

«ТАСДИҚ МЕКУНАМ»
Ректори Донишгоҳи миллии
Тоҷикистон, д.и.и., профессор
Хушвахтзода К. Х. 
«16» _____ 2022 с.

ХУЛОСАИ

кафедраи сиёсатшиносии Донишгоҳи миллии Тоҷикистон

Диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзуи “Масъалаҳои ташаккули маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон” барои дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои сиёсӣ ба шиносномаи ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 23.00.02 - Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ мувофиқ аст.

Ҳабибов Д.А. соли 1992 факултети Шарқшиносии Донишгоҳи давлатии Тоҷикистонро аз рӯи ихтисоси филолог хатм намудааст. Соли 2014 факултети муносибатҳои байналхалқии Академияи дипломатии ФР-ро бо ихтисоси мутахассиси муносибатҳои байналмилалӣ хатм намудааст. Дар марҳалаи омода намудани диссертатсия Ҳабибов Д.А. аз соли 2015-2019 ҳамчун унвонҷӯи кафедраи сиёсатшиносии Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи Садрдин Айнӣ фаъолият менамуд. Ҳоло дар Вазорати корҳои хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон машғули кор аст.

Шаҳодатнома оид ба супоридани имтиҳони номзадӣ аз санаи 25-январии соли 2017, таҳти № 220 аз ҷониби Академияи илмҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон дода шудааст.

Роҳбари илмӣ - доктори илмҳои фалсафа, профессор Хидирзода М.У. дар Комиссияи марказии интиҳобот ва раёпурсии Ҷумҳурии Тоҷикистон фаъолият менамояд.

Вобаста ба натиҷаи муҳокимаи рисола хулосаҳои зерин қабул гардиданд:

Аҳамияти назарияи маркетинги сиёсӣ пеш аз ҳама бо талаботи умумӣ ба таҳқиқотҳои илмӣ 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 ҳаёти сиёсии кишвар табдил меёбад. Муҳимияти мавзуи 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. Аз назари муаллиф, сабаби якуми вазъияти мазкур, пеш аз ҳама, ба табиати маркетинги сиёсӣ алоқаманд аст. Дар доираи илмҳои сиёсӣ, маркетинги сиёсӣ як қисми ба истилоҳ дар “сиёсатшиносии амалӣ” қарор дорад ва аз ин сабаб онро ба қисми технологии ҳаёти сиёсӣ нисбат додан мумкин аст. Сабаби дигари нокифоя таҳқиқ шудани мавзӯи мазкур дар он ифода меёбад, ки густариши маркетинги сиёсӣ дар солҳои 90-уми асри XX дар ҳудуди Иттифоқи Советӣ, аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон масъалаҳоеро дар миён гузошт, ки дар кишварҳои Ғарб дучор намегарданд.

Муҳимияти мурочиат ба ҷанбаи усулии таҳқиқоти мавзӯи мазкур аз он сабаб аст, ки мафҳуми маркетинги сиёсӣ ва мафҳумҳои дар таҳқиқоти маркетинги сиёсӣ истифодашаванда дар сиёсатшиносии ватанӣ мансубият доранд.

Дар шинохти вобастагии умумии маркетинги сиёсӣ аз маркетинги тиҷоратӣ, мақсаднокӣ гузарондани як қатор мафҳумҳои бозори тиҷоратӣ ба мафҳумҳои бозори сиёсӣ бармеояд, ки омӯзиши тамоми равандҳо ва амалиётҳо бар асоси он дар назария ва амалияи маркетинги сиёсӣ лаҳзаӣ аввал мебошад. Тибқи таърифи дақиқи маркетинги британиягӣ О. Шонесси, - барои он ки истилоҳи «маркетинги сиёсӣ маъно дошта бошад (арзиши тавсифӣ), он бояд аксарияти равандҳои дар маркетинги тиҷоратӣ дохилшударо – таҳқиқот, таблиғот, интиқоли суроғавӣ, идоракунии маҳсулот ва ғ. нусхабардорӣ кунад». Тавсеаи ин қисми маркетинги сиёсӣ бо хусусияти ташаккулёбии бозори сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва нақши умумии ҳамаи навъҳои маркетинг муайян карда мешавад.

