



«ТАСДИҚ МЕКУНАМ»

Ректори Донишгоҳи давлатии
омӯзгории Тоҷикистон ба номи С. Айнӣ,
доктори илмҳои таърих
Ибодуллозола А. И.

« 29 » ноябри 2022 с.

ХУЛОСАИ

кафедраи сиёсатшиносии Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи Садриддин Айнӣ

Диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзӯи: «Масъалаҳои ташаккули маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзоди илмҳои сиёсӣ ба шиносномаи ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 23.00.02 – Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ дар кафедраи сиёсатшиносии Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи С. Айнӣ иҷро карда шудааст.

Дар марҳалаи омода намудани диссертатсия Ҳабибов Далер Абдуллоевич ҳамчун унвонҷӯи кафедраи сиёсатшиносии Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи С. Айнӣ фаъолият намуд.

Ҳабибов Д.А. соли 1992 факултети забонҳои Шарқи Донишгоҳи миллии Тоҷикистонро бо ихтисоси «Муаллими забони ҳиндӣ, забон ва адабиёти тоҷик» хатм кардааст. Соли 2014 Академияи дипломатии Федератсияи Россияро бо ихтисоси магистр дар самти муносибатҳои байналмилалӣ хатм намудааст.

Шаҳодатнома оид ба супоридани имтиҳони номзадӣ аз санаи 27.12.2022, таҳти №1001 аз ҷониби Академияи миллии илмҳои Тоҷикистон дода шудааст.

Роҳбари илмӣ - доктори илмҳои фалсафа, профессор Хидирзода Махфират Умар, ба ҳайси узви Комиссияи марказии интихобот ва раёйпурсии Ҷумҳурии Тоҷикистон фаъолият менамояд.

Вобаста ба натиҷаҳои муҳокимаи рисола хулосаҳои зерин қабул гардиданд: Аҳамияти инкишофи назарияи маркетинги сиёсӣ пеш аз ҳама бо талаботи умумӣ ба таҳқиқотҳои илмӣ дилхоҳ зухуроти ҳаёти ҷамъиятӣ, ки аз рӯи нақши худ дар ҳаёти ҷомеа муҳим ва аз рӯи 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 илмӣ падидаи мазкур бошад. Аз назари муаллиф, сабаби якуми вазъияти мазкур пеш аз ҳама ба табиати маркетинги сиёсӣ алоқаманд аст. Дар сиёсатшиносии,

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 мавзӯи мазкур дар он ифода меёбад, ки густариши маркетинги сиёсӣ дар солҳои 90-уми асри XX дар ҳудуди собиқ шӯравӣ, аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон масъалаҳоеро дар миён гузошт, ки дар Ғарб, дар ҳуди ватани маркетинги сиёсӣ дучор намегарданд.

Муҳимияти муроҷиат ба ҷанбаи усулии таҳқиқоти мавзӯи мазкур аз он сабаб аст, ки мафҳуми маркетинги сиёсӣ ва мафҳумҳои дар таҳқиқоти маркетинги сиёсӣ истифодашаванда, дар сиёсатшиносии ватанӣ ҳануз ба «ахиран пайдошуда» ва устувор нашуда, мансубият доранд.

Аҳамияти дарки илмии махсусиятҳо ва мушкилоти рушди маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба як қатор омилҳои назаррас асос ёфтааст. Пеш аз ҳама, ин тақозои воқеии маркетинги сиёсӣ дар бозори муосири сиёсӣ мебошад, ки дар шароити барқароршавии системаи интиҳоботҳои демократӣ дар Тоҷикистон ва дарки он ки баланд бардоштани самаранокии технологияҳои маркетингии дар бозори сиёсии ҷумҳурӣ истифодашаванда бе дар назар гирифтани хусусиятҳои ин бозор, аз ҷумла дар минтақаҳои кишвар, номумкин аст.

Дуюм, зиддиятҳо ва парокандагии барқароршавӣ ва рушди маркетинг ҳам дар марказ ва ҳам дар минтақаҳои кишвар ҷой дорад, ки бо тамоюли маҳдудшавии бозори сиёсӣ, норасоии мутахассисони касбӣ (бозоршиносон, технологҳои сиёсӣ), таъсири саҳти воситаҳои маъмурии “қоидаи бозӣ”-ро дар майдони сиёсӣ тағйирдиҳанда, дар рафти маъракаи интиҳоботӣ истифода кардани монеаҳои гуногун муайян мегардад.

