боку, особи в негативному настрої можуть більше приділяти уваги негативним новинам і подіям, що впливає на їхні стратегії інвестування.

Так само настрої може впливати на сприйняття ризиків. Інвестори в позитивному настрої можуть бути більш схильні взяти на себе великі ризики та інвестувати в активи з вищим ризиком, сподіваючись на високий прибуток, а особи в негативному настрої можуть бути більш обережними та шукати більш консервативні інвестиційні можливості.

Емоційний настрої може впливати на те, як інвестори реагують на ринкові події та коливання цін. Наприклад, під впливом емоцій можуть бути ухвалені спонтанні рішення про купівлю чи продаж активів. Зміна ж емоційних настроїв серед інвесторів може призвести до формування циклічних ринкових трендів та впливати на рівень волатильності. Позитивний настрої може сприяти стабільності та підтримувати високі ціни активів, тоді як негативний може викликати нестабільність і різкі зміни цін.

Врахування ефекту настрою важливо для розуміння поведінки ринку та для розробки стратегій управління ризиками та інвестиціями.

Ефект складності обробки вказує на те, що інформація, яка вимагає більше зусиль для обробки чи розуміння, може краще запам'ятовуватися та мати кілька важливих наслідків на фінансовому ринку [9].

Інвестори можуть запам'ятовувати та краще розуміти складні та глибокі аналізи, які вимагають більше часу та уваги для обробки, що може привести до більш обдуманих та обґрунтованих рішень при виборі активів чи розробці інвестиційних стратегій. А складні фінансові інструменти чи нові концепції можуть впливати на ринкову динаміку,

оскільки інвестори, які більше приділяють увагу складним аспектам ринку, можуть відіграти важливу роль у формуванні цін і трендів.

Складна інформація може також стосуватися ризиків і можливостей, пов'язаних з інвестиціями. Інвестори, які приділяють більше часу розумінню складних аспектів ринку, можуть краще аналізувати потенційні ризики та знаходити можливості для отримання прибутку. До того ж, складність обробки інформації може стати важливим фактором у виняткових ситуаціях або несподіваних подіях. Інвестори, які можуть глибше розуміти складні аспекти ринку, можуть краще адаптуватися до нових умов і швидше реагувати на зміни. Інвестори можуть вибирати складніші стратегії або фінансові інструменти, оскільки вони можуть вважати, що це дасть їм перевагу в змаганні за доходи.

Урахування ефекту складності обробки може бути важливим при розробці комунікаційної стратегії, якщо компанії чи аналітики намагаються донести складну інформацію до інвесторів. Ключовою є рівновага між глибоким розумінням і доступністю інформації для різних типів інвесторів.

Інформаційне упередження вказує на тенденцію шукати інформацію навіть у тих випадках, коли ця інформація не може вплинути на прийняття конкретного рішення чи дію. На фінансовому ринку це явище також може мати своєрідні наслідки. Скажімо, інвестори можуть бути схильними постійно відслідковувати новини, оновлення та аналізи, навіть якщо ця інформація не має прямого впливу на їхні поточні чи майбутні інвестиційні рішення. Це може бути пов'язане з психологічним бажанням бути завжди «в курсі» або із занепокоєнням стосовно втрати можливостей.

Постійний пошук інформації, навіть якщо вона не має значущого впливу на ринок, може сприяти збільшенню волатильності. Ринкові учасники можуть реагувати на малозначущі події або новини, що може викликати різкі зміни цін активів. Водночас інвестори можуть витратити значний час і енергію на збір та аналіз інформації, яка насправді не вирішує нічого важливого для їхнього портфеля, що впливатиме на їхню ефективність і призводитиме до втрати часу, який можна було б використати для більш обдуманих стратегій.

Також інвестори можуть відхилитися від своєї основної інвестиційної стратегії через перенасичення інформацією, яка не має безпосереднього впливу на їхні цілі чи портфель. Постійний пошук інформації може також мати свої вартісні та часові витрати, особливо якщо інвестори витрачають кошти на платні аналітичні послуги чи дорогі джерела інформації.

Інформаційне упередження може бути важливим аспектом для усвідомлення, оскільки воно може впливати на ринкову динаміку та інвестиційні стратегії. Інвесторам важливо вміти розрізняти значущу та несуттєву інформацію та управляти своїм часом і ресурсами з урахуванням стратегічних цілей.

Не менш цікавим є ефект ворожих ЗМІ, який вказує на тенденцію людей бачити медіаепортаж як упереджений або ворожий, особливо коли ця інформація не відповідає їхнім власним переконанням чи точці зору [10, р. 15]. На фінансовому ринку це явище може мати деякі важливі наслідки.

Інвестори можуть реагувати на фінансові новини та аналітичні матеріали відповідно до своїх власних упереджень, і якщо новина не відповідає їхнім очікуванням або поглядам, вони можуть класифікувати її як «ворожу» чи неправдиву. Інвестори можуть бути схильні шукати та враховувати лише ту інформацію, яка підтверджує їхні власні погляди, й ігнорувати або відкидати ту, що йде в розрив із їхніми переконаннями, і це може впливати на їхні стратегії та прийняття рішень на фінансовому ринку. У сучасному інформаційному середовищі інвестори взагалі можуть перебувати в «інформаційній бульбашці», де вони оточені та споживають лише інформацію, яка відповідає їхнім переконанням.

Якщо ж інвестор відмовляється сприймати об'єктивну чи фундаментальну інформацію через призму свого упередження, це може вплинути на його здатність приймати об'єктивні та раціональні рішення, що може відзначитися втратами.

Урахування ефекту ворожих ЗМІ є важливим при аналізі ринкової динаміки та формуванні стратегій управління портфелем, оскільки вплив інформації та її сприйняття може визначати поведінку ринкових учасників.

ВИСНОВКИ

Отже, когнітивні упередження, що пов'язані з інформацією, та їх прояв на фінансовому ринку мають значний вплив на прийняття інвестиційних рішень та фінансові результати. Такі упередження можуть виникати внаслідок емоційного впливу на сприйняття інформації, коли, перебуваючи у стані стресу або екситації, люди можуть переоцінювати або недооцінювати ризики та можливості.

Люди часто стикаються з упередженнями, оскільки їхні рішення можуть бути спотворені особистими поглядами та досвідом, що призводить до недостатньо об'єктивного оцінювання ситуацій. Упередження ж можуть призвести до того, що люди шукають інформацію, яка підтверджує їхні вже наявні переконання, і ігнорують чи мало уваги

приділяють інформації, що суперечить їхнім поглядам. Когнітивні упередження можуть мати значний вплив на фінансові ринки, зокрема на цінову динаміку активів. Переоцінка ризиків чи можливостей може призвести до створення аномальних цінових рухів.

Для уникнення негативних наслідків когнітивних упереджень на фінансовому ринку важливо розвивати фінансову грамотність, уміння критично мислити та володіти самоконтролем у процесі прийняття фінансових рішень.