Маркетинг дар аввали солҳои 90-уми асри XX дар ҷумҳуриҳои собиқ шӯравӣ, аз ҷумла дар Тоҷикистон ҳам пайдо гардид, ки бо оғози амалишавии ислоҳоти бозорӣ, доир гардидани гузаришҳои амиқи сиёсӣ-ҳокимиятӣ ва барқароршавии ниҳоди интихобҳои демократӣ вобаста мебошад. Ҳамзамон, ташаккулёбии босуръати бозори сиёсӣ чараён дошт, ки пайдоиши иштирокчиёни нави бозор дар симои ҳизбҳои сиёсӣ, ҳаракатҳои ҷамъиятӣ-сиёсӣ ва роҳбарони онҳо, инчунин номзадҳои мустақил, ки барои ниҳодҳои намоёндагӣ дар тамоми сатҳҳо даъво доштанд ва дар муборизаи рақибона зимни интихоботҳо ширкат мекарданд, аз он шаҳодат меод.

Суръати баланд ва рақобатпазирии раванди интихоботии миёнаи солҳои 90-уми садсолаи бистум табиатан масъалаи барҳурди

маркетинги дар ташкил ва гузаронидани интихоботҳои озод, шаффоф, рақобатпазир, ки бо назария ва амалияи он дар кишварҳои собиқ шӯравӣ ҳанӯз касе ошно набуд, муҳим гардониданд. Аз ин сабаб интихоботҳои аввалин дар ин кишварҳо бо иштирок ва ёрии мутахассисони ғарбӣ доир гардиданд, ки дар рафти онҳо таҷрибаи татбиқи технологияҳои маркетинги сиёсӣ бе мутобиқгардонӣ ба шароит ва зехнияти овоздиҳандагон истифода гардид. Дар Тоҷикистон, бо сабаби вазъияти мураккаби ҷамъиятӣ-сиёсии солҳои 90-уми асри XX, замоне ки саноат ва хоҷагии деҳот бар асари ҷанги шаҳрвандӣ аз байн рафт, сиёсӣшавии аҳоли ба ҳадди ниҳони худ расид, дар кишвар на маркетинги бозорӣ, балки маркетинги сиёсӣ афзалият ёфт, ки замина барои он раванди гуфтушунид байни ҳукумати конститутсионӣ ва муҳолифони мусаллаҳи исломӣ, бо миёнаравӣ ва иштироқи ташкилотҳои байналхалқӣ, кишварҳои кафил ва албатта маъракаи интихоботӣ, гардида буд. Эҳтимолан, маҳз ба шарофати истифодаи оқилонаи технологияҳои гуногуни маркетинги сиёсӣ, ба иштирокчиёни гуфтушунидҳо ба даст овардани сулҳу ризоият дар кишвари мо муяссар гардидааст.

Мақсади таҳқиқоти диссертатсиониро асосноккунии маркетинги сиёсӣ ҳамчун раванди табиӣ, вале барои Ҷумҳурии Тоҷикистон раванди сиёсии нав, ки бо мантиқи худ ва талабот ба ҳаёти сиёсӣ фарқ мекунад, амал намуда ба маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интихоботӣ ва маъмурияти давлатӣ, тақсимбандии бозори сиёсӣ, мавқеъгирии молҳои сиёсӣ, нақши ВАО дар маъракаи интихоботӣ асоснок карда мешаванд, қатъӣ будани дастгоҳи зимни таҳқиқоти маркетинги сиёсӣ истифодашаванда ба низом дароварда мешавад.

Вазифаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ 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 интихоботӣ;
- таҳлил кардани таҷриба ва масъалаҳои муҳими омӯзиши маркетингӣ ва ояндабинии тамоюлҳои бунёдёбии бозори сиёсӣ;

- омӯхтани хусусиятҳо ва масъалаҳои истифодаи технологияҳои маркетингӣ дар тақсимбандии бозори сиёсӣ, таҳияи «маҳсулот»-и сиёсӣ дар бозори сиёсӣ;

- баррасии нақши Воситаҳои ахбори омма ҳамчун абзори 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 рӯовариҳои назариявӣ ва ҳулосаҳои рисола барои ба таври густурда омӯхтани масоили пайдоиш ва рушди маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, нақши он дар идораи раванди маъракаҳои сиёсӣ ва интиҳоботӣ, идоракунии давлатӣ ва сиёсӣ ва таъсири онҳо ба интиҳоби сиёсии интиҳобкунандагон имконият фароҳам меорад.

Рӯовариҳои 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 интиҳоботӣ манфиатнок хоҳанд буд.

Асосҳои методологии тадқиқотро муносибатҳои ташкил медиҳанд, ки тарзи таҳлили системавӣ-функционалӣ истифода шуда, ба баррасии маркетинги сиёсии интиҳобот ҳамчун зухуроти ягона, ҳамчун системаи идоракунии равандҳои сиёсӣ ва муайян кардани сохтор ва вазифаҳои маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳоботӣ ва идоракунии сиёсӣ имкон медиҳад.