Сеюм, истифодаи системаи омехтаи интиҳоботҳо (мажоритарӣ ва пропорционалӣ) системаи интиҳоботиро ба самти баланд бардоштани нақши он дар бозори сиёсии ҳизбҳои сиёсӣ дигаргун мекунад. Дар ин гуна шароит, зимни интиҳобот ба интиҳобкунандагон бештар на имиҷи номзадҳо, балки имиҷи ҳизбҳо, платформаи идеологӣ ва барномаҳои сиёсии онҳо бояд пешниҳод карда шаванд, ки табиатан нақши тамоми бахшҳо ва намояндагҳои ҳизбиро дар муборизаи рақибона барои интиҳобкунандагон меафзояд. Таъйини маркетинги интиҳоботӣ низ дар расондани ёрӣ ба ҳизбҳои сиёсӣ ва номзадҳо зимни таҳия ва гузаронидани маъракаи самараноки интиҳоботӣ, ифода меёбад.

Бешубҳа, ҳамаи ин масъалаи маркетинги сиёсиро дар маъракаи интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ муҳим мегардонад, аммо аниқ аст, ки асоси илмии маркетинги интиҳоботиро ташаккул дода, дар бораи нақш ва аҳамияти оғози беҳадафӣ дар рафтори интиҳобкунандагон, таҳқиқи интизории сиёсии онҳо, афзалият додан ва ангеҷаҳо фаромӯш кардан нашояд. Бо ин сабаб маркетинги интиҳоботӣ дар як вақт ҳам илм ва ҳам санъатро муаррифӣ мекунад, ки низ ба фаҳмиши илмӣ ниёз дорад. Муҳимияти ба ҳисобгирии хусусиятҳо ва тамоюлҳои инкишофи ҷомеа, хусусиятҳои минтақавии ҳамкориҳои байниҳамдигарии ниҳодҳои давлатӣ,

ҷомеаи шаҳрвандӣ, нухбағони сиёсӣ ва миллий, роҳбарон ва ҳизбҳои сиёсӣ меафзояд. Инчунин нақши Воситаҳои ахбори омма дар системаи интиҳоботӣ, сохтори мудирияти ҷомеа, ки ҳамчун як наъми ВАО – миёнарави ин дигаргуниҳо баромад мекунад, боло меравад.

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

Иштироки шахсии унвонҷӯ дар дарёфти натиҷаҳои, ки дар рисола нишон дода шудаанд. Муаллифи диссертатсия шахсан дар муайян намудани муҳимият, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, натиҷаҳои асосии таҳқиқоти мазкур вобаста ба масъалаҳои ташакулёбии маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон иштирок намудаанд.

Мақсади асосии диссертатсия. Мақсади диссертатсия 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 маърақаи интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ, тақсимбандии бозори сиёсӣ, мавқегирии маҳсулоти сиёсӣ, нақши ВАО дар маърақаи интиҳоботӣ асоснок карда мешаванд, қатъӣ будани дастгоҳи зимни таҳқиқоти маркетинги сиёсӣ истифодашаванда ба низом дароварда мешавад.

Асоси методологии таҳқиқоти диссертатсиониро таҳқиқотҳои бунёдии олимони хориҷӣ, россиягӣ ва ватанӣ ташкил додаанд, ки ба таҳлили падидаи маркетинги сиёсӣ, таҳқиқотҳои оид ба назария ва усулҳои маркетинги сиёсӣ, технологияҳои сиёсӣ ва интиҳоботӣ (Т. Амблер, Ф. Гоулд, А. И. Ковлер, Е. Г. Морозова, С. А. Фаер), хусусиятҳои бозори сиёсӣ ва таъсири он ба сохтор ва хусусияти муносибатҳои сиёсӣ-ҳукуматӣ (П. Бурде, М. Вебер, Де Барделлен, В. Н. Иванов, Т. Р. Инглхарт, Д. Кола, Г. В. Осипов, А. С. Панарин, Ж. Т. Тощенко, В. А. Ядон), махсусияти ташкил ва гузарондани маърақаҳои гуногуни сиёсӣ, аз ҷумла интиҳоботӣ (О. П. Кудинов, Е. Малкин, А. А. Мирошниченко, Е. Сучков, Б. Ф. Усманов) ва рафтори иштирокчиёни бозори сиёсӣ (Г. Н. Артемов, Г. В. Голосов, В. Я. Гельман, С. Липсет, А. Ослон, Е. Б. Шестопал) бахшида шудаанд.

Дар ин маврид тарзи таҳлили системавӣ-функционалӣ истифода шудааст, ки ба баррасии маркетинги сиёсӣ-интиҳоботӣ ҳамчун зухуроти ягона, ҳамчун системаи идоракунии равандҳои сиёсӣ ва кушодани сохтор ва вазифаҳои маркетинги сиёсӣ дар маърақаи интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ имкон медиҳад.

Заминаи қонунгузорӣ ва амалии таҳқиқотро санадҳои меъёрии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Федератсияи Россия, асарҳои илмӣ олимони маъруфи хориҷӣ, россиягӣ ва ватанӣ, маълумотҳои гуногуни дар нашрияҳои даврии матбуотӣ ва шабакаи Интернет ташкил медиҳанд.

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

Муқаррароти асосии рисола (диссертатсия) ва маводи дар он умумигардонидашудаи таҷрибавӣ дар рафти таҳқиқотҳои минбаъдаи илмӣ масъалаи мазкур, дар тартиб додани дастурамалҳои илмӣ ва илмӣ-методӣ, дар хондани курсҳои махсус оид ба ҷомеашиносии сиёсӣ ва маркетинги сиёсӣ метавонанд истифода гарданд. Таҳлили гузаронда шуда ва тавсияҳои таҳиягардида дар таҷрибаи банақшагирӣ ва доир сохтани маърақаҳои интихоботӣ манфиатнок хоҳанд буд.

Навоариҳои илмӣ таҳқиқот аз инҳо иборат мебошад:

1. Таърифи маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ҳамчун фаъолият оид ба идоракунии раванди омӯзиш ва ояндабинии талабот ба “маҳсулот”-и сиёсӣ, созмон додани намудҳои нави он мутобиқи талаботҳо ва интизориҳои бозори сиёсӣ, боло бурдани ҷолибият ва пешбурди муваффақонаи “маҳсулот”-и мавриди ниёзбудаи сиёсӣ дар фазои интихоботӣ, бо истифодаи технологияҳои мутобиқ ва самараноки сиёсӣ-интихоботӣ, пешниҳод карда шудааст.

2. Чунин хусусиятҳои бозори муосири сиёсии ҷумҳурӣ, ба монанди ташаккулнаёфта ва маҳдуд будани шумораи иштирокдорони он, парокандагӣ, якрангӣ ва ё нофаҳмо будани барномаҳои сиёсӣ пешниҳодшаванда ва роҳҳои дигари масъалаҳои моҳияти иҷтимоӣ дошта, муайян карда шудаанд.

3. Махсусияти маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ дар Тоҷикистон нишон дода шудааст: мутобиқшавии сусти он ба шароитҳои иҷтимоӣ-сиёсии кишвар, доираи маҳдуди технологияҳои сиёсӣ-маркетингии истифодашаванда дар шароити рушднаёфта будани ҷомеаи шаҳравандӣ, фарҳанги шаҳравандӣ ва сиёсӣ, ки самаранокии маркетинги сиёсиро дар Тоҷикистони муосир кам мекунанд.

4. Хулоса дар бораи он бароварда шудааст, ки дар замони муосир таҳқиқотҳои сиёсӣ-маркетингӣ ва ояндабинии маърақаҳои сиёсӣ-интихоботӣ бовучуди зарур буданашон, ҳанӯз комилан инкишоф наёфтаанд, онҳо дар ҳолатҳои нодир ба таври маҳдуд, сода ва ғайрикасбӣ доир карда мешаванд.

5. Чунин махсусиятҳои истифодаи технологияҳои таҳия кардан ва пешбурди “маҳсулот”-и сиёсӣ ҳамчун содагӣ ва якрангии тавсифҳои имичии намудҳои пешниҳодшавандаи “маҳсулот”, паст кардани сифатҳои барномавӣ-сиёсӣ дар баробари пурзӯр намудани шахсигардонии он, водор кардани интихобкунанда ба интихоби эҳсосотӣ, на мақсаднокии “маҳсулот”-и сиёсӣ, истифодаи табиатан расмии фақат муоширатҳои нисбатан машҳури сиёсӣ (матбуот, интиқоли суроғавии маводҳои таблиғотӣ, тасарруфи варақагӣ, таблиғоти берунӣ), самтгирӣ ба созмон додани имичи сарварони

сиёсӣ, на ҳизбҳои сиёсӣ, истифодаи технологияи воситаҳои маъмурии ҳокимияти давлатӣ, ҷудо карда шудаанд.

6. Тарзи таҳқиқи мақсаднок, вазиравӣ, имичӣ, иттилоотӣ-таҳлилӣ ва захиравӣ ба арзёбии самаранокии маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ асоснок карда шудаанд, ки ҳамчун асос барои муайянкунии меъёрҳои ин самаранокӣ хизмат карда метавонанд.

Аҳамияти назариявӣ ва амалии диссертатсия аз он иборат аст, ки муқаррароти назариявӣ ва хулосаҳои диссертатсия барои ба таври густурда омӯхтани масоили пайдоиш ва рушди маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, нақши он дар идоракунии раванди маъракаҳои сиёсӣ ва интихоботӣ, мудирияти давлатии сиёсӣ ва таъсири он ба интихоби сиёсии интихобкунандагон имконият фароҳам меоранд.

Муқаррароти асосии диссертатсия ва маводи дар он умумигардонидашудаи таҷрибавиро метавон дар раванди таҳқиқоти минбаъдаи илмии масъалаи мазкур, дар тартиб додани дастурамалҳои илмӣ ва илмӣ-методӣ, дар хондани курсҳои махсус оид ба ҷомеашиносии сиёсӣ ва маркетинги сиёсӣ мавриди истифода қарор дод. Таҳлили гузаронидашуда ва тавсияҳои таҳиягардида дар таҷрибаи банақшагирӣ ва доир сохтани маъракаҳои интихоботӣ манфиатнок хоҳанд буд.

Асосҳои назариявии таҳқиқотро қорҳои илмии олимон ва муаллифон, ки дар шакли монографияҳо, дастурҳои таълимӣ, мақолаҳои илмии дар маҷалаҳои тақризшавандаи байналмилалӣ, инчунин асарҳои Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон, маҳзанҳои электроники интернетӣ ташкил менамоянд.

Қорҳои нашршуда ва автореферат мазмуни асосии диссертатсияро инъикос менамоянд.

Мақолаҳои илмии муаллиф, ки дар маҷалаҳои илмии тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нашр шудаанд:

Монография: [1-М] **Ҳабибов Д.А.** Миграционные процессы в Республике Таджикистан.-Душанбе. «Ирфон». 2015.104 с.

Мақолаҳо:

[2-М] **Ҳабибов Д.А.** Некоторые теоретические и практические вопросы государственного регулирования избирательной кампании (на примере Республики Таджикистан)// Вестник Университета(Российско-Таджикский (славянский) университет). 2016. №1(52). –С.114-119. ISSN: 2077-8325

[3-М] **Ҳабибов Д.А.** Маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ//Ахбори Институти фалсафа, сиёсатшиносӣ ва ҳуқуқи ба номи Баҳоваддинови АИ ҶТ.Душанбе. 2016. №4 –С. 81 – 86. ISSN 0235-005X.

[4-М] **Ҳабибов Д.А.** СМИ в качестве инструмента политического маркетинга в избирательной кампании// Вестник Таджикского национального университета. 2016.№2/1(193). –С. 297 – 303. ISSN 2413-5151

[5-М] Ҳабибов Д.А. Мафҳум ва намудҳои маркетинги сиёсӣ// Тоҷикистон ва ҷаҳони имруз. Маркази тадқиқоти стратегии Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон.2016.№1(51). С. 58 – 64. ISSN 2075 – 9584

[6-М] Ҳабибов Д.А. Политический маркетинг в избирательной системе// Вестник Таджикского национального университета. 2016. № 2/2(197). –С. 297 – 303. ISSN 2413-5151

Диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзӯи «Масъалаҳои ташаккули маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон», ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои сиёсӣ аз рӯи ихтисоси 23.00.02 – Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ пешниҳод гардидааст, кори илмӣ анҷомёфтаи бунёди буда, тамоми хусусиятҳои кори диссертатсиониро дар худ ифода менамояд.

Кори диссертатсионии мазкур ба Шӯрои таҳассусии 6D/КОА-001 назди Донишгоҳи миллии Тоҷикистон пешниҳод мегардад.

Хулоса дар бораи диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар маҷлиси кафедраи сиёсатшиносии Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи С. Айнӣ қабул гардидааст.


Дар маҷлис 14 нафар иштирок намуданд. Натиҷаҳои овоздиҳӣ: «тарafdор» - 14 нафар, «муқобил» - нест, «бетараф» - нест, протоколи № 4, аз 26 ноябри соли 2022.

Мудири кафедраи сиёсатшиносии
ДДОТ ба номи С. Айнӣ,
н.и.сиёсӣ, дотсент



Бедилзода Ҳ. К.

Котиби маҷлиси кафедра



Амиров Т. Ш.

Имзои Бедилзода Ҳ. К. ва
Т.Ш. Амировро тасдиқ менамоям:
Сардори раёсати кадрҳо ва
корҳои махсуси ДДОТ
ба номи С. Айнӣ



Мустафозода А.

« 26 » ноябри соли 2022