Universiteti i Tiranës

Fakulteti i Ekonomisë

Departamenti i Financës

KONKURS MBI PUNËT KËRKIMORE

JSTOR

FUSHA E APLIKIMIT: Sipërmarrje dhe Ekonomi

"Implementimi financiar i Realitetit Virtual. Studim mbi dobitë dhe reagimet e pritura nga përdoruesit. "

Punoi: Iskra Kondi

Financë dhe Kontabilitet, viti i tretë

Tiranë 2021

"Kjo është Oaza. Është një vend ku kufijtë e realitetit varen nga imagjinata jote. Ti mund të bësh gjithçka, shkosh kudo. Si të ishte një planet pushimesh. Të bësh sërf me një përbindësh 50-këmbë të lartë në Hawaii, mund të zbresësh piramidat me ski, mund t'i ngjitesh Everestit bashkë me Batman-in." (Ready Player One, 2018)

"Një botë pa rregulla dhe kontrolle, pa skaje e kufij. Një botë ku gjithçka është e mundur. Ku do të shkojmë prej andej është një zgjidhje që ta besoj ty."(Matrix, 1999)

"Si të jesh Liza që kalon përmes pasqyrës në një botë të re dhe të çuditshme. Kthe kokën majtas dhe djathtas, dhe do të shohësh atë që do të kishe në krah, kthehu mbrapsht, dhe do shohësh atë që fshihet pas teje."(Stevens, 1995:2)

Ndërkohë që dy të parat janë thënie nga 2 filma fantastiko-shkencorë, e treta është përkufizimi që i bën Stevens realitetit virtual, një teknologjie që tashmë prej kohësh është pjesë e botës sonë. Një perkufizim më të plotë te asaj që përbën realitetin virtual e japin Pratt et al. (1995, cit. në Taylor, 1997) duke e përshkruar si "një lloj aplikacioni kompjuterik i cili i lejon përdoruesit të navigojnë dhe bashkëveprojnë me një mjedis tre-dimensional, të krijuar dhe mirëmbajtur prej vetë kompjuterit në kohë reale".

Ndërkohë që ky aplikacion kompjuterik përmirësohet me një shpejtësi të admirueshme, dallimi midis botëve virtuale letrare dhe sistemeve që shkencetarët po ndërtojnë po bëhet më i dukshëm. Mantovani (1995, cit. në Taylor, 1997) thekson se në këndvështrimin artistik, këto botë ishin të bazuara te dëshira njerëzore për të shpëtuar nga realiteti i tyre. Ndryshe nga kjo, sistemet reale të realitetit virtual po krijohen gjithashtu me qëllim që ti shërbejnë botës sonë. Ky studim ka për

qëllim të analizojë dobitë që kjo teknologji sjell në aspekte të ndryshme të botës financiare kur aplikohet në mënyrë të gjerë. Deri tani, pjesa më e madhe e kërkimeve shkencore mbi realitetin virtual lidhet me efektin e tij në edukim apo mjekësi, ndërkohë që dobitë e tij në financë, dhe reagimet që do të vijnë si pasojë e aplikimit të tij janë tema fare pak të prekura. Për të hedhur dritë mbi këtë, në ndihmë na vijnë punët kërkimore me fokus në ndryshimet kulturore, si dhe studimet aktuale mbi aplikimin financiar të realitetit virtual. Kjo punë kërkimore do të ketë në përmbajtje:

1) argumentimin e vlerës së kësaj teknologjie në disa prej fushave kryesore financiare;
2) arsyet pse pritet nje reagim pozitiv nga përdoruesit, pavarësisht dallimeve kulturore;
3) arsyet pse pritet që ndryshimet ekonomike dhe kulturore nuk do të influencojnë thellësisht nismat e implementimit financiar të realitetit virtual.