Заминаи қонунгузорӣ ва амалии таҳқиқотро санадҳои меъёрии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Федератсияи Русия, асарҳои илмии олимони маъруфи хориҷӣ, россиягӣ ва ватанӣ, маълумотҳои гуногуни дар нашрияҳои даврӣ ва шабакаи Интернет интишорёфта ташкил медиҳанд.

Навгониҳои илмии таҳқиқоти мазкур аз он иборатанд, ки 1. Таърифи маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳоботӣ 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 интиҳоботӣ, бо истифодаи технологияҳои мутобиқ ва самараноки сиёсӣ-интиҳоботӣ, 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 интиҳоботӣ 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 рушнаёфта будани ҷомеаи шахрвандӣ, фарҳанги шахрвандӣ ва сиёсӣ, ки самаранокии маркетинги сиёсиро дар Тоҷикистони муосир кам мекунад.

4. Хулоса дар бораи он бароварда шудааст, ки дар замони муосир таҳқиқотҳои сиёсӣ-маркетингӣ ва ояндабинии маъракаҳои сиёсӣ-интиҳоботӣ бовучуди зарур буданашон, ҳанӯз қомилан инкишоф наёфтаанд, онҳо дар ҳолатҳои нодир ба таври маҳдуд, сода ва ғайрикасибӣ 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 интиҳобкунанда ба интиҳоби эҳсосотӣ, на мақсадноки “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, вазифавӣ, имичӣ, иттилоотӣ-таҳлилӣ ва захиравӣ ба арзёбии самаранокии маркетинги сиёсӣ дар маъракаи интиҳоботӣ ва мудирияти давлатии сиёсӣ асоснок карда шудаанд, ки ҳамчун асос барои муайянкунии меъёрҳои ин самаранокӣ хизмат карда метавонанд.

Натиҷаҳои таҳқиқот метавонанд дар идомаи раванди коркарди назариявии масъалаҳои асосии маркетинги сиёсӣ бо хусусиятҳои ташаккули бозори сиёсӣ дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон дар назар дошта мешавад. Тавсия карда мешавад, ки ба равандҳои иҷтимоӣ-сиёсии ҷомеа, баҳои объективӣ дода шаванд, баъдан доираҳои масъул

дар умум муносибати таҳқиқшудаю санчидашудаи илмиро нисбати падидаҳои ҳассоси маркетинги сиёсӣ ихтиёр намоянд.

Дар зимни ин метавон маводҳои рисолаҳо дар таълими фанҳои сиёсатшиносӣ, сиёсатшиносии амалӣ, мочарошиносӣ, асосҳои менеҷменти сиёсӣ ва равандҳои сиёсии ҷаҳонӣ ба сифтаи таълими курси махсус истифода намуд.

Қорҳои нашршуда ва автореферат мазмуни асосии диссертатсияро инъикос менамоянд.

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

1-М. Ҳабибов Д.А. Миграционные процессы в Республике Таджикистан. -Душанбе. «Ирфон». 2015.104 с.

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 интиҳоботӣ// Аҳбори 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

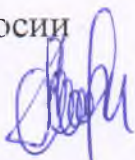
Диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар мавзӯи: “Масъалаҳои ташаккули маркетинги сиёсӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон”, ки барои дарёфти дараҷаи илмии номзади илмҳои сиёсӣ аз рӯи ихтисоси 23.00.02 – Ниҳодҳо, равандҳо ва технологияҳои сиёсӣ пешниҳод гардидааст, қори илмии анҷомёфтаи бунёди буда, тамоми хусусиятҳои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

Кори диссертатсионии мазкур барои ҳимоя дар Шурои диссертатсионии 6Д.КОА.001 назди Донишгоҳи миллии Тоҷикистон пешниҳод карда шавад.

Хулоса дар бораи диссертатсияи Ҳабибов Далер Абдуллоевич дар маҷлиси кафедраи сиёсатшиносии факултети фалсафаи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон қабул гардидааст.

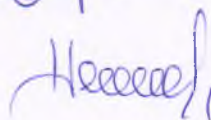
Дар маҷлис 15 нафар иштирок намуданд. Натиҷаҳои овоздиҳӣ: «тарafdор» - 15 нафар., «муқобил» - нест, «бетараф» - нест, протоколи №6, аз 14 декабри соли 2022.

Мудири кафедраи сиёсатшиносии
факултети фалсафаи ДМТ
н. и. с., дотсент



М.М. Абдулҳақов

Котиби маҷлиси кафедра



У. Исаев.

Имзои М.М. Абдулҳақов
ва У. Исаевро тасдиқ менамоем



Сардори раёсати кадрҳо
ва қисми махсуси ДМТ



Э.Ш. Тавқиев

«14» декабри соли 2022.