

«Тасдиқ менамоям»

Сардори Академияи ВКД Ҷумҳурии Тоҷикистон

доктори илмҳои ҳуқуқшиносӣ, дотсент

Шарифзода Ф. Р.

«19» 04 соли 2023

ТАҚРИЗИ

муассисаи пешбар – Академияи Вазорати корҳои дохилии Ҷумҳурии Тоҷикистон ба диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзӯи «Масъалаҳои ташаккулёбии маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои сиёсӣ аз рӯйи ихтисоси 23.00.02 - Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ

Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳо ва самтҳои илм, ки аз рӯйи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст. Диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзӯи «Масъалаҳои ташаккулёбии маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои сиёсӣ аз рӯйи ихтисоси 23.00.02 - Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ, ки аз рӯйи он ба Шурои диссертатсионӣ мувофиқи фармоиши Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 1-уми ноябри соли 2021, №311/01 ҳуқуқи қабули диссертатсияҳо барои ҳимоя дода шудааст, мутобиқат менамояд. Инчунин, диссертатсияи мазкур аз рӯйи мазмуну мундариҷаи худ бо шиносномаи ихтисоси 23.00.02- Ниҳодҳо равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ мутобиқат дорад.

Мубрам будани мавзӯи диссертатсия. Аҳамияти инкишофи назарияи маркетинги сиёсӣ, пеш аз ҳама, бо талаботи умумӣ ба таҳқиқотҳои илмии дилхоҳ зухуроти ҳаёти ҷамъиятӣ, ки аз рӯйи нақши худ дар ҳаёти ҷомеа муҳим ва аз рӯйи сохтори худ мураккаб аст, муайян карда мешавад. Бо инкишофи равишҳои демократӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, маркетинги сиёсӣ ба радифи табиӣ ҳаёти сиёсии кишвар табдил меёбад. Муҳимияти мавзӯи пешниҳодшуда дар он ифода меёбад, ки назарияи

маркетинги сиёсӣ, умуман дар Тоҷикистон то ҳанӯз ба қадри кофӣ таҳқиқ нашудааст ва ин шояд аввалин кӯшиши таҳлили илмии падидаи мазкур бошад. Сабаби якуми вазъияти мазкур, пеш аз ҳама, ба табиати маркетинги сиёсӣ алоқаманд аст. Дар сиёсатшиносӣ ҳамчун системаи донишҳо маркетинги сиёсӣ як қисми ба истилоҳ “сиёсатшиносии амалӣ” мебошад ва аз ин сабаб онро ба қисми технологияи ҳаёти сиёсӣ нисбат додан мумкин аст. Бинобар ин, тасвири технологияи маркетинги сиёсӣ афзалият дорад.

Сабаби дигари нокифоя таҳқиқ шудани мавзуи мазкур дар он ифода меёбад, ки густариши маркетинги сиёсӣ дар солҳои 90-уми асри XX дар ҳудуди собиқ шуравӣ, аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон масъалаҳоеро дар миён гузошт, ки дар Ғарб, дар ҳуди ватани маркетинги сиёсӣ дучор намегарданд. Хусусияти маркетинги сиёсии дар кишварамон шаклгирифта чунин аст, ки бо вучуди заиф будан, минбаъд ҳамчун маркетинги интихоботӣ бо сабаби афзалият доштани дар ҳаёти сиёсии мусобиқаи интихоботии сатҳҳои мухталиф ва намудҳои дигари маъракаи сиёсӣ, зоҳир гардид ва инкишоф ёфт. Бар асоси ин, дар таҳқиқоти муаллиф сухан дар бораи маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ меравад.

Мавзуи диссертационии Ҳабибов Д. А., ки таҳқиқи маркетинги сиёсиро дар маъракаи интихоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсиро дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон фаро гирифтааст, дар давраи муосир арзишманд доништа мешавад.

Саҳми илмии муаллиф дар омӯзиши масъалаи мазкур дар он аст, ки ӯ дархостҳоро мурағаб сохта, пешниҳодоти амалӣ ва пешбинишудаи илмиро дар мавриди масъалаҳои таҳқиқшаванда мушаххасан ибраз намудааст. Муаллиф дар рафти таҳқиқ масъалаҳои гуногуни назариявӣ амалии истифодаи технологияҳои сиёсӣ асарҳои зиёди олимони хориҷиву ватаниро мушаххасан истифода намуда, кӯшидааст, ки онҳоро ба сифати манбаъ ва захираҳои сатҳи гуногун ба таври самаранок

истифода намояд. Кори диссертациониро муаллиф мустақилона таҳия намуда, ҳамчун масъалаи илман асоснокшуда дар сатҳи зарурии навгониҳои илмӣ пешниҳод намудааст. Ҳамин аст, ки рисолаи диссертационӣ характери оригиналӣ пайдо намудааст. Дар диссертатсия нуқтаҳои илмие ба ҳимоя пешниҳод шудаанд, ки онҳо дар замони муосир навгонии илмӣ маҳсуб меёбанд. Натиҷа ва нуқтаҳои навини илмии ба ҳимоя пешниҳодшуда саҳми шахсии муаллифи диссертатсияро нишон медиханд.

Мақсади таҳқиқот ин асосноккунии маркетинги сиёсӣ ҳамчун раванди табиӣ, вале барои Ҷумҳурии Тоҷикистон раванди сиёсии нав, ки бо мантиқи худ ва талабот ба ҳаёти сиёсӣ фарқ мекунад, амалкардҳои нав ба маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ, тақсимбандии бозори сиёсӣ, мавқеъгирии маҳсулоти сиёсӣ, нақши ВАО дар маъракаи интиҳоботӣ асоснок карда мешаванд, қатъӣ будани дастгоҳи зимни таҳқиқоти маркетинги сиёсӣ истифодашаванда ба низом дароварда мешавад.

Мақсадҳои мазкур дар иҷрои вазифаҳои зерин баён карда мешаванд:

- омӯзиши ҷанбаҳои назариявӣ ва амалии маркетинги сиёсӣ, моҳият ва масъалаҳои ташаккулёбии он дар Ҷумҳурии Тоҷикистон;
- аниқсозии мафҳуми маркетинги сиёсӣ;
- муайян кардани нақши маркетинги сиёсӣ дар системаи мудирияти давлатии сиёсӣ;
- аз назар гузаронидани мафҳум ва вазифаҳои маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳоботӣ;
- таҳлил кардани таҷриба ва масъалаҳои муҳими омӯзиши маркетингӣ ва ояндабинии тамоюлҳои бунёдҳои бозори сиёсӣ;
- омӯختани хусусиятҳо ва масъалаҳои истифодаи технологияҳои маркетингӣ дар тақсимбандии бозори сиёсӣ, таҳияи «маҳсулот»-и сиёсӣ дар бозори сиёсӣ;

- баррасии нақши воситаҳои ахбори омма ҳамчун тавсифи маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ.

Муҳимияти дарки илмии хусусиятҳо ва масъалаҳои рушди маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба як қатор ҳолатҳои табиӣ вобастагӣ дорад.

Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот аз он иборат аст, ки муқаррароти назариявӣ ва хулосаҳои дар рисола мавҷудбуда имкони ба таври воқеӣ пурра кардани донишҳои илмии аз тарафи сиёсатшиносии ватанӣ ҷамъоваришударо оид ба масъалаҳои пайдоиш ва инкишофи маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, нақши он дар идоракунии раванди маъракаҳои сиёсӣ-интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ ва таъсири он ба интиҳоби сиёсии интиҳобкунандагонро фароҳам меоранд.

Муқаррароти асосии рисола ва маводи дар он умумигардонидашудаи таҷрибавӣ дар рафти таҳқиқотҳои минбаъдаи илмии масъалаи мазкур, дар тартиб додани дастурамалҳои илмӣ ва илмӣ-методӣ, дар хондани курсҳои махсус оид ба ҷомеашиносии сиёсӣ ва маркетинги сиёсӣ метавонанд истифода гарданд. Таҳлилҳо ва тавсияҳои таҳиягардида дар таҷрибаи банақшагирӣ ва доир сохтани маъракаҳои интиҳоботӣ манфиатнок хоҳанд буд.

Дарҷаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот аз дақиқияти маълумот, кофӣ будани ҳаҷми маводи таҳқиқотӣ, коркардаи натиҷаҳои таҳқиқот ва ҳаҷми интишорот, гузаронидани таҳқиқоти диссертатсионӣ бармеояд. Хулоса ва тавсияҳо дар асоси таҳлили илмии натиҷаҳои таҳқиқоти назариявӣ ва таҷрибавӣ пешниҳод шудаанд.

