

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

2007 № 11 (116)

Главный редактор:

Владимир Боушев

Зам. главного редактора:

Валерия Михалюк

Научные консультанты:

Андрей Савельев

Леонид Кириченко

Геннадий Марченко

Григорий Чудновский

Корректор:

Эдит Соломахина

Учредитель и издатель:

Агентство BCI Marketing

Ген. директор:

Владимир Боушев

Адрес редакции: 107392, Москва,
ул. Малая Черкизовская, 66

Телефон/факс: (499) 168 3093,
(495) 956 7027

E-mail: info@bci-marketing.ru;

http: [//www.bci-marketing.ru](http://www.bci-marketing.ru)

Приложение к журналу
«Практический маркетинг»
(зарегистрирован в Гос. Комитете РФ по печати.
Свидетельство о регистрации
№ 016349 от 11.07.1997 г.
Перерегистрировано в Министерстве РФ по
делам печати, телерадиовещания и средств
массовой коммуникации.
Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-11651 от 21.01.2002 г.)

Тираж 900 экз.
Распространяется по подписке.
Подписной индекс: 43239 (Объединенный
каталог «Пресса России»)
80020 (Каталог «Роспечать»)

Перепечатка с разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Исследовательская группа «Циркон»;

Государственный университет — Высшая школа экономики (ГУ ВШЭ)

Динамика финансовой активности населения России 2000—2007. Аналитический доклад .	4
Введение	4
1. Условия (контекст) финансовой активности населения России в 2006—2007 годах ...	5
1.1. Социально-политический контекст	5
1.2. Социально-экономический контекст	8
1.2.1. Положение дел в экономике	8
1.2.2. Экономическое положение населения	16
1.3. Правовой контекст	18
1.3.1. Система страхования вкладов	19
1.3.2. Кредитование физических лиц	20
1.3.3. Нововведения в жилищной сфере	20
1.3.4. Трехлетний бюджет России	21
2. Динамика объективных индикаторов финансовой активности населения	22
2.1. Доходы	23
2.2. Расходы	25
2.3. Накопления	27
2.4. Банковские кредиты	28
3. Динамика субъективных индикаторов финансовой активности населения	29
3.1. Тренды субъективных самооценок материального положения населения	30
3.2. Формы и виды финансовой активности населения	36
3.3. Сбережения как основа финансовой активности	42

ПОЛИТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ

И. Тогунов

Опыт использования интегрированной модели организации в понимании формы и сущности государства как маркетинговой системы	46
1. Является ли государство симметричной маркетинговой системой?	46
2. Некоторые определения государства и глоссарий элементов и характеристик его составляющих	49
3. Соотношение характеристик и элементов концептуальной модели организации и системной (организационной) модели государства	52
4. Логика взаимосвязей элементов и характеристик в системной модели государства ...	52
5. Системная маркетинговая модель организации как инструмент вскрытия и понимания объективного соответствия элементов и характеристик, определяющих сущность государства	54

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

С. Радкевич («НИККОЛО М»)

Парламентские выборы во Франции 10, 17 июня 2007 года	62
Комментарий департамента аналитики «НИККОЛО М»	70

А. Вуйма

Основная причина провала антиоранжевой революции в Грузии	74
---	----

НАУЧНЫЕ КОНФЕРЕНЦИИ, СЕМИНАРЫ, СОБЫТИЯ

Российская ассоциация политической науки (РАПН)

Новости РАПН	76
--------------------	----

IV Международная межвузовская научная конференция «Россия и современный мир: проблемы политического развития»	80
--	----