

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ НА АДАПТАЦИЮ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА

Федотова Д. А. (студент направления «Бизнес-информатика» ФТМИ ИТМО)
Научный руководитель – преподаватель ФТМИ ИТМО, Канунникова К. И.

Введение.

В условиях стремительного развития цифровых технологий и глобализации, выводящей все процессы на уровень выше, адаптация бизнес-моделей становится одной из ключевых задач для компаний, стремящихся сохранить конкурентоспособность на рынке. На этот процесс оказывают значимое влияние культурные факторы и местные традиции разных стран – так называемый «культурный код». В американской корпоративной культуре особое внимание уделяется индивидуализму и личному продвижению, в то время как в странах азиатского уклада ценятся коллективные усилия, иерархия и уважение к старшим. Основные ценности культуры формируют поведение людей, их образ мышления, и это влияет на международные партнерские отношения, а также играет важную роль в восприятии цифровых технологий, поэтому компании, учитывающие это, имеют больше шансов на успех.

Помимо особенностей культурного кода народов существует цифровое неравенство, проявляющееся в разном доступе к технологиям и информации, что создает дополнительные вызовы для корпораций. Целью данной работы является исследование влияния культурных факторов на адаптацию бизнес-моделей в условиях цифрового неравенства.

Основная часть.

Цифровизация и цифровое неравенство тесно связаны с понятием «четвертой промышленной революции» (Индустрия 4.0), которое предполагает внедрение информационных технологий в промышленность, широкое применение искусственного интеллекта и автоматизацию бизнес-процессов [2]. Актуальные тренды в этой области включают использование искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа данных, блокчейн, облачные и туманные технологии, Интернет вещей и др. [3, 4]. Цифровизация кроме прочего упрощает процесс адаптации бизнес-моделей к различным культурам, поэтому уровень развития и распространения технологий влияет на простоту локализации бизнеса.

Культурный код в контексте цифровизации — это совокупность значений, норм, символов и практик, которые определяют, как культура воспринимает и использует цифровые технологии. Этот концепт включает в себя многие аспекты, среди которых:

1. Идентичность и ценности. Культурный код формирует восприятие технологий в зависимости от исторического, социального и культурного контекста. Являются ли технологии средством улучшения качества жизни или угрозой традиционным ценностям. Например, в Японии высоко ценится уважение к традициям, поэтому компании часто внедряют технологии, которые не только повышают эффективность, но и сохраняют культурные ценности. Так, рестораны используют роботов для обслуживания клиентов, но делают это с акцентом на вежливость и заботу.

2. Этика и ответственность. В некоторых культурах может быть акцент на конфиденциальности данных, в то время как в других — на свободном доступе к информации. В Европейском Союзе существует строгий регламент о защите данных (GDPR), который должны соблюдать все компании, работающие в ЕС.

3. Инновации и творчество. Культурные традиции могут способствовать или препятствовать инновациям. В обществах, где поощряется креативность и

предпринимательство, чаще возникают новые идеи, способствующие цифровизации. Например, в Израиле существует культура стартапов, что привело к созданию множества успешных технологических компаний, типа Gett, Waze и Viber [3].

Каналы распространения товара и информации, цепочка поставок, способы коммуникации с поставщиками и др. напрямую зависят от технологий в регионе. Чем ниже уровень технологий – тем больше приходится отклоняться от стандартной «универсальной» схемы распространения продукта. Например, для рекламы нового ресторана сети быстрого питания в Кении нет смысла покупать ее у блогеров – куда лучше подойдут более традиционные методы распространения информации. В самом заведении за кассой будет сидеть человек, а не робот, что облегчит заказ клиентам и поможет с проблемой безработицы.

Процесс взаимодействия культурного кода и цифровизации имеет последствия в обе стороны. Таким образом, под влиянием всеобщей цифровизации сегодня сформировались три основных тенденции трансформации культурных кодов: универсализация (обобщение и размывание культурных смыслов), локализация (обострение национальных вопросов в условиях глобальных информационных выводов), маргинализация и индивидуализация культур [5]. Кроме того, цифровизация сама становится культурной ценностью. Культурное наследие и услуги переживают значительные изменения из-за цифровизации.

Выводы.

Успешные бизнес-модели используют местные традиции, что способствует созданию уникальных продуктов и, следовательно, благосклонности потребителей. На простоту локализации этих продуктов крупных компаний влияет уровень цифрового развития региона.

В целом, межкультурная коммуникация играет важную роль в современном мире, где глобализация усиливает взаимодействие между различными культурами, способствует развитию глобального сообщества. Национальный культурный код дает своеобразный «мировоззренческий иммунитет» против негативной стороны цифровизации, не препятствуя использованию ее позитивных аспектов и открывающихся благодаря ей возможностей, прежде всего приобщения широких слоев населения к передовым культурным достижениям.

Список использованных источников:

1. Горбачева И. М., Шангина О. В., Пудина С. И. Национальные культурные коды в эпоху цифровизации // *Экономические и социально-гуманитарные исследования*. 2023. № 4 (40). С. 165-176.
2. Сафиуллин А.Р., Моисеева О.А. Цифровое неравенство: Россия и страны мира в условиях четвертой промышленной революции // *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2019. Т. 12, № 6. С. 26–37
3. Voronkova, V. H., Nikitenko, V. A., Teslenko, T. V., & Bilohur, V. E. Impact of the worldwide trends on the development of the digital economy. – 2020 - *Amazonia Investiga*, 9(32), 81–90
4. Kolesnikov A. V., Zernova L. E., Degtyareva V. V., Panko U. I., Sigidov Yu. I. Global trends of the digital economy development // *Journal of Human and Social Sciences* – 2020 – С. 530-532
5. Tiziana Russo-Spena and Marco Tregua, Anna D’Auria, Francesco Bifulco A digital business model: an illustrated framework from the cultural heritage business // *International Journal of Cultural Heritage* – 2023 - №4 – С. 45-50