Тасвиби натиҷаҳои диссертатсия дар корҳои нашргардида. Автореферат ва корҳои илмие, ки дар мавзӯи таҳқиқотӣ ҷоп гардидаанд мазмуни асосии рисолаи диссертатсиониро ба таври зарурӣ инъикос менамоянд. Натиҷаҳои асосии таҳқиқот дар 1 монография ва 5 мақолаҳои илмӣ дар маҷаллаҳои илмии тақризшавандаи тавсиянамудаи

Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Федератсияи Россия ба таъбъ расидаанд ва ҳамаи онҳо бо мазмун ва мавзуи рисолаи илмӣ бе восита алоқаманд мебошанд. Дар интишорот натиҷаҳои асосӣ, хулосаҳои таҳқиқот ва тавсияҳои муаллиф инъикоси худро ёфтаанд.

Диссертатсия аз номгӯи ихтисораҳо, муқаддима, тавсифи умумии таҳқиқот, се боб, ки дарбаргирандаи ҳашт зербоб аст, баррасии натиҷаҳо, хулоса ва рӯйхати адабиёт иборат мебошад.

Боби якуми диссертатсия – “Асосҳои назариявӣ методологии таҳқиқи масъалаҳои маркетинги сиёсӣ” аз ду зербоб иборат аст. Дар боби аввали рисола тавачҷуҳи асосӣ ба таҳлили асосҳои назариявӣ, давраҳои таърихии баррасии масъалаи мазкур дар илмҳои иҷтимоӣ сиёсӣ, шаклگیری методологияи омӯзиши мавзуи пажӯҳиш равона гардидааст.

Дар зербоби якуми боби якум - **“Асосҳои назариявӣ ташаккули маркетинги сиёсӣ”** муаллиф оид ба ҷанбаҳои назариявӣ ташаккули ақидаҳои олимону сиёсатмадорон оид ба масъалаҳои маркетинги сиёсӣ тавачҷуҳ намудааст. Дар замони муосир доир ба масъалаи мазкур таҳқиқоти зиёд ва гуногунмазмунро анҷом додаанд. Таҳқиқоти анҷомёфтаи ҳар кадоми онҳо самтҳои муайяни ин зӯҳуроти муҳими иҷтимоӣ сиёсии ҷомеаро собит месозанд.

Маркетинг – зӯҳуроти дорои нақшаи ниҳоят бисёр мебошад. Ин фалсафаи бозорӣ, стратегия ва тактикаи тафаккур ва амали иштирокчиёни муносибатҳои бозорӣ аст: на танҳо истехсолкунандагон ва миёнаравҳо дар фаъолияти тиҷоратӣ, балки истеъмолкунандагон, инчунин таъминкунандагон, иқтисодчиёни амалӣ, олимон, ташкилотҳои комил, то ҳадди ниҳодҳои давлатӣ. Маркетингро ҳамчун фанни илмӣ-амалӣ, ҳамчун намуди фаъолияти касбӣ, ҳамчун системаи мудирӣ, ҳамчун образи тафаккур, тарзи рафтор, муносибат ба ҳалли мушкилот,

маҷмуи вазифаҳои аниқ ва ғайра маънидод кардан мумкин аст. Шумораи зиёди таърифҳои маркетинг мавҷуд мебошанд. Аксарияти онҳо хеле хубанд, лекин дар амал ба ақидаи муаллиф, ягонтои онҳо тамоми он мазмуну муҳтавои маркетингро ошкор намесозанд, ё соҳаи татбиқи онро ба таври маҳдуд инъикос мекунанд, ё баръакс, ниҳоят умумӣ нишон медиҳанд.

Муаллифи диссертатсия вобаста ба ин дар доираи зербоби мазкур кӯшиш намудааст, ки ҳамаи назарияи мавҷударо вобаста ба самти таҳқиқотии онҳо тасниф намуда, тавассути таҳлили низомноки онҳо абзори умумӣ ва заминаҳои назариявӣю методологии масъалаи мазкурро равшан намояд.

Боби дуюм “Мақоми маркетинги сиёсӣ дар идоракунии давлатӣ ва маъракаи интихоботии Ҷумҳурии Тоҷикистон” аз ду зербоб иборат аст. Дар он муаллиф дар мавриди нақши маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ва мудирияти давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон мулоҳиза меронад.

Дар зербоби якуми боби дуюм - **“Марҳилаҳои асосии ташаккул ва инкишофи идоракунии давлатӣ”** муаллиф қайд менамояд, ки таърихи ташаккулёбии назарияи мудирияти давлатӣ, аз ҷумла сиёсӣ низ ба давраҳои ибтидоии инкишофи афкори ҷамъиятӣ-сиёсии антиқа мерасад. Аллакай дар ин давра маъно ва мазмуни мудирияти давлатӣ бо амалишавии мақсадҳо ва вазифаҳои аҳамиятноки давлатӣ тавассути татбиқи қонунҳои мувофиқ, робита доранд. Аммо тавачҷухот ба ҳуди равандҳои фаъолияти мудирият дертар, дар асри XVII зухур кардаанд.

Дар зербоби дуюми боби дуюм - **“Вазифаҳои маркетинги сиёсӣ дар системаи давлатии сиёсӣ”** муаллиф қайд менамояд, ки пайдоиш ва инкишофи демократия ҳамчун дастоварди беҳтарини инсоният, пеш аз ҳама, бо он тавсиф мегардад, ки мардум сарчашмаи асосии ҳокимият доништа мешавад. Он ба воситаи интихоботҳо амалӣ мегардад ва ба сифати равиши муайяни сиёсӣ, ки дар он аз як тараф интихобкунандагон

(харидорон), аз тарафи дигар иштирокчиён (хизбҳои сиёсӣ, ташкилотҳои сиёсӣ ва ҳаракатҳои ҷамъиятӣ-сиёсӣ, элита, сарварон), ки барои ҳокимият даъво карда, дар бозори сиёсӣ маҳсулоти сиёсии худро (платформаҳо, барномаҳо, идеяҳо, ваъдаҳо, сифатҳои шахсии сарварон ва номзадҳо) мутобиқ ба дархости интихобкунандагон созмон медиҳанд ва пешбарӣ мекунанд.

Маркетинги сиёсӣ дар шароити сохти демократии ҷамъиятӣ дар ҷаҳорҷӯбаи интиҳоботҳои рақобатии ҳокимият бештар ва комилан мавриди ниёз аст. Дар амал тамоми коршиносони соҳаи интиҳобот чунин меҳисобанд, ки маърақаҳои интиҳоботӣ шояд соҳаи асосии татбиқи технологияҳои сиёсии маркетинг бошанд. Интиҳобот нуқтаи олии сиёсати ҷамъиятӣ ҳисобида мешаванд, барои ҳамин ба тавсифоти асосноккунӣ, шакл ва усулҳои маркетинги сиёсӣ муроҷиат карда, дар навбати аввал баррасӣ кардани технологияҳои интиҳоботӣ, яъне технологияи омодаسازی ва гузаронидани маърақаҳои сиёсӣ мувофиқи мақсад мебошад.

Боби сеюм - «Маркетинги сиёсӣ ва маъракаи интиҳобот: хусусиятҳои асосии инкишоф» аз чор зербоб иборат мебошад. Дар зербоби якуми боби сеюм **«Ҷойгоҳи маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳобот»** хусусиятҳои маркетинги интиҳоботӣ ҳамчун намуди асосии маркетинги сиёсӣ дар шароити демократикунории Тоҷикистони муосир дида баромада мешаванд.

Муаллиф қайд намудааст, ки дар раванди эҳсосотӣ дар байни сарварони гуногун, хизбҳои сиёсӣ, ки барои худро аз мавқеи бехтар нишон додан рақобат мекунанд, намояндаи боэътимоди худро интиҳоб кардан бисёр мураккаб мебошад. Маҳз барои ҳамин маркетинги сиёсӣ бо технологияҳои худ ба ёрӣ мерасад, то ки дар пайдо кардани номзад, ҳизби сиёсии ҷавобгӯи афзалиятҳо, умедҳо ва ормонҳои интиҳобкунандагон бошанд, инчунин ба мустаҳкамшавии эътимод ба

ҳукумат кумак намояд, дар акси ҳол машруъияти интиҳобот метавонад зери шубҳа қарор гирад.

Дар зербоби дуюми боби сеюм - «Танзимнамоии давлатӣ дар рафти маъракаи интиҳоботӣ» муаллиф қайд намудааст, ки механизми асосии танзими давлатии раванди интиҳоботӣ ҳуқуқи истисноии давлат ба дар кишвар созмон додани тартиботи меъёрӣ мебошад, ки қоидаҳо ва тарзи рафтори иштирокдорони раванди интиҳоботиро муайян менамояд. Созмон додани чунин тартиботи меъёрӣ муайянкунии ибтидоии усулҳои асосии ташкили равандҳои интиҳоботиро дар мутобиқат бо самтгириҳои арзишии интиҳобшуда дар назар дорад.

Дар кишварҳои демократӣ, аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, чунин усулҳои бунёди ҷорто мебошанд: умумӣ будани ҳуқуқи интиҳоботӣ, баробарии ҳуқуқи интиҳоботӣ, хусусияти мустақим будани интиҳобот, овоздиҳии пинҳонӣ. Ин усулҳо, бо сабаби аҳамияти махсуси худ дар конституцияҳо (қонуни асосӣ), ё қонунҳои конституционӣ дарч мегарданд.

Муаллиф нишон додааст, ки идоракунии маъракаҳои сиёсӣ раванди ниҳоят мураккаб аст, ки шумораи зиёди самтҳои фаъолият ва маҷмуи шаклҳо ва усулҳои гуногуни корҳои пешниҳодшавандаро дар бар мегирад.

Дар зербоби сеюми боби сеюм - «Бозори сиёсӣ: сохтор ва тақсимои он дар раванди интиҳобот» роҳҳои пешбурди маъракаи интиҳоботӣ, ташкили ситодҳо ва омӯзиши бозор, яъне интиҳобкунандаҳо нишон дода шудааст.

Муаллиф қайд менамояд, ки ба даст овардани маълумоти ба қадри кофӣ аниқ дар бораи он ки рӯҳияи интиҳобкунандагон чӣ гуна аст, онҳо ба интиҳобот, номзадҳо (хизбҳо) чӣ гуна муносибат доранд, муайян кардани стратегия ва равиш мураккаб аст.

Дар зербоби чоруми боби сеюм - «ВАО ҳамчун воситаи маркетинги сиёсӣ» муаллиф қайд менамояд, ки сиёсати муосирро бе матбуот, радио

ва телевизион тасаввур кардан номумкин аст. Бо боварӣ тасдиқ кардан мумкин аст, ки дар дигаргуниҳои бузурги дар кишвари мо доиршаванда нақши муайянро воситаҳои ахбори омма (ВАО) иҷро мекунанд.

Воситаҳои ахбори умум як навъ гузоришгари воқеаҳои дар кишвар ва ҷаҳон рухдиҳанда буда, дар сохтори ҷомеаи муосир мавқеи махсусро ишғол мекунанд. Ин омил ба сифати қисми таркибии ҷудонашавандаи ҳаёти сиёсии Тоҷикистон хизмат мекунад.

ВАО аз нуқтаи назари ташкилкунандагони маъракаҳои сиёсӣ шабакаи ниҳоят муҳимми муошират мебошанд, ки имкони паҳши идеяҳои маъракаи сиёсиро дар аудиторияи калон ва ба таври доимӣ медиханд.

Муаллиф дар қисмати хулоса шакли ҳалли илмии масъалаҳоро пешниҳод менамояд, ки комёбиҳои илмии аҳамияти сиёсиву иҷтимоидоштаи кори илмиро исбот мекунад. Автореферат ва корҳои илмие, ки дар мавзуи таҳқиқоти илмӣ нашр гардидаанд мазмуни асосии рисолаи диссертациониро инъикос менамоянд. Муаллифи рисола кӯшиш ва маҳорати баланди истифодаи методҳои гуногуни таҳлилро нишон дода, дорои қобилияти гузаронидани таҳқиқоти илмӣ мебошад. Кори диссертационӣ натиҷаи заҳматҳои таҳқиқотии муаллиф буда, сатҳи баланди коргузори ва мустақилонаю амикро ошкор менамояд. Рисола ҳамчун воситаест барои ҳалли дархостҳои ҷомеаи гузаришӣ, бартарафсозии бӯҳронҳо ва воситаҳои ниғаҳдории музаффариятҳои модернизатсионӣ баромад намуда, яке аз ҷабҳаҳои муваффақиятҳои илмӣ ба ҳисоб меравад.

Бо баробари мутобиқат намудани диссертатсия ба талаботи дастурҳои Комиссияи олии аттестатсионии Ҷумҳурии Тоҷикистон, эътироф намудани кори илмӣ ҳамчун маҳсули назариявӣ ва амалии таҳқиқи ҳолати рушди кишвар дар рисола камбудии зерин ба назар мерасанд:

1. Муаллиф бисёр кӯшиш намудааст, ки ба масъалаҳои назариявӣю методологии маркетинги сиёсӣ таваҷҷуҳи бештареро раво бинад ва дар заминаи чунин муносибат моҳият ва хусусиятҳои онро ба таври барҷаста нишон диҳад. Зеро дар адабиёти илмӣ масъала чандон пажӯҳиши муваффақонаро пайдо накардааст. Аз ин рӯ, диссертантро зарур буд, ки ба таълимоти навтарини маркетинг ва махсусан, маркетинги сиёсӣ рӯ оварда, ҳолатҳои гуногуни онро мавриди гардиши илмӣ қарор меод.

2. Муаллиф ҳангоми омӯзиши масъалаҳои назариявӣю методологии таҳқиқи маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таҳқиқотҳои муҳаққиқони Ғарб ва рус бештар таъҷ намудааст. Беҳтар мебуд, ки муаллиф ҳангоми таҳқиқи масъалаҳои ташаккурёбии маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон аз низоми андешарониҳои муҳаққиқони ватанӣ низ истифода мебуд.

3. Муаллиф доир ба масъалаи маркетинги сиёсӣ дар идоракунии давлатӣ бисёр таҳқиқот анҷом додааст, аммо баъзе паҳлуҳои он, бахусус, ҳангоми идоракунии сиёсӣ мавриди омӯзиш қарор дода нашудаанд.

4. Муаллиф мебоист, ки тартиби амалигардонии хулосаҳои кори диссертатсиониро нишон меод. Зеро ба таври мавҳумӣ гузоришҳо аҳамияти амалии рисолаҳо коҳиш медиҳанд.

5. Дар кори диссертатсионӣ адабиёти таҳлилии нав, ки дар шакли чопӣ истифода шудааст, камтар ба чашм меравасад. Маводҳои интернетӣ чандон манбаи боэътимод нестанд.

Дар маҷмӯъ эродҳои номбаргардида ба мазмуну мундариҷаи диссертатсия таъсири манфӣ нарасонида, арзиши илмӣ онро кошта намегардонанд.

Ҳамин тариқ, диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзӯи «Масъалаҳои ташаккурёбии маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» ба талаботи бандҳои 10 ва 11-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 26-уми ноябри соли 2016, таҳти №505 тасдиқ шудааст, мувофиқ буда, муаллифи он

сазовори шарафёб гаштан ба дараҷаи илмӣ номзади илмҳои сиёсӣ аз рӯйи ихтисоси 23.00.02 - Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ мебошад.

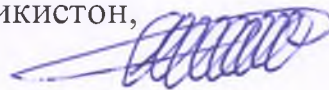
Тақриз ба талаботи банди 79-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30-уми июни соли 2021, таҳти №267 тасдиқ шудааст, мувофиқ мебошад.

Тақризи мазкур дар маҷлиси кафедраи фанҳои ҷамъиятии Академияи ВКД Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 17. 04. 2023, суратмаҷлиси №8 муҳокима ва тасдиқ шудааст.

Дар маҷлиси кафедра 9 нафар иштирок намуданд. Натиҷаи овоздиҳӣ: «тарафдор» -9 нафар, «муқобил» - нест, «бетараф» - нест.

Раиси маҷлис:

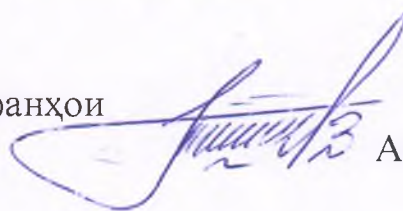
сардори кафедраи фанҳои ҷамъиятии
Академияи ВКД Ҷумҳурии Тоҷикистон,
номзади илмҳои сиёсӣ, дотсент



Муҳаммад С. А.

Котиби ҷаласа:

сардори синфхонаи кафедраи фанҳои
ҷамъиятии Академияи ВКДҶТ.



Абдуллозода У.

Лоихаи тақризро омода кард:

Номзади илмҳои таърих, муаллими
Калони Академияи ВКД
Ҷумҳурии Тоҷикистон



Тоҷев Ф.Н.

Имзои Муҳаммад С.А., Абдуллозода У.

Тоҷев Ф.Н.-ро тасдиқ менамоям:

Сардори шуъбаи кадрҳои Академияи
ВКД Ҷумҳурии Тоҷикистон



Музаффарзода Б. З.