1. Implemetimi i Realitetit Virtual në Financë

1.1 Tregjet Financiare

Garbaya et al. (2010) sqarojnë që përdorimi i realitetit virtual në tregjet financiare ua bën më të kuptueshme përdoruesve mekanizmin e tyre. Si fillim, bashkëveprimi gjithëpërfshirës ndijor krijon iluzionin e të qenit në një treg të vërtetë financiar. Përdoruesit i vihen përballë një numër situatash, të cilave ai duhet tu gjejë zgjidhje, duke zhvilluar strategji të ndryshme në një ambient virtual. Me anë të kësaj teknike empirike ulet rreziku i të marrit vendime të gabuara në situatat reale. Realiteti virtual i mundëson një ambient të sigurt përdoruesit, duke ia zhvilluar njohuritë pa e ndëshkuar për gabimet e bëra gjatë rrugës.

1.2 Shërbimi Bankar Dixhital

Niveli i investimeve në teknologji nga një korporatë siç është banka, është një nga indikatorët kryesorë të inovacionit që pritet prej saj. Qëllimi është që strategjia e korporatës duhet të jetë ajo që i jep drejtim investimeve në fushën e IT-së. Megjithatë, këto të fundit drejtohen gjithashtu nga konkurrenca, dhe më pas është sektori i IT-së që ndikon te strategjia e korporatës. Në këtë mënyrë, midis investimeve në fushën e IT-së dhe strategjisë së korporatës krijohet një lidhje komplekse rrethore (Weill dhe Olson, 1989). Krijimi i një mjedisi bankar krejtësisht virtual është një strategji ende në hapat e saj të para. Pavarësisht kësaj, vendet e botës së parë që kanë eksperimentuar me këtë ide kanë shfaqur rezultate premtuese. Një nga këto është BNP Paribas, e cila në 2017 prezantoi një aplikacion të realitetit virtual që i lejonte përdoruesit të aksesonin aktivitetin e llogarive dhe regjistrat e transaksioneve të tyre në një mjedis të realitetit virtual. Përngjashëm BNP Paribas, GTE Financial u mundëson përdoruesve të eksplorojnë shërbimet dhe produktet – kreditë, investimet, apo sigurimet brenda një qendre financiare virtuale. Një hap më tutje, Banka e Kuvaitit i kthen sugjerimet dhe idetë e grumbulluara nga skuadra drejtuese në një imazh të realitetit virtual (Pilcher, 2017). Në këtë mënyrë, pasojat që do të sillte një strategji e propozuar do të ishin nën kontrollin e plotë të bankës, duke mos rrezikuar realisht.

1.3 Arsimimi dhe Trajnimet Financiare

Një numër shkollash biznesi dhe fakultetesh ekonomike kanë filluar ta implementojnë këtë mënyrë jotradicionale mësimdhënie në kurrikulën e tyre. Shkolla e biznesit "Gabelli" në New York është ndër të parat që e përdor realitetin virtual për tu mundësuar studentëve kërkimin

shkencor, si dhe për tu zhvilluar atyre aftësitë e komunikimit dhe bashkëveprimit në grup. I foluri në publik dhe prezantimet e projekteve bëhen në një mjedis krejtësisht virtual. Universiteti i Standford-it gjithashtu po e përdor realitetin virtual në dy nga programet e biznesit që ofron. Cdo vit, studentëve u jepet mundësia të krijojnë avatarë për të përfaqësuar veten në një kampus virtual, të përbërë nga klasat dhe mjediset e tjera universitare. Universitete të tjera prestigjioze, si Instituti i Teknologjisë së Massachusetts apo Universiteti i Kalifornisë gjithashtu e kanë përdorur realitetin virtual si mjet mësimdhënieje në fakultetet e tyre ekonomike përkatëse (Childers, 2019).

