

культета управления Института правоведения и предпринимательства, кандидатом экономических наук, доцентом Дроздовым Олегом Александровичем в 2009 году. Данное издание является лауреатом Всероссийского конкурса на лучшую научную книгу 2009 года среди преподавателей высших учебных заведений и научных сотрудников научно-исследовательских учреждений.

В монографии исследованы современные способы и приемы анализа финансовых результатов деятельности предприятия. Уточнена система показателей финансовых результатов деятельности предприятия. Сформирована система количественных показателей качества финансовых результатов деятельности предприятия. Обоснованы, разработаны и в основных элементах апробированы комплексные методики анализа абсолютных и относительных показателей финансовых результатов деятельности предприятия.

В состав монографии, кроме введения, заключения, приложений, списка литературы, входят три главы: 1) Теоретико-методологические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия; 2) Процедуры анализа финансовых результатов деятельности предприятия (на примере ОАО «Пилигрим»); 3) Анализ рентабельности деятельности предприятия. Благодаря такой структуре, автору удалось подробно раскрыть сущность, особенности и содержание анализа финансовых результатов деятельности предприятия.

Автором проработано большое количество теоретического материала с привязкой к практике: все процедуры подкреплены расчетами, результаты которых визуализированы. В монографии представлено большое количество рисунков, диаграмм, графиков, таблиц, что способствуют лучшему усвоению материала.

Данное научное издание может быть рекомендовано для использования в образовательном процессе для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» по

дисциплинам: «Финансовый анализ», «Финансовый менеджмент», «Антикризисное управление» и др.

### **ФЕНОМЕН ЭТНОЭКОНОМИКИ: УСТОЙЧИВОСТЬ, САМОРАЗВИТИЕ, ДИНАМИКА**

**Печура О.В.**

*Уральский государственный  
экономический университет  
Екатеринбург, Россия*

Обобщаются различные воззрения ученых на этноэкономические процессы, формулируется авторское видение этноэкономики как области научно-практической деятельности, этноэкономические явления исследуются с помощью комплексного, междисциплинарного подхода, устанавливаются их основные черты и свойства. Феномен этноэкономики изучается на региональном уровне, определяются общие контуры и структура этноэкономики открытого полиэтнического региона, рассматриваются опубликованные методики оценки этноэкономических явлений, предлагается методический инструментарий для количественной характеристики региональной этноэкономики.

Для научных и практических работников, аспирантов и студентов, специалистов, занимающихся вопросами регионального развития и управления.

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫМ БИЗНЕСОМ**

**Сироткина Н.В.**

*Воронеж, Россия*

Монография является результатом научных и практических исследований в области разработки эффективных подходов к управлению рекламными компаниями, ассоциациями рекламных агентств и органов управления рекламным бизнесом на основе комплексного и

системного использования в практике управления средств и методов маркетинга. В монографии рассматриваются методические подходы к проведению диагностики участников рынка рекламы и выпускаемой ими продукции, разрабатываются перспективные приемы эффективного ведения рекламного бизнеса в соответствии с концепцией маркетинга.

Несмотря на многовековую историю рекламы, рекламный бизнес в России насчитывает не более двадцати лет, что, однако, не мешает констатировать тот факт, что к настоящему времени в нашей стране сложился и успешно развивается рынок рекламы. Так, по итогам 2008 г. рынок outdoor-индустрии в России превысил 2,0 млрд. рублей, что позволило нашей стране оказаться на третьем месте в Европе по объемам наружной рекламы.

Учитывая то, что продуктом рекламного бизнеса является реклама, исследуемая отрасль оказывается в наибольшей степени подверженной влиянию всевозможных факторов конкурентной среды и изменениям рыночной конъюнктуры. Негативные явления в экономике приводят к снижению спроса со стороны производителей товаров и услуг на рекламную продукцию, что сказывается на объемах реализации и подчеркивает важность и значимость рекламы. При этом сам рекламный бизнес представляет собой сложный и противоречивый процесс, нуждающийся в совершенствовании механизмов управления и научно-методического обеспечения.

Следует заметить, что рекламный бизнес развивается экстенсивно, а его эффективность зависит главным образом от роста цен на рекламу, носящего стохастический характер. В этой связи крайне актуальной становится разработка комплекса мероприятий, ориентированных на интенсификацию процессов внутри отрасли за счет активизации маркетинговых механизмов управления рекламным бизнесом.

Становление и развитие рекламного бизнеса в нашей стране стремительно происходило на протяжении последних двадцати лет и привело к

появлению отрасли, отличающейся высокой конкуренцией и ежегодным увеличением объемов производимой продукции и оказываемых услуг. Так, например, к началу 2009 г. общее количество поверхностей наружной рекламы в 50 крупнейших городах России достигло 192 000, а их общая площадь составила 3,2 млн кв. м. В индустрии рекламы в настоящее время работает около 900 компаний-контракторов, подавляющую часть которых составляют малые и средние компании, присутствующие на региональных рынках.

Высокая конкуренция, концентрация и консолидация рекламных компаний побуждает исследователей разрабатывать инновационные подходы к управлению рекламным бизнесом.

Монография предназначена для научных и административных работников, экономистов, руководителей производства, аспирантов, соискателей и студентов, обучающихся по экономическим специальностям.

## СОЦИАЛИЗИРОВАННОСТЬ МИРОВОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

**Скулкин М.Р.**

*Уральский государственный  
экономический университет  
Екатеринбург, Россия*

Монография посвящена анализу социализированного типа современной мировой цивилизации, который формируется в настоящее время. В ходе социализации разных стран на основе внедрения двухфакторной экономической системы (бинарной экономики) увеличивающийся совокупный спрос способен обеспечить непрерывный качественный экономический рост мировой экономики. Социализированность мировой цивилизации способствует достижению основных целей экономического развития, формирует новый прогрессивный мировой порядок в условиях многополярного мира.

Книга рассчитана на широкий круг читателей.