

Ба Шурои диссертациони 6D.KOA-001-и
назди Донишгоҳи миллии Тоҷикистон
(734025, ш. Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ, 17)

ТАҚРИЗИ

**муқарризи расмӣ ба кори диссертациони Ҳабибов
Далер Абдуллоевич дар мавзӯи «Масъалаҳои
ташаққули маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии
Тоҷикистон», ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ
номзади илмҳои сиёсӣ аз рӯи ихтисоси 23.00.02 –
ниҳодҳо, равандҳо ва технологияи сиёсӣ пешниҳод
гардидааст**

Дар низоми инкишоф ва рушди ҷомеаи муосир зарурат ба раванду ҳодисаҳои пайдо мешавад, ки таҷассумгари ҷунин низоми муносибатҳо мансуб мегарданд. Дар қатори ҷунин падидаҳо маркетинги сиёсӣ низ ҷой гирифтааст. Он ба яке аз масъалаҳои муҳим, рӯзмарра ва пурарзиши ҷомеаи муосир табдил ёфтааст. Он низоми хосаи таъсиррасонии сиёсӣ ба шуур ва рафтори одамон, иттиҳодияҳои онҳоро ифода менамояд. Низоми мазкур назарияи сиёсӣ, методҳо, тарзи маърифати муҳити сиёсӣ ва роҳҳои ташаққули дархосту талаботҳои намоёндагони мухталиф ва доираи васеи онҳоро дар бар мегирад. Ҳолати мураккабии он тақозо менамояд, ки масъалаи мазкур ба таври амиқ мавриди омӯзиш ва таҳлилҳои сатҳи мухталиф қарор дода шавад.

Дар бештари мавридҳо маркетинги сиёсиро ба ташвиқоти сиёсӣ ва ё рекламаи сиёсӣ монанд менамоянд ва гӯё онҳо дар маҷмӯъ ифодаи як раванди ҷомеаи сиёсӣ бошанд. Аммо воқеият чизи дигар аст. Маркетинги сиёсӣ таъсиррасонии васеъ ба одамон буда, моҳияти онро ба таври босаводона, мавзун ва мақсаднок дарёфт намудан, сифатҳои воқеӣ ва арзандаи номзадҳо ба сарвариро ба гурӯҳҳои гуногуни аҳоли дар раванди воқеишавии рақобатҳо дар байни субъектҳои гуногуни сиёсӣ ва актёрҳои ҷомеаи сиёсӣ нишон медиҳад. Ташвиқоти сиёсӣ ба таври умумӣ, бе назардошти махсусиятҳо ба амал бароварда мешавад. Рекламаи сиёсӣ

бошад падида, ходиса ва акторҳои сиёсиро аз будаш зиёд нишон медиҳад, сифатҳои арзанда ва қобилияти ӯро муқобили менамояд. Маркетинги сиёсӣ бошад бе фиребу ҳанноти воқеияти муқоризаи сиёсӣ, муносибатҳои байниҳамдигарии акторҳои сиёсиро дар нисбати ҳокимияти сиёсиро нишон медиҳад.

Маркетинги ҳоси мамлакатҳои демократӣ аст. Он ба рақобати озоди сиёсии байни нерӯҳои сиёсӣ, махсусан, ҳизбҳои сиёсӣ ва ташкилотҳои сиёсӣ таъя менамояд. Дар мамлакатҳои ғайридемократӣ низ маркетинги сиёсӣ, ҳеч набошад дар даврҳои алоҳида, баҳусус, давр даврҳои интиҳобот ва ё маърақаҳои дигари сиёсӣ ба вуқӯ меояд. Дар амалияи сиёсии муосир бе таъминоти маркетингӣ ҳар гуна номзад ба сарварӣ муваффақ намегардад, ё иштирокчиҳои сиёсати воқеӣ шуда наметавонад. Маркетинги сиёсӣ машғули пешниҳоди самараноки бозориҳои моли сиёсӣ аст. Ба сифати моли сиёсӣ ҳокимияти сиёсӣ, институтҳои сиёсӣ, ташкилоти сиёсӣ, ғояҳои сиёсӣ, широкҳо, иродаю эътиқод, ҳуди сиёсат ва падидаҳои дигар амал менамоянд. Яъне, ҳар он чӣ қӣ предмети муқобили нерӯҳои сиёсӣ ва низоми қарор гирифта метавонад, ба сифати моли сиёсӣ шинохта мешавад. Чунин воқеиятро дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳлил ва натиҷагирӣ қарор додан бар манфиати инкишофи муносибатҳои сиёсӣ ва воқеият ёфтани амалҳо ва тадбирҳои муҳими идоракунии сиёсӣ мегардад.