Отже, когнітивні упередження є важливим аспектом для розуміння поведінки учасників фінансового ринку та впливу цих упереджень на фінансові процеси. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Ivashchenko M. Behavioral Approach to Decision-Making in the Financial Market. In: *Globalisation processes in the world economy: problems, trends, prospects* : collective monograph. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2023. С. 110–136. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-378-1-6>
2. Akrami N., Ekehammar B., Bergh R. Generalized Prejudice: Common and Specific Components. *Psychological Science*. 2010. Vol. 22. Iss. 1. P. 57–59. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797610390384>
3. Kaustia M., Kokkonen J., Puttonen V. Expecting a Stock Market Miracle. *Aalto University School of Business*. March 23, 2016. 44 p. URL: https://www.aalto.fi/sites/g/files/flghsv161/files/2018-12/expecting-a-stock-market-miracle_extreme_paper_mar23.pdf
4. Nassim Nicholas Taleb's Home Page. URL: <https://www.fooledbyrandomness.com>
5. Norris F. United Panic. *The New York Times*. 2008. October 24. URL: <https://archive.nytimes.com/economix.blogs.nytimes.com/2008/10/24/united-panic/>
6. Altaf H., Jan A. Generational theory of behavioral biases in investment behavior. *Borsa Istanbul Review*. 2023. Vol. 23. Iss. 4. P. 834–844. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2023.02.002>
7. Aziz T., Ansari V. A. How Does Google Search Affect the Stock Market? Evidence from Indian Companies. *Vision*. 2021. Vol. 25. Iss. 2. P. 224–232. DOI: <https://doi.org/10.1177/0972262920985368>
8. Polak M. The Misinformation Effect In Financial Markets – An Emerging Issue In: *Behavioural Finance*. University of Information Technology and Management, Institute of Financial Research and Analysis. 2012. Vol. 8. Iss. 3. P. 55–61. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/147048/1/736244093.pdf>
9. Di Maggio M., Pagano M. Financial Disclosure and Market Transparency with Costly Information Pro-

cessing. *Review of Finance*. 2018. Vol. 22. Iss. 1. P. 117–153.

DOI: <https://doi.org/10.1093/rof/rfx009>

10. Liu Zh. The Hostile Media Effect and Its Potential Consequences: Examining the Influence of Presumed Influence of International Media Coverage. *USF Tampa Graduate Theses and Dissertations*. 2019. 103 p. URL: <https://digitalcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=9251&context=etd>

REFERENCES

- Akrami, N., Ekehammar, B., and Bergh, R. "Generalized Prejudice: Common and Specific Components". *Psychological Science*, vol. 22, no. 1 (2010): 57-59. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797610390384>
- Altaf, H., and Jan, A. "Generational theory of behavioral biases in investment behavior". *Borsa Istanbul Review*, vol. 23, no. 4 (2023): 834-844. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bir.2023.02.002>
- Aziz, T., and Ansari, V. A. "How Does Google Search Affect the Stock Market? Evidence from Indian Companies". *Vision*, vol. 25, no. 2 (2021): 224-232. DOI: <https://doi.org/10.1177/0972262920985368>
- Di Maggio, M., and Pagano, M. "Financial Disclosure and Market Transparency with Costly Information Processing". *Review of Finance*, vol. 22, no. 1 (2018): 117-153. DOI: <https://doi.org/10.1093/rof/rfx009>
- Ivashchenko, M. "Behavioral Approach to Decision-Making in the Financial Market". In: *Globalisation processes in the world economy: problems, trends, prospects*, 110-136. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2023. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-378-1-6>
- Kaustia, M., Kokkonen, J., and Puttonen, V. "Expecting a Stock Market Miracle". *Aalto University School of Business*. March 23, 2016. https://www.aalto.fi/sites/g/files/flghsv161/files/2018-12/expecting-a-stock-market-miracle_extreme_paper_mar23.pdf
- Liu, Zh. "The Hostile Media Effect and Its Potential Consequences: Examining the Influence of Presumed Influence of International Media Coverage". *USF Tampa Graduate Theses and Dissertations*. 2019. <https://digitalcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=9251&context=etd>
- Nassim Nicholas Taleb's Home Page. <https://www.fooledbyrandomness.com>
- Norris, F. "United Panic". *The New York Times*. October 24, 2008. <https://archive.nytimes.com/economix.blogs.nytimes.com/2008/10/24/united-panic/>
- Polak, M. "The Misinformation Effect In Financial Markets – An Emerging Issue In Behavioural Finance". *University of Information Technology and Management, Institute of Financial Research and Analysis*. 2012. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/147048/1/736244093.pdf>