

Disertacijos vadovas <i>Supervisor</i>	Tema <i>Topic</i>	Aprašymas <i>Description</i>
Doc. dr. Aurelija Ulbinaitė (VU EVAF)	<p>LT: Skaitmenine servitizacija paremtos verslo vertės įsisavinimo poveikis tvariems verslo ekosistemų rezultatams</p> <p>EN: The impact of digital servitization-based business value capture on sustainable outcomes of business ecosystems</p>	<p>LT: Servitizavimo ir skaitmenizavimo konceptų naudojimas kartu sukuria iššūkius ir galimybes verslo vertės kūrimui ir įsisavinimui tiek vieno dalyvio, tiek ekosistemos perspektyvos lygmenyse. Pasiūlymo konfigūracijos lygmuo, servitizavimas ir skaitmenizavimas leidžia formuoti unikalius, potencialą generuoti pajamas ir augimą turinčius skaitmeninės servitizacijos verslo modelius. Didėjanti konkurencinga ir turbulentinė rinkos aplinka formuoja poreikį pereiti prie pažangesnių pasiūlymų su pritaikymu bei į rezultatą orientuotomis ir autonominiėmis charakteristikomis. Šiame kontekste mokslininkai ir įmonės turi dirbti ir eksperimentuoti su daugybe verslo modelių, o tuo tarpu vieno verslo modelio naudojimas kuria ir gilina sustabarejimą, nelankstumą. Nuolatinis verslo modelio naujovių tyrinėjimas taikant servitizavimą ir skaitmenizavimą yra kritiškai svarbus išlikimui. Mokslinėje literatūroje teigiama, kad įmonės, demonstruojančios paslaugomis pagrįstus verslo modelius ir investuojančios į skaitmenines technologijas, turi pranašumą tvarumo ir krizių kaip, pvz., COVID-19, atvejais. Skvarbi skaitmenizacija daro įtaką beveik kiekvienam pramonės sektoriui, o tai skatina platformų augimą ir taip įgalina servitizavimą. Naujai pasirodanti literatūra, siejanti skaitmeninį servitizavimą ir tvarumą, stipriai motyvuoja poreikį kurti naujas žinias apie tai, kaip ir koku mastu naujos gamintojų teikiamos skaitmeninės paslaugos daro įtaką jų atskirų dalyvių ir visos ekosistemos tvarumui.</p> <p>EN: The use of the servitization and digitalization concepts together creates challenges and opportunities for business value creation and value capturing at both a single-participant level and at an ecosystem level. The level of offer configuration, servitization, and digitalization inspire unique digital servitization business models that have the potential to generate revenue and growth. Increasingly competitive and turbulent market environments demand moving towards more advanced offerings with customization, outcome-oriented, and autonomous characteristics. In this context, researchers and companies must work and experiment with multiple business models. Meanwhile, the single business model lock-in effect creates deep-rooted rigidity. A continuous exploration of business model innovation through servitization and digitalization is critical for survival. Companies that display service-based business models and have invested in digital technologies have been shown to have an advantage in terms of sustainability and crises such as COVID-19. Pervasive digitalization is influencing almost every industry sector, and this lends itself to the growth of platforms, thus enabling servitization. The rising body of literature, linking digital servitization and sustainability, strongly motivates the need to develop new knowledge on how and to what extent new digital services provided by manufacturers impact the sustainability of their single participants and whole ecosystems.</p>