Nje nga arritjet më mbresëlënëse të përdorimit të kësaj platforme është barazia që u krijon studentëve me aftësi të kufizuara. Antonioli et al. (2014) përshkruajnë dobitë që vijnë nga përdorimi i realitetit të shtuar në mësimdhënie për shkak të pajisjes HMD, e cila mundëson një mekanizëm pa përdorimin e duarve për të projektuar dhe modifikuar imazhet. Pajisja HMD është gjithashtu një nga pjesët përbërëse të realitetit virtual dhe kryen po të njëjtin funksion. Por barazia e ofruar nuk mbaron aty. Psotka e shtjellon argumentin e tij më tej duke treguar mundësitë e shkëmbimit të këndvështrimeve të ndryshme midis personave me ndryshime kulturore, sociale apo gjinore. Duke cituar Turkle (1993), ai vë në pah që prirjet seksiste të cilat mund të jenë injoruar në jetën e përditshme bëhen mjaft të dukshme në këto mjedise virtuale. Si pasojë, ato diskutohen më hapur duke sjellë ndërgjegjësim më të shpejtë social.

2. Aspektet Kulturore në Gatishmërinë e Aplikimit të Realitetit Virtual

Në pranimin e një produkti apo shërbimi që përbën një risi në jetën tonë, faktorët e jashtëm, si ndikimi i medias dhe strategjia e marketingut të përdorur, janë të padiskutueshëm. Megjithatë, mënyra se si kjo risi na prezantohet, merr parasysh gjithashtu prejardhjen e njëjtë, si dhe

edukimin dhe eksperiencat e përbashkëta të një kombësie apo komuniteti. Të gjitha këto formojnë një kulturë specifike, e cila ndikon te pjesëtarët e saj duke formuar vlera, supozime dhe ideologji të përbashkëta. Këto vlera i japin drejtim procesit të zhvillimit teknologjik (Strychalska-Rudzewicz, 2016). William et al (2010, cit. në Strychalska-Rudzewicz, 2016) mbrojtën hipotezën se kultura influencon kreativitetin ekonomik, dhe kreativiteti ekonomik ndikon pozitivisht në implementimin e inovacionit, duke sjellë për pasojë prosperitet kombëtar.

2.1 Aspekti I Kohës

Gurevitch (1957, cit. në Usinier, 1991) e vendos kohën në një pozicion të spikatur në perceptimin e botës, si një prej faktorëve që ndikojnë te një kulturë e caktuar. Problemi lind që në momentin kur studiuesi i sjelljes konsumatore supozon se të gjithë subjektet e studimit ndajnë të njëjtin perceptim kohor, ose që ky i fundit është i njëjtë me atë të vetë studiuesit. Në të tilla raste sjellja e konsumatorëve mund të duket e çuditshme (Graham, 1981). Prandaj, është e rëndësishme që perceptimet e ndryshme të kohës të kuptohen mirë, me qëllim që sjellja dhe reagimi i konsumatorit të parashikohet saktësisht.

Usunier (1991) i ndan rezultatet e sondazhit të tij në dy mendësi kryesore. E para përfshin kombësitë që binin dakort se “koha është para”. Shtetet e Bashkuara, ai i konsideron si shembulli më i pastër i këtij mentaliteti. Duke qenë se koha është një burim i shtershëm, madje një e mirë ekonomike, njerëzit duhet të përpiqen ta ndajnë atë midis aktiviteteve të ndryshme në mënyrë sa më efikase. Në kontrast, europianët e veriut nuk binin dakort me shprehjen, duke mos e konsideruar kohën si një të mirë ekonomike, plotësisht në dispozicionin e tyre. Graham (1981) e përfshin kategorinë e parë në “modelin linear- të ndashëm”, i quajtur gjithashtu perceptimi Anglo. Njesoj si paraja - koha ruhet, blihet, apo shpërdorohet. Për ketë kategori, faza e

identifikimit të problemit që mund të zgjidhet nga realiteti virtual vjen natyrshëm. Koha e harxhuar për të shkuar deri te banka, ose duke pritur radhën në një bankë të tejmbushur mund të shpenzohej për një aktivitet tjetër më të frytshëm, nëse të gjitha procedurat do të zhvilloheshin në një bankë virtuale.

