

Disertacijos vadovas <i>Supervisor</i>	Tema <i>Topic</i>	Aprašymas <i>Description</i>
Prof. dr. Sigitas Urbonavičius (VU EVAF)	<p>LT: Asmeninių bei socialinių veiksnių bei generatyvinio dirbtinio intelekto produktų savybių įtaka jų naudojimui perkant paslaugas</p> <p>EN: Influence of personal and social factors and characteristics of generative artificial intelligence products on their use when purchasing services</p>	<p>LT: Dirbtinio intelekto produktų naudojimas perkant prekes bei paslaugas plečiasi, tačiau apie jį lemiančius veiksnius kol kas žinoma palyginti nedaug. Didžiausios žinių spragos pastebimos siejant dirbtinio intelekto produktų naudojimą su paties pirkėjo savybėmis bei socialiniais veiksniais. Daromos prielaidos kad šioje sąveikoje reikšmingą įtaką daro ir pačių dirbtinio intelekto produktų savybės (pvz., antropomorfizmas), tačiau dirbtinio intelekto paslaugų priėmimo ir naudojimo modelių kūrimas ir plėtojimas tebėra pradinėse stadijose</p> <p>EN: The use of artificial intelligence products in the purchase of goods and services is expanding, but relatively little is known about the factors that determine it. The biggest gaps in knowledge are observed in linking the use of artificial intelligence products with the buyer's own characteristics and social factors. It is assumed that the characteristics of the artificial intelligence products themselves (e.g. anthropomorphism) have a significant influence in this interaction, but the creation and development of models of acceptance of artificial intelligence services is still in the initial stages.</p>