

*Таблиця 1*

**Стратегии рекламных компаний**

		Содержание	
		Информация	Образы/символы
<b>Цель</b>	Сохранение	Информационно-ориентированная стратегия сохранения позиции марки или компании	Образно-ориентированная стратегия сохранения позиции марки или компании
		<i>Пример: Mercedes-Benz на протяжении 30 лет компания передаёт одно и то же информационное сообщение («The best or nothing»)</i>	<i>Пример: марка «Nesquik» с её зайцем Квики</i>
	Изменение	Информационно-ориентированная стратегия изменения имиджа марки	Образно-ориентированная стратегия изменения имиджа марки
		<i>Пример: «Seven-Up» проинформировала потребителей, что в напитке нет кофеина</i>	<i>Пример: реклама депозитных вкладов МТБанка, где белки символизируют белорусские рубли</i>

Информационное сообщение (реклама) передается с помощью рекламных атрибутов (средств рекламы). К ним относят:

- сообщения по радио, телевидению;
- размещение информации в газетах, журналах, специальных листовках (флаеры, вкладыши в почтовые ящики, вкладыши в газетах и пр.);
- внешняя реклама (автомобильные баннеры, тумбы с афишами, растяжки над дорогой и др.);
- интернет-сообщения, контекстная реклама, телефонная реклама (спам, SEO, сообщения о скидках и пр.).

Отдельно от рекламы можно выделить публицити – это пресс-релизы, сообщения компании, специальные мероприятия.

**Список использованных источников:**

1. Марк Тангейт. Мужские бренды: создание и продвижение товаров для сильного пола: перевод с английского/ Марк Тангейт. – 2-е изд. – Москва: Альпина Паблицер, 2016. – 212 с.
2. Музыкант В.Л. Брендинг: управление брендом: Учеб. Пособие. – Москва: РИОР ИНФРА-М, 2016. – 316 с.
3. Генри Ассэль. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – Москва: ИНФРА-М, 1999. – XII, 804 с.

**Stadnyk Viktoriua**

Ph.D. Economics., Senior Lecturer the

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine of the

«Nizhyn Agrotechnical Institute»

Nizhyn, Ukraine

**THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN PROVIDING SOCIAL AND  
ECONOMIC SAFETY OF AGRICULTURAL ENTERPRISE**

The scientific and practical issues of the study of the safety of activities, assessing its level and finding ways to ensure it will always be relevant and acute in the economic activities of enterprises. With the development of the management theory and the changing features and

conditions of management, the scientific plane of the security science is expanding, in particular, the conceptual views on the security of the enterprise, its foundation and basic principles, as well as the means of its security, are changing. Among the numerous security studies, the most widespread research today is the economic security of the enterprise [1, p. 100].

Over time, the socio-economic conditions of the external and internal environment have changed the requirements for managing the economic security of the enterprise. Today, in the times of a socially oriented economy and knowledge economy, when a person is no longer a resource, and a key participant in the enterprise, it is necessary to talk about the socio-economic security of the enterprise.

Under the socioeconomic security of the enterprise it is proposed to understand the state of the company's security against external and internal threats, which is achieved by harmonizing and reconciling its interests in accordance with the interests of the subjects of the internal and external environment in time and space.

Adding the definition of «socially» is the result of the evolution of management theory, the recognition of the social priority of the functioning of socio-economic systems, that is, targeting the needs and interests of society and individual. The human factor is the most unpredictable and most influential on the enterprise's activity [4, p. 12].

And the main purpose of the activity of any economic system is to meet human needs through the use of limited resources. An important component of ensuring the socio-economic security of the enterprise is the harmonization of the interests of each employee of the enterprise with the interests of the enterprise, directing the human potential of the enterprise to achieve the defined goals of the operation of the enterprise.

Recently, the desire of many large companies, both international and national, to take on additional social obligations has sharply increased [6, p. 102].

As business practice has shown, social orientation positively affects the assessment of the company by the employees themselves, promotes more stable and longer-lasting relationships with clients and, finally, leads to greater respect from business partners and authorities. All this can only positively affect the tools of ensuring the socio-economic security of the enterprise. In many countries with a developed market economy, social obligations have become part of the culture and enterprise policies, often enshrined in relevant documents.

Corporate social responsibility is a form of corporate responsibility to society, when the purpose of entrepreneurial activity is determined not only by economic indicators of efficiency, but also implementation of various kinds of social tasks. Awareness of the need for actions of social orientation of activities is conditioned, first of all, by the fact that the company belongs to society, but the initiation of social behavior is determined by internal factors, namely: strategic goals of the enterprise, a certain level of development of corporate culture, awareness of leadership of the role and place of the enterprise in public life, and so on.

In other words, social responsibility characterizes the level of voluntary response of the organization to the social problems of society, existing outside the law or regulations specified by the regulatory authorities [7, p. 218].

In modern economic literature, the term «social responsibility» is used in two aspects: firstly, as a social activity of a company aimed at the external environment and aims to create a pleasant image in the eyes of the local community, in particular, the authorities; and secondly, as the provision of social benefits from the company's management to its employees. In both cases, the source of social benefits is the economic activity of the enterprise. And in both cases, the level of social orientation of the enterprise will play a significant role both in direct and indirectly ensuring the socio-economic security of the enterprