

ԿԱՐՇԻՔ

Մուհամադսաջադ Նասեր Ֆարզանեցան «Սոցիալական մեղիայի և հասարակության փոխառնչության կառավարման իմանախնդիրները» թեմայով Ը 00.02 - «Տնտեսության, նոր ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման համար ներկայացված առենախոսության վերաբերյալ

Հետազոտության թեմայի արդիականությունը

Համացանցի կտրուկ ընդլայնումը և կիրառելիության հասանելիությունը ներկա ժամանակաշրջանում կառավարման նոր մոտեցումների լայն հնարավորություններ են ընձեռում: Համացանցի ակտիվ տարածման պայմաններում հասարակությունը որոշակիորեն ընկնում է սոցիալական ցանցերի տեղեկատվական ազդեցության տակ, կարդալով լուրեր, դիտելով տեսանյութեր, ստանալով մեղիա հաղորդագրություններ, անդամակցելով վիրտուալ սոցիալական խմբերի: Հետևաբար, ձևավորվում է սոցիալական մեղիայի և հասարակության սերտ փոխառնչության շրջանակ, և սկսում են որոշակիորեն գործել ազգաբնակչության վարքագծային փոփոխությունների վրա սոցիալական ցանցերի ներազդեցության ազդակներ: Ներկայումս ինչպես տեսաբանների շրջանում, այնպես էլ գործնականում ուղիներ են որոնվում հնարավորինս կառավարելի դարձնելու սոցիալական մեղիայից եկող ազդակները:

Հետևաբար, սոցիալական մեղիայի և հասարակության փոխարաբերություններում կարևորվում են այն ազդակները, որոնք ենթարկվում են կառավարման և ակտիվացնում են շուկան: Այս առումով, արդիական է դառնում «սոցիալական ցանցեր-հասարակություն-քիզնեսի կառավարում» շրջայի կառավարումը, որն էլ դրվում է իրականացված հետազոտության հիմքում:

Ավելին, կազմակերպությունները ձգտում են պատշաճ ուշադրություն դարձնել իրենց պոտենցիալ գնորդների ապրելառնի ուսումնասիրությունների վրա, որի արդյունքում առավել տեսանելի են դառնում գնորդների նախասիրությունները թողարկվող արտադրանքի և մատուցված ծառայությունների նկատմամբ: Իսկ սոցիալական ցանցերում հանդես եկող համայնքը ձևավորում է մշակութային կապիտալ, և դրանով իսկ որոշակիորեն հնարավորություն է ստեղծվում կատարելու

դատողություններ՝ հասարակության կենսակերպի և բիզնես միջավայրի փոխանչությունների վերաբերյալ: Արդյունքում, անհրաժեշտություն է առաջանում որոշակիորեն կառավարելու սոցիալական մեղիայի և հասարակության փոխառնչության շրջանակը այնպես, որ համացանցի ազդեցությունը գործարարության ակտիվության աստիճանի բարձրացման վրա հնարավորինս արդյունավետ լինի:

Համացանցում ծևավորված սոցիալական կապիտալը նույնպես կարող է հանդես գալ կառավարաման օբյեկտ: Բիզնես կառավարիչները, ուսումնասիրելով կազմակերպություններում ընդգրկված վիրտուալ խմբերի նախասիրությունները և ծգտուաները, կարող են մշակել մոտիվացիոն արդյունավետ լծակներ արտադրողականության բարձրացման, «ներքևից» եկող կառավարչական նախաձեռնությունների խթանման, կորպորատիվ շահերի բավարարման ուղղություններով: Հետևաբար, «սոցիալական մեղիա - գործարարության ոլորտ - հասարակություն» փոխառնչության ուսումնասիրությունը կարող է մոտիվացիոն լրացնիչ ազդակներ հաղորդել կառավարմանը և կազմակերպություններում հանգեցնել արդյունավետ կառավարչական որոշումների:

«Սոցիալական մեղիա - հասարակություն» փոխառնչության կառավարման տեսամեթոդաբանական հիմնախնդիրների քննարկումները ներկայում լայն տարածում են ստանում ակադեմիական միջավայրում, որին անհաղորդ չի մնացել Մոհամմեդ Սաֆադ Ֆարզանեգանի գիտական հետազոտությունը, իր արդիկանությամբ և ներկայացված նորույթով:

Ատենախոսության հիմնական բովանդակությունը, արժանիքները, գիտական նորույթը և կիրառական նշանակությունը:

Ատենախոսության ներածությունում հիմնավորված է թեմայի արդիականությունը, ներկայացված են հետազոտության նպատակները և խնդիրները, ուսումնասիրության տեսական, տեղեկատվական և մեթոդական հիմքերը, ծևակերպված են ստացված գիտական արդյունքները և նորույթը, ինչպես նաև դրանց գիտագործնական նշանակությունը:

Ատենախոսության առաջին՝ «Սոցիալական մեղիայի և բիզնես մենեջմենթի փոխառնչության հիմնախնդիրները», գլխում քննարկվում են հասարակության զար-

գացման վրա սոցիալական մեղիայի ազդեցության ուղղությունները, ինչպես նաև բիզնեսի մրցակցային կառավարման շրջանակում սոցիալական մեղիայի դրսևորման հնարավորությունները: Մասնավորապես, վերլուծության առարկա է դառնում «Սոցիալական մեղիա-հասարակություն-գործարար միջավայր» կառավարման շղթան, մեկնաբանելով սոցիալական մեղիայի և հասարակության զարգացման փոխառնչության շրջանակի կառավարման անհրաժեշտությունը: Հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ մարդկանց վարքագծային փոփոխությունների վրա էական ազդեցություն են թողնում մեղիա ազդակները: Ավելին, սոցիալական ուսումնասիրությունները վկայում են, որ մարդիկ սոցիալական ցանցերում զգալի ժամանակ են անցկացնում, և անգամ ծևավորում են վիրտուալ սոցիալական միջավայր:

Հետևաբար, եթե հնարավորություն է ստեղծվում կառավարելու սոցիալական ցանցերից եկող ազդակները, ապա նախադրյաներ են ծևավորվում սոցմեղիայով ներագրելու գործարարության արդյունավետությանը նպաստող գործոնների վրա: Ուստի, «սոցիալական մեղիա-բիզնես միջավայր» շղթայի օղակում կառավարման առաջնային խնդիրներից է հանդիսանում կառավարչական այնպիսի գործիքակազմի ծևավորումը, որով հնարավորություն է ծևավորվում ուղղորդելու սոցիալական ազդակները գործարարության արդյունավետության բարձրացման վրա:

Ատենախոսության երկրորդ՝ «Սոցիալական մեղիայի և բիզնես մենեջմենթի կապակցման շրջանակը», գլխում վերլուծվում են սոցիալական ազդակներով առևտության ակտիվացման, արտադրողների և սպառողների վարքագծային փոփոխությունների, բիզնեսի զարգացմանն առնչվող մարդկանց կենսակերպի կառավարման հնարավորությունները: Մասնավորապես, կատարված սոցիալական հարցումների վերլուծություններով բացահայտվել է, որ սոցիալական ցանցերը բիզնես միջվայրի վրա առավելապես ազդում են այնպիսի ոլորտներում, ինչպիսիք են բրենդինգը, սոցիալական կապիտալը, գործարարությունում ընդգրկված աշխատակիցների վարքագիծը, մշակութային կապիտալը, սպառողների վստահության ցուցիչները:

Ատենախոսության երրորդ՝ «Գործարարության վրա սոցիալական մեղիայի կառավարչական ազդեցության հիմնախնդիրների վերլուծությունը», գլխում տրվում են բիզնես միջվայրի վրա սոցիալական մեղիայի ներազդեցության գնահատումներ: Իրականացվել է «սոցիալ մեղիա-հասարակություն-գործարար միջավայր» շխթայի վերլուծություն, որի հիման վրա մշակվել է մեղիա ազդակների կառավարման հայեցակարգ: Մասնավորապես, առաջ են քաշվել սոցիալ-տնտեսական վարկածների մի շարք խմբեր, որոնք փորձաքննվել են կատարված սոցիալական հարցումներից ստացված տեղեկատվական հավաքագրումներով: Կապի սերտության գնահատման արդյունքներով պարզվել է, որ սոցիալական մեղիան հնարավոր է օգտագործել որպես արդյունավետ կառավարչական գործիք՝ սպառողների վարքագծային փոփոխությունների ներագրման, աշխատանքային կարողությունների որակի բարձրացման մոտիվացման, բիզնեսի ակտիվացմանը նպաստող ազգաբնակչության ապրելակերպի որակական փոփոխությունների բարելավման ուղղություններով: Հետազոտության գիտական վարկածների հիմնավորվածության նպատակով առաջարկվող մոդելներով «սոցիալական մեղիա-հասարակություն» համատեքստում գնահատվել են գործոնային ազդեցության չափանիշներ:

Հետազոտության նորույթն առցանց սոցիալական մեղիայի և հասարակության փոխհարաբերության համատեքստում բիզնես միջավայրի կառավարման բարելավման առաջարկությունների ներկայացումն է: Մասնավորապես.

➤ «սոցիալական մեղիա-հասարակություն-գործարար միջավայր» շղթայի վերլուծության համատեքստում մշակվել է մեղիա ազդակների կառավարման հայեցակարգ՝ հաճախորդների վարքագծի, բիզնես միջավայրում աշխատանքային հմտությունների բարելավման և սոցիալական կապիտալի մեծացման առումներով,

➤ բացահայտվել են սոցիալական մեղիայի ազդեցության առանցքային գործոնները հասարակության կենսակերպի վրա, ներկայացնելով ցանցային վստահելիության կառավարման նոր մոտեցումներ՝ թափանցիկության և պատասխանատու հաղորդակցության միջոցով,

➤ աշխատանքային գործունեության բավարարվածության և ցանցային սոցիալական կապիտալի ձևավորման համատեքստում մշակվել են մեղիա

ազդակների կառավարման մոտեցումներ, ուղղված գործարարության ակտիվության բարելավմանը.

➤ Վաճառքի խթանման համատեքստում ներկայացվել են առցանց ազդակներով բրենդիգի կառավարման մոտեցումներ, որոնք ընդլայնում են առցանց սպառողական համայնքի ներգրավվածությունը և ազդում դրանց սպառման վարքագի վրա:

Ատենախոսությունը տեսական և գործնական ուսումնասիրությունների հիման վրա մշակված համալիր հետազոտություն՝ նվիրված սոցիալական մեղիայի և հասարակության փոխառնչության կառավարման հիմնախնդիրներին: Այն ներառում է որոշակի հիմնարար առաջարկություններ համապատասխան կառավարման համակարգի ներդրման արդյունավետության գնահատման և հայեցակարգի բացահայտման ուղղությամբ:

Հետազոտության արդյունքները, կատարված առաջարկությունները, մշակված մոտեցումները և մեթոդները կարող են կիրառվել «սոցիալական մեղիագործարար միջավայր-հասարակություն» շղթայում ձևավորվող փոխկապվածությունների շրջանակի կառավարման բնագավառում:

Դիտողություններ ատենախոսության վերաբերյալ

1. Չնայած այն հանգամանքի, որ ատենախոսությունը վերնագրված չէ «հսկամական Հանրապետության օրինակով», հետազոտական ամբողջ նյութը վերլուծվել է այդ երկրի օրինակով: Կարծում ենք, ենելով ատենախոսության թեմայի լայն ընդգրկումից, նրանում պետք է քննակալեին նաև այլ երկրներին առնչվող նյութեր:
2. Ատենախոսությունը գերհագեցած է վիճակագրական ընտրանքի հավաստիությունը ապացուցող աղյուսակներով, որոնք կարելի էր պարզապես ներկայացնել հավելվածներում՝ անտեղի չծանրաբեռնելով հետազոտության հիմնական բովանդակությունը:
3. Ատենախոսության շարադրանքում հաճախ են հանդիպում «մոդել» եզրույթին, որին հեղինակը հղում է կատարում որպես նորույթի բաղադրիչ: Սակայն, այդ առաջարկները ոչ թե «մոդելներ», այլ ընդամենը

կառուցակարգեր են. և հենց այդ մետեղմամբ էլ պիտի արտաքերվին հետազոտական քննարկումներում:

4. «Սոցիալական մեղիա-հասարակություն- գործարար միջավայր» կառավարման շղթան բավականին հսկանցիկ է ներկայացված հետազոտությունում: Ատենախոսությունը կշահեր, եթե այդ շղթայում հստակ ընգրկվեին կառավարման այնպիսի բաղադրիչներ, ինչպիսիք են շահադրդումն ու վերահսկողությունը: Այս դեպքում, կառավարման շղթան կդառնար առավել ամբողջական:
5. Ատենախոսությունից պարզ չի դառնում, թե սոցիալական մեղիայով ինչ բնույթի և բովանդակությամբ ազդակներ են հաղորդվելու հասարակությանը, որպեսզի տեղի ունենա գործարար միջավայրի ակտիվ կառավարում: Կարծում ենք, որ ատենախոսություններ տրվեին սոցմեդիայի կողմից եկող այն ազդակներին, որոնք էական ներազդեցություն կունենան գործարար միջավայրի կառավարման վրա:
6. Հետազոտությունում ներկայացված են «Սոցիալական մեղիա-հասարակություն» համատեքստում գործոնային ազդեցության չափումներ, որոնք անշուշտ գիտահետազոտական հետազոտական արժեք են ներկայացնում: Սակայն ատենախոսությունը առավել կշահեր, եթե դրան զուգահեռ՝ ներկայացվեին նաև գործույթյունների առանցքային ցուցիչներ (KPI-ներ), որի արդյունքում «սոցիալական մեղիա - բիզնես միջավայր - կենսակերպի վարքագիծ» շղթայի կառավարման արդյունավետությունը էականորեն կբարձրանար:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

Նշված դիտողությունները չեն նվազեցնում հետազոտության արդյունքների գիտագործնական նշանակությունը: Մոհամմադ Սաջաթ Ֆարզանեգանի թեկնածուական ատենախոսությունը ինքնուրույն և ամբողջական հետազոտություն է, որում դրված նպատակը և խնդիրների լուծումը կարևոր են ու արդիական: Հետազոտության հիմնական արդյունքները հրատարակվել են հեղինակի գիտական

հոդվածներում: Ատենախոսության սեղմագիրը համապատասխանում է ուսումնասիրության բովանդակությանը և արտացոլում աշխատանքի կարևոր դրույթներն ու արդյունքները: Ատենախոսը դրսնորել է բարձր մասնագիտական գիտելիքներ և վերլուծական ընդունակություններ, ինչի մասին վկայում է ինչպես ատենախոսությունը, այնպես էլ դրանում ստացված արդյունքները, իսկ մշակված առաջարկություններն ու կատարված եզրահանգումներն ունեն նաև տեսական և գործնական կիրառական նժշանակություն: Մոհամմադ Սաջաթ Ֆարզանեզանի «Սոցիալական մեդիայի և հասարակության փոխառնչության կառավարման հիմնախնդիրները» թեմայով ատենախոսությունը համապատասխանում է ««Գիտական աստիճանաշնորհման կանոնակարգի» 6-րդ և 7-րդ կետերին, ինչպես նաև ««ԲԿԴԿ-ի կողմից թեկնածուական ատենախոսություններին ներկայացվող այլ պահանջներին, իսկ հեղինակն արժանի է տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի շնորհմանը՝ Ը 00.02 - «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ:

Պաշտոնական ընդդիմախոս'

Թաթուկ Նորայրի Սանասերյան

տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր

«Այլընտրանք» գիտավերլուծական կենտրոնի ղեկավար



Պրոֆեսոր թ. Մանասերյանի ստորագրությունը հաստատում եմ՝

Իրինա Օհանյան

«Այլընտրանք» հետազոտական կենտրոնի գիտական քարտուղար

25 դեկտեմբերի 2025թ.