Kategorinë e dytë të Usunier, Graham (1981) e përfshin në "modelin rrethor-tradicional". Kulturat e përfshira mendojnë vetëm të tashmen, duke pritur që e ardhmja të jetë e njëjtë me të. Edhe sikur problem të identifikohet, njerëzit kërkojnë deri sa të gjejnë një alternativë "mjaftueshëm mirë" në vend se më të mirën. Po ashtu, vlera e produktit në të ardhmen e tyre, vlerësohet me zero. Midis zgjedhjes së një produkti inferior sot apo një superiori nesër, i pari është për ta një zgjedhje më e mirë. Në këto vende, realiteti virtual në sektoret financiare mund të anashkalohet si alternativë. Por çështja nuk është kaq e thjeshtë. Graham (1981) arsyeton se këto kultura mund të mos jenë duke menduar se po vlerësojnë alternativa. Për ta, pyetja është nëse duan dicka apo asgjë në të tashmen. Për pasojë, ata detyrohen të zgjedhin produktin e të sotmes, pavarësisht kualitetit. Ofrimi i realitetit virtual si zgjidhje për ta do të ishte e pranueshme, nëse vlera e tij do të vendosej mbi dicka tjetër, përveç kohës. Po ashtu, ai shpjegon se individët jo gjithmonë kanë të njëjtin perceptim kohor në cdo situatë të jetës.

2.2 Marrja e Rrezikut

Kjo pjesë e studimit do të bazohet gjerësisht në dimensionet kulturore të Hofstede-it. Fokusi kryesor do të jenë distanca e pushtetit, shmangia e pasigurisë dhe individualizmi. Mihet (2013) shpjegon se marrja e rrezikut nga korporatat është më e lartë në shoqëritë me shmangie të ulët pasigurie, ku individualizmi vlerësohet mbi kolektivizmin, dhe toleranca për marrëdhëniet hierarkike është e ulët. Po ashtu, firmat në shtetet me nivel të lartë të shmangies së pasigurisë

dhe nivel të ulët individualizmi rrezikojnë në mënyrë të konsiderueshme më pak në sektorë si financa apo teknologjia (Mihet, 2013). Duke ditur këtë, nxjerrim përfundimin se implementimi financiar i realitetit virtual do të haste përkrahje në kombësitë me distancë të ulët pushteti, që kanë nivel të ulët pasigurie dhe nivel të lartë të individualizmit.

Atëherë, po për shtetet me kulturë kolektiviste, apo me nivel të lartë të distancës në pushtet? A janë ato domosdoshmërisht një pegesë për implementimin financiar të realitetit virtual? Në fakt, nga statisktikat vihet re një fenomen që del kundër pritshmërive tona. Vendin e parë në parashikimet mbi shpenzimet e shteteve për realitetin virtual e zinte Kina, e cila është një shtet kolektivist dhe me distancë të madhe pushteti. Duke konsideruar perfomancat në sistemet e inovacionit, zbulojmë se Koreja e Jugut dhe Japonia, të dyja shtete kolektiviste, e tejkalojnë Bashkimin Europian me përkatësisht 17% dhe 13%. Në të njëjtën kohë, Kina po përmirësohet me një ritëm më të shpejtë se BE. (Strychalska – Rudzewicz, 2016). Në kontrast me gjetjet e mësipërme, Taylor dhe Wilson (2012, cit. në Kumar, 2014) zbuluan se kolektivizmi, po ashtu mund të përkrahë inovacionin nëse kalon në nacionalizëm. Për sa i përket individualizmit, duket se funksioni i tij është si shtysë në fillim të procesit. Në etapat e tjera, efekti i tij ulet, duke u zëvendësuar nga konsultimi me shokët apo kolegët (Everdingen dhe Waarts, 2003). Strychalska-Rudzeëicz (2016) arrin në përfundimin se studimi i dimensioneve kulturore është i saktë, vetëm nëse përjashtojmë vendet aziatike.

3. Këndvështrimi Mjedisor

Ndërkohë që nismat për mbrojtjen e planetit sa vijnë dhe fitojnë gjithnjë e më shumë përkrahës, konsumatorët tregohen gjithnjë e më të kujdesshëm në zgjedhjen e produkteve të tyre, dhe korporatat përpiqen të marrin vendime strategjike sa më miqësore me mjedisin. Për

këtë shkak, sektori financiar është vazhdimisht i monitoruar. Marrëveshja e Parisit, firmosur në dhjetor 2015 e përfshin hapur sektorin financiar kur kërkon që financa të eci në rrugën e emetimeve të ulëta të gazrave serrë (Moliterni, 2018). Nga perspektiva mjedisore, realiteti virtual paraqet disa disavantazhe, kryesisht për shkak se materialet mund të jenë të dëmshme për tu mbledhur dhe ndotja që do të lënë pas mund të jetë e konsiderueshme (Greenjournal, 2019). Përdoruesit shqetësohen kryesisht për nivelin e plastikës që nevojitet për vetëm një pajisje. Nuk duhet harruar se pjesa më e madhe e plastikës së përdorur është e krijuar prej burimeve të parigjenerueshme (Jaehnig, 2018). Përdorimi në masë i tyre në universitete dhe sektorin financiar mund të mos gjejë përkrahje. Në rastin më të keq, do të gjenerojë mosmiratim të gjerë nga shoqëria.

Kundërargumenti kryesor për këtë pikë është fakti se pajisjet që përbëjnë sistemet e realitetit virtual do të kenë një jetëgjatësi shumë më të madhe se pajisjet e zakonshme dixhitale. Jaehnig (2018) argumenton se ndryshe nga kompanitë e prodhimit të telefonave celularë, të cilat nxjerrin vazhdimisht modele të reja që prishen shpesh ose janë të pamundura për tu rregulluar, realiteti virtual nuk do të ndjekë atë rrugë. Ai e vazhdon mendimin duke arsyetuar se plastika si materiali bazë mund të zëvendësohet nga druri dhe lëkura. Për më tepër, njësoj si programet për riciklimin e telefonaveapo televizorëve, është plotësisht e mundur që me implementimin në masë të realitetit virtual të krijohen dhe programe për riciklimin e tij.

4. Implementimi Financiar i Realitetit Virtual në Vendet e Pazhvilluara

Një nga argumentet kryesore kundër implementimit të gjerë të realitetit virtual në sektorin financiar është që shtetet më pak të zhvilluara nuk do të mund të kenë akses, duke krijuar një hapësirë akoma më të madhe ndarëse midis tyre dhe vendeve të zhvillura. Në krahasim me

këta të fundit, shtetet me pak zhvillim karakterizohen nga një numër i vogël shkencëtarësh dhe inxhinierësh, si dhe një nivel të ulët të kërkimit dhe zhvillimit (Nelson, 1974). Po ashtu, përvetësimi i teknologjive me kapital intensiv nga vendet e botës së tretë sjell varësi të rëndë për burimet e huaja nga vendet e zhvilluara dhe joefikasitet të pajisjes së importuar. Kjo vjen sepse teknikat e përdorura nuk janë të modifikuara për përdorimin e vendeve në zhvillim (Mishra, 1992). Duke qenë se këto teknologji përfshijnë dhe realitetin virtual, kemi të bëjmë me të njëjtat pasoja.

Sado i logjikshëm, argumenti i mësipërm na parashtron një situatë më të zymtë seç është në të vërtetë. Qoftë nëse një shtet vendos të importojë teknologji nga vendet e zhvilluara, apo të ndjeki një strategji zhvillimi të pavarur, të dyja këto drejtime kanë tashmë shembuj suksesi. Nderkohë që Tajvani u mbeshtet në importimin e teknologjisë së huaj për të çuar para zhvillimin e tij, Koreja e Jugut ndoqi strategjinë e një zhvillimi teknologjik të pavarur (Mishra, 1992). Rezultatet tregojnë që të dyja shtetet e përmirësuan ndjeshëm gjendjen e tyre.

Duke e vënë theksin te kualiteti i sistemit të edukimit, Kaldor (1969) e konsideron atë si faktorin kryesor të shpejtësisë dhe nivelit të efikasitetit në përvetësimin e një teknologjie të re nga një shtet i pazhvilluar. Ndryshe nga fusha të tjera, si për shembull agrikultura, implemenimi i teknologjisë kërkon vetëm modifikime modeste që të jetë i përshtatshëm për vendet e botës së tretë. Investimi i huaj, ndihma teknike nga furnizuesit e materialeve dhe makinerive, dhe dërgimi i inxhinierëve dhe menaxherëve jashtë shtetit për trajnim do të sillnin dobi të pakonsiderueshme (Nelson, 1974). Edukimi i orientuar në drejtimin teknologjik, pavarësisht drejtimit profesional apo akademik, do të ndihmonte në prezantimin e mentalitetit teknologjik te popullsia e përgjithshme (Mishka, 1992). Mishka (1992)

gjithashtu sugjeron se përveç kurrikulës universitare, edukimi në masë do të ndihmohej shumë nga teknologjitë e reja. Kjo do të përfshinte informacionin e shpërndarë nëpërmjet radios, televizionit apo internetit.

Përfundime

Ky studim pati si synim nxjerrjen në pah të dobisë së implementimit të realitetit virtual në aspekte të ndryshme të financës, duke treguar disa nga aplikimet kryesore dhe vlerën e tyre përkatëse. Shfrytëzuar në mënyrën e duhur, ky inovacion ka aftësinë të revolucinarizojë botën financiare. Pilcher (2017) jep një shembull të qartë të kesaj duke na kujtuar se ndërkohë që banka po u kërkon njerëzve të mësojnë dicka që shihet si e mërzitshme, tani ajo po bën përpjekje ta kthejë këtë në dicka argëtuese. Si një teknologji e re, gjithmonë ekziston frika se për shkak të refuzimit të përdoruesve për ti dhënë një shans asaj që është e panjohur, ky implementim i realitetit virtual do të dështonte pa arritur ta provonte vlerën e tij.

Për të zbuluar mundësinë që kjo frikë të bëhej realitet, metoda kryesore e përdorur ishte analizimi i aspekteve kulturore që do të influenconte opinionet e shoqërisë. Një nga qëllimet kryesore të studimit ishte vërtetimi se pavarësisht ndryshimeve kulturore, dobitë e kësaj teknologjie do të mund të dilnin në pah. Edhe në çështje delikate si efekti mjedisor apo vështirësia e implementimit në vendet me zhvillim të ulët, situata nuk është ashtu siç duket në pamje të parë. Mund të jetë e vështirë si fillim, por çdo shoqëri mund të përfitojë nga ndryshimet që realiteti virtual i sjell financës.

Rekomandime

Duke qenë se përparësitë e diskutuara i tejkalojnë dukshëm disavantazhet, si dhe për shkak të rezultateve aktuale positive, propozohen rekomandimet e mëposhtme:

- Adoptimi i gjerë i realitetit virtual në fakultetet ekonomike dhe shkollat e biznesit, sidomos në situatat që vështirësojnë mësimin në auditor.
- Duke nisur nga institucionet apo korporatat më të mëdha, vendet e zhvilluara duhet të nisin aplikimin e realitetit virtual si një alternativë te bankës dhe tregjeve financiare tradicionale.
- Nëpërmjet kurrikulës arsimore dhe medias, duhet të nisi edukimi i përdoruesve.
- Inxhinierëve dhe menaxherëve nga vendet në zhvillim duket t'iu krijohet mundësia e trajnimeve në vendet e zhvilluara.

Bibliografia

Antonioli, M., Blake, C., & Sparks, K. (2014). Augmented Reality Applications in Education. The Journal of Technology Studies, 40(1/2), 96–107. Retrieved September 27, 2021, from http://www.jstor.org/stable/43604312

Childers, L. (2019). How VR Enhances the Business School Experience. Retrieved from https://www.usnews.com/education/best-graduate-schools/top-business-schools/articles/2019-03-28/how-virtual-reality-enhances-the-business-school-experience

Fordham University. (n.d.). AR/VR Experiences at the Gabelli School. Retrieved from https://www.fordham.edu/info/23906/full-time_mba/11931/arvr_experiences_at_the_gabelli_school

Garbaya, S., Mccarthy, J., & Beynon, M. (2010). Virtual and Augmented Reality in Finance: State Visibility of Events and Risk. doi:10.5772/7135

Graham, R. J. (1981). The Role of Perception of Time in Consumer Research. Journal of Consumer Research, 7(4), 335–342. Retrieved September 28, 2021, from http://www.jstor.org/stable/2488687

Green Journal. (n.d.). Is VR Good for the Environment? Retrieved from https://www.greenjournal.co.uk/2019/02/is-vr-good-for-the-environment/

Joehnig, J. (2018). Is Virtual Reality Technology Bad for the Environment? Retrieved from https://arpost.co/2018/07/12/virtual-reality-technology-bad-environment/

Kaldor, N. (1969). The choice of technology in less developed countries. *Monthly Labor Review*, *92*(8), 50–53. Retrieved September 30, 2021, from http://www.jstor.org/stable/41837744

Kumar, V. (2014). Understanding Cultural Differences in Innovation: A Conceptual Framework and Future Research Directions. *Journal of International Marketing*, *22*(3), 1–29. Retrieved September 29, 2021, from http://www.jstor.org/stable/43966455

Mihet, R. (2013). Effects of culture on firm risk-taking: a cross-country and cross-industry analysis. Journal of Cultural Economics, 37(1), 109–151. Retrieved September 29, 2021, from http://www.jstor.org/stable/41811070

Mishra, P. (1992). SCIENCE, TECHNOLOGY AND DEVELOPMENT IN THE THIRD WORLD: SOME CRITICAL NOTES ON THE NORTH-SOUTH TECHNOLOGY TRANSFER DEBATE. The Indian Journal of Political Science, 53(1), 57–77. Retrieved September 30, 2021, from http://www.jstor.org/stable/41855596

Moliterni, F. (2018). *Sustainable Investing and Green Finance: Boosting markets by solving ambiguities* (S. Pareglio, Ed.). Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM). Retrieved September 27, 2021, Retrieved September 25, 2021, from http://www.jstor.org/stable/resrep16403

Nelson, R. R. (1974). Less Developed Countries. Technology Transfer and Adaptation: The Role of the Indigenous Science Community. Economic Development and Cultural Change, 23(1), 61–77. Retrieved September 30, 2021, from http://www.jstor.org/stable/1153143

Pilcher, J. (2017). 10 Ways Banks And Credit Unions Are Using Virtual Reality. Retrieved from https://thefinancialbrand.com/68593/banks-credit-unions-finances-virtual-reality/

Psotka, J. (1995). Immersive training systems: Virtual reality and education and training. Instructional Science, 23(5/6), 405–431. Retrieved September 27, 2021, from http://www.jstor.org/stable/23370939

Statista. (n.d Augmented and virtual reality (AR/VR) forecast spending worldwide in 2020, by country. Retrieved from https://www.statista.com/statistics/1076686/ar-vr-spending-worldwide-by-region/

Strychalska-Rudzewicz,A. (2016). The Impact of National Culture on the Level of Innovation. Journal of Intercultural Management,8(1) 121-145. doi: 10.1515/joim-2016-0006

Taylor, J. (1997). The Emerging Geographies of Virtual Worlds. *Geographical Review*, *87*(2), 172–192. Retrieved September 25, 2021, from https://www.jstor.org/stable/216004.

Usunier, J.-C. G. (1991). Business Time Perceptions and National Cultures: A Comparative Survey. MIR: Management International Review, 31(3), 197–217. Retrieved September 28, 2021, from http://www.jstor.org/stable/40228064

van Everdingen, Y. M., & Waarts, E. (2003). The Effect of National Culture on the Adoption of Innovations. Marketing Letters, 14(3), 217–232. Retrieved September 29, 2021, from http://www.jstor.org/stable/40216500

Weill, P., & Olson, M. H. (1989). Managing Investment in Information Technology: Mini Case Examples and Implications. MIS Quarterly, 13(1), 3–17. Retrieved September 27, 2021, from https://www.jstor.org/stable/248694