Инкишофи сиёсии Тоҷикистон ҳолати пурпечу тоб ва мураккаби падидаю ходисаҳо қасб намудааст. Он аз муҳаққиқон заҳмати зиёди таҳлилии таҳқиқоти талаб дорад. Аз ин қост, ки рисолаи Д.А. Ҳабибов дар фаҳми масъалаҳои муҳталифи маркетинги сиёсӣ ва дарёфти роҳи усулҳои таҳқиқи истифодаи самараноки онҳо қойгоҳи ҳоссаеро қасб менамояд.

Диссертанд тавонистааст, ки асосҳо ва тамоюлҳои асосии инкишофи маркетинги сиёсиро дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон вобаста ба вазъияти сиёсӣ ва ҳолати тағйирпазирии онҳо нишон диҳад. Мақом ва қои маркетинги сиёсиро дар раванди сиёсӣ муайян намояд. Диссертанд

бештар ба мақом ва ҷойгоҳи маркетинги сиёсӣ дар раванди ташаккул ва таҳкими давлатдории миллӣ тавачҷуҳ намуда, роҳу воситаҳои пайдоиш ва рушди онро нишон додааст.

Раванди инкишофи ҳодисаҳо ва падидаҳои муҳими ҳаёти сиёсии Тоҷикистони муосир метавонанд дар кишварҳои дигар, махсусан, давлатҳои ҳамҷавор ва давлатҳои, ки бо Тоҷикистон умумиятҳои дигар низ доранд, пайдо гарданд ва яке аз самтҳои инкишофи онҳоро муайян намоянд. Аз ин ҷост, ки таҳқиқоти самти мазкур барои чунин кишварҳо низ аҳамияти муҳими сиёсӣ амалиро пайдо менамояд. Бештари ҳодисаҳо ва масъалаҳо хосияти минтақавӣ ва умумибашарӣ дошта, методологияи ягонаи омӯзишро дархост менамоянд.

Муаллифи рисола дар сарсухан тавонистааст, ки масъалаҳои асосии таҳқиқот, пеш аз ҳама, ҳолати рӯзмаррагии мавзӯ, дараҷаи омӯзиши илмии он, объект ва предмети таҳқиқот, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, асосҳои методологӣ ва назариявии таҳқиқот, навоариҳои илмии таҳқиқот, нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқотро ба таври барҷаста нишон диҳад. Инчунин иттилоотро дар бораи татбиқи амалии маводҳои диссертатсия пешниҳод намояд.

Рисолаи диссертатсионӣ аз ду боб иборат аст. Боби аввал – “Тавсифи умумии маркетинги сиёсӣ” аз ду зербоб иборат буда, бештар масъалаҳои назариявӣю методологияи пажӯҳишро фаро гирифтааст. Дикқати асосӣ ба раванди ташаккул ва инкишофи маркетинги сиёсӣ дар минтақаҳо ва кишварҳои гуногуни олам дода мешавад. Маркетинги сиёсӣ ҳамчун соҳаи донишҳои сиёсӣ тавсиф шуда, низоми ташаккул ва инкишоф, шаклгирӣ ва мазмуну таркиботи он мавриди тавачҷуҳ қарор гирифтаанд.

Дар боби аввал пайдоиш ва инкишофи маркетинги сиёсӣ ва умуман, масъалаҳову хусусиятҳои назариявӣ ва методологияи таҳқиқи маркетинги сиёсӣ ва заминаҳои иҷтимоиву сиёсии пайдоиши он; мақом ва нақши он дар раванди сиёсии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар марҳилаи ҳозираи

инкишоф мавриди омӯзиш қарор гирифтаанд. Дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон маркетинги сиёсӣ вобаста ба вазъияти сиёсӣ ва хусусиятҳои дигари рушди мамлакат махсусиятҳои гуногунро касб намудааст. Дар раванди мазкур нақши пешбарро унсурҳои таркибии вазъияти сиёсӣ пайдо намудаанд. Ҳаёти сиёсӣ, воқеияти инкишоф, ҳолати рушди субъектҳо ва нерӯҳои сиёсӣ, хосиятҳои маконию замонию рушд воқеияти пайдоиш ва инкишофи маркетинги сиёсӣ ва рӯовариҳои арзишию идеологии онҳоро муайян намуда, самтҳои баъдинаи фаъолияти онҳоро тарҳрезӣ менамоянд.

Воқеияти ҷамъиятӣ ва вазъияти сиёсии инкишофи мамлакат дар раванди ташаккули ҷаҳонбинӣ ва рӯҳияи одамони одию муқаррарӣ тавассути воситаҳои гуногун мақоми муҳим пайдо менамоянд. Дар байни онҳо шароит ва талабот, эҳтимолиятҳо ва барномаҳои махсус бештар таъсиргуздоранд. Чунин хосиятҳоро дар маркетинги сиёсӣ таҳлил ва натиҷагирӣ намуда, диссертант мақоми онҳоро дар ҳалли масъалаҳои ҳаёти сиёсӣ нишон дода, ҷойгоҳи онҳоро дар таркиботи системаи сиёсӣ муайян намудааст.

Пайдоиш ва инкишофи маркетинги сиёсӣ дар шароити инкишофи мутаносиби ҷомеа дар нисбати ҳолати бухронии инкишоф, махсусан, дар шароити инкишофи мочарогарӣ ва мавҷудияти хавфи сиёсӣ аз ҳам ба пуррагӣ фарқ менамоянд. Диссертант ҳангоми баррасии масъалаҳои инкишофи маркетинги сиёсӣ бештар ба хусусиятҳои вазъияти сиёсӣ муроҷиат менамояд. Ӯ талаботу дархостҳо ва манфиатҳои умумиятҳои иҷтимоиро дар барномаҳои нерӯҳои сиёсӣ ва ҳаракатҳои ҷамъиятӣ пайдо карданӣ мешавад.

Муаллифи кори диссертатсионӣ ба заминаҳои иҷтимоиву сиёсӣ ва идеологии пайдоиши маркетинги сиёсӣ ва инкишофи системаи сиёсии Ҷумҳурии Тоҷикистон диққати махсус додааст. Маркетинги сиёсӣ ва ҳодисаҳои дигари ҷомеаи сиёсӣ, ки заминаҳои умумии инкишофи идеологиро соҳибанд, барои дарёфти имкониятҳо ва шароити беҳтари идоракунии сиёсӣ дар ҳолатҳои муайян, масалан ҳангоми интиҳоботи

сатҳи мухталиф зиддиятҳои чузъиро сарфи назар намуда, ба мувофиқа меоянд. Онҳо ҳатто метавонанд дар атрофи барномаи ягона муттаҳид гарданд. Чунин ҳолатро ба сифати воситаи зарурии ба қудрати сиёсӣ расидан эътироф менамоянд.

Системаи сиёсии Ҷумҳурии Тоҷикистон имконият медиҳад, ки одамон ба таври сода ва осон дар ташкилотҳои гуногуни сиёсӣ муттаҳид гарданд. Принципҳо ва меъёрҳо чандон хосияти мушаххас ва ҳатмӣ надоранд ва ҳолати мазкур имконият медиҳад, ки тавсифҳо гуногун гардида, тағйири меъёрҳо ба амал омада, пайдоиш ва кам гардидани меъёрҳо ба миён оянд. Чунин ҳолати бенизомӣ боиси пайдоиши ташкилотҳои сиёсии зиёди нолозим мегарданд ва онҳо дар низоми маркетинги сиёсӣ ба сифати актори муайян мақом пайдо намуда, дар тағйири муносибатҳо ҷой мегиранд.

Боби дууми рисолаи диссертсионӣ – “Маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ва мудирияти давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон” бештар ба масъалаҳои рӯовариҳои арзишию ғоявии идоракунии давлатӣ рӯ оварда, дар марҳилаҳои гуногуни рушди таърихӣ ҷойгоҳи онро ҷустааст. Аммо масъалаи маркетинги сиёсиро бо масъалаҳои идоракунии давлатӣ дар як қатор мондан номумкин аст. Зеро моҳиятан онҳо аз ҳам фарқ дошта, вазифаҳои гуногунро анҷом медиҳанд. Аз ин ҷост ки омӯзиши самтгириҳо ва фаъолиятҳо дар мавриди идоракунии давлатӣ дар қори диссертсионӣ мавқеи бештар пайдо намудааст.

Муаллиф кӯшиш намудааст, ки предмети маркетинги сиёсӣ, самтгириҳои инкишоф ва вазифаҳои онро дар ҷомеаи кушод ва маҳдуд мавриди баррасӣ қарор диҳад. Ташаккул ва инкишофи бозори сиёсӣ барои фаъолияти самараноки ҳизбҳои сиёсӣ, иттиҳодияҳои ҷамъиятӣ ва махсусан, барои ниҳодҳои давлатӣ, ки ба идоракунии сиёсӣ машғуланд, аҳамияти муҳим доранд. Аз ин ҷост ки бевосита вазифаҳои маркетинги сиёсӣ, аз ҷумла вазифаҳои ташкилотӣ, махсусан, ташкили рақобати солими сиёсӣ, таҳлил намудан, дар маҷмуъ таҳқиқ намудани бозори сиёсӣ, таҳияи стратегияи сиёсӣ, ташкили имиджи субъектҳои гуногун,

вазифаҳои барномарезӣ, назоратӣ ва натиҷагирии самаранок аҳамияти муҳим пайдо намудаанд.

Муаллиф дар зербоби дуҷуми боби дуҷум ба масъалаи интиҳобот ҳамчун инъикоси маркетинги сиёсӣ таваҷҷуҳ намудааст. Ӯ тавонистааст, ки сифатҳои асосии назарияи интиҳоботро тавсиф намояд. Дар охири рисола бошад, ӯ ба мақом ва нақши воситаҳои ахбори омма ҳамчун воситаи маркетинги сиёсӣ диққати махсус зоҳир намудааст. Дар шароити Тоҷикистон ВАО ба сифати иттиҳодияи демократӣ амал менамоянд, ки асосан вазифаи ташвиқу тарғибиро анҷом медиҳанд. Онҳо дар системаи сиёсии Ҷумҳурии Тоҷикистон бо ба инобат гирифтани мақоми давлат нақши пешбарро соҳиб нестанд ва эҳтимолияти чунин мақом хеле кам аст. Зеро чунин шароитро масъулини раванди ташаккул ва риояи низом фароҳам нагардониданд. Ҳолати мазкурро ба эътибор гирифта, муаллифи рисола ба масъалаҳои таҳияи низом ва фазои мусоид барои ташаккулу инкишофи ВАО-и демократӣ таваҷҷуҳ намудааст.

Диссертант ба масъалаҳои ташаккули фурсатҳо барои зуҳури маркетинги сиёсӣ дар сохтори сиёсии кишвар ва фароҳамсозӣ барои рушди афроди сиёсӣ; рақобатҳои интиҳоботии солим, ҳидоят ва ҷиҳатдиҳии овози умумии мардум; ҳукуматдорӣ ва ба уҳда гирифтани масъулияти ҳукумат, мурағаб намудани сиёсатҳои умумӣ ва пешниҳоди барномаҳои омӯзишӣ; шакл додани афкори умумӣ; бозтобии ниёзҳои иҷтимоӣ; эҷоди робита ва пайванд миёни мардум ва ҳукумат ва масъалаҳои дигар таваҷҷуҳи хоса зоҳир намуда, онҳо ва амсоли онҳоро дар радифи вазифаҳои муҳимтарини фаъолияти ташкилотҳои гуногуни сиёсӣ ва ҳаракатҳои ҷамъиятию сиёсӣ медонад.

Диққати бештарро ба масъалаҳои рӯварихҳои арзишию идеологии неруҳои сиёсӣ ва ҳаракатҳои сиёсии Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷалб намуда, муаллиф кӯшидааст, ки нақши муассири онҳоро дар раванди инкишофи раванд сиёсӣ муқаррар созад.

Маркетинги сиёсӣ дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон ба мушкилоти зиёд рӯ ба рӯ гардидааст. Аксари неруҳои сиёсӣ барномаи мақсадноки хешро пайдо накардаанд, стратегияи фаъолият ва ҳадафҳои асосӣ роҳҳои расидан ба онҳоро муайян накардаанд. Фаъолияти онҳо ба манфиатҳои гурӯҳӣ асос ёфтаанд. Гуногунҷағрағии миллию этникӣ дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шаклгирии маркетинги сиёсӣ мақоми пешбар пайдо намудаанд. Худшиносии қавмӣ ва мазҳабӣ асоси рӯовариҳои арзишию идеологии онҳоро ташкил менамоянд.

Муаллиф ба масъалаҳои ташаккули намоёндагиҳои маркетинги сиёсӣ ва низоми таҳкими онҳо диққати зарурӣ додааст. Муқаррар карда мешавад, ки асоси ташаккули чунин ниҳодҳои ҷамъиятӣ ба муносибатҳо ва манфиатҳои умумиятҳои иҷтимоӣ, пеш аз ҳама, манфиатҳо ва муносибатҳои гурӯҳӣ, қавму миллатҳо ва ҷараёнҳои динию мазҳабӣ таъҷ менамояд. Ҷумҳурии Тоҷикистон, ки як ҷомеаи суннатиро менамояд, чунин муносибатҳоро тақвият мебахшад.

Д.А.Ҳабибов тавонистааст, ки аҳамияти сиёсӣ илмӣ мавзӯ, зарурати аз ҷиҳати назариявӣ методологӣ ва сиёсӣ амалӣ таҳқиқи онро нишон диҳад. Истифодаи натиҷаҳои таҳқиқот, таҳлилу тавсифи мафҳумҳои мухталиф, истилоҳот ва қонуниятҳо, муайян намудани дастгоҳи мафҳумӣ, ки бевосита ба масъалаҳои инкишофи Ҷумҳурии Тоҷикистон мансубанд, хусусиятҳои асосии кори таҳқиқотиро ташкил медиҳанд.

Муаллиф дархостҳоро мурағаб сохта, пешниҳодоти амалӣ ва пешбиниҳои илмиро дар мавриди масъалаҳои гуногун ибраз намудааст. ӯ сатҳи касбияти зарурӣ ва қобилият ба таҳқиқоти илмиро пайдо намудааст. Рисола мантиқӣ баён гардида, маводҳои таҳқиқотҳои илмӣ ба таври амиқ таҳлил гардида, натиҷаҳо хулосагирӣ шудаанд, ки аҳамияти амалӣ пайдо намудаанд.

Дар хулосаи рисола масъалаҳо натиҷагирӣ ёфтаанд, ки аҳамияти муҳими назариявӣ методологӣ ва амалиро касб менамоянд.

Автореферати диссертатсия ва корҳои илмие, ки дар мавзуи таҳқиқот чоп гардидаанд (5 адад корҳои чопӣ дар маҷаллаҳо ва интишороти пешбари тақризшаванда, рисолаи илмӣ дар мавзуи “Равандҳои муҳочиратӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон. -Душанбе: “Ирфон”, 2015. 104с.) мазмуни рисолаи диссертатсиониро инъикос менамоянд.

Дар баробари муваффақиятҳо муаллиф ба як қатор камбудихою иштибоҳҳо роҳ додааст. Аз ҷумла:

- дар рисола назарияи ташаккул ва инкишофи маркетинги сиёсӣ пурра инъикос нагардидааст. Муаллиф бештар ба ҷанбаҳои иҷтимоию иқтисодии маркетинг тавачҷух намуда, ҷандон ба тарафҳои сиёсии таълимот дар мазмун ва шакли пурра тавачҷух накардааст;

- муаллиф ба таври пурра интиҳобот дар шароити Тоҷикистонро ҳамчун майдони рақобати озоди неруҳои сиёсӣ ва таҷассуми иродаи онҳо нишон на додааст. Ў масъалаҳоро дарк намудааст, вале роҳу воситаҳои ҳалосӣ аз онҳоро нишон на додааст;

- махсусияти ташаккул ва инкишофи маркетинги сиёсӣ дар шароити Тоҷикистон мавқеи хоссаро талаб менамояд. Муаллиф бояд аз ҷиҳати назариявӣ дар заминаи ба эътибор гирифтани навъҳои маркетинги сиёсӣ ва пайвасти онҳо бо дигар падидаю ҳодисаҳо раванди ташаккули маркетинги сиёсиро вобаста ба рақобатҳои сиёсии субъектҳои мухталиф таҳлил ва тавсиф менамуд;

- азбаски Ҷумҳурии Тоҷикистон дар масъалаи рақобати сиёсӣ ҷандон натиҷаҳои назаррас пайдо накардааст, диссертантро зарур буд, ки мақоми маркетинги сиёсӣ ва равияҳои гуногуни он, пеш аз ҳама, ташаккули бозори сиёсиро дар доираи манфиатҳои сиёсии акторҳои мухталифи муносибатҳои сиёсӣ ба таври барҷаста нишон меод.

Чунин камбуду иштибоҳҳо наметавонанд арзиши баланди илмии рисолаи диссертатсиониро паст зананд. Муаллиф рисолаи арзишмандеро барои дифоъ пешниҳод намудааст.

Муаллифи рисола дониши амиқ ва маҳорати баланди истифодаи методҳои муосири таҳлилро нишон дода, қобилияти амалисозии

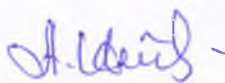
таҳқиқоти мустақилонаи илмиро зохир намудааст. Рисола кори илмию таснифотӣ буда, он дар асоси таҳқиқоти муаллиф ва ҳолатҳои назариявӣ таҳия гардидааст. Навъи хоси ҳалли илмии масъала пешниҳод мегардад, ки онҳо метавон ба сифати муваффақияти илмӣ, ки аҳамияти муҳими сиёсӣ ва иҷтимоӣ доранд, баҳогузорӣ гарданд.

Ҳабибов Д.А. рисолае бо усули хос, методологияи қавӣ ва муносибати объективонае ба раванду ходисаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия намудааст. Истифодаи он ҳам барои Ҷумҳурии Тоҷикистон ва ҳам барои кишварҳои дигари минтақа муфид буда, дар дарки масъалаҳо ва дарёфти ҳалли онҳо аҳамияти заруриро касб менамояд.

Рисолаи диссертатсионӣ бо рӯзмаррагӣ ва навғониҳои худ фарқ намуда, ба талаботҳо оид ба диссертатсияҳо дар мавриди дарёфти дараҷаи илмии номзоди илм мувофиқ буда, муаллифи он сазовори дараҷаи илмии номзоди илмҳои сиёсӣ аз рӯи ихтисоси 23.00.02 – Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияи сиёсӣ мебошад.

Муқарризи расмӣ:

Доктори илмҳои сиёсӣ, мудир
шӯъбаи масоили сиёсии муносибатҳои
байналмилалӣ Институти фалсафа,
сиёсатшиносӣ ва ҳуқуқи ба номи
А. Баҳоваддинови Академияи миллии
илмҳои Тоҷикистон


Искандаров А. И.

Имзои А.И. Искандаровро тасдиқ мекунам.
Нозири калони II ИК ИФСХ АМИТ



Шозедов Х.

Суроға:

734025, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, х. Рӯдакӣ, 33,

24-уми апрели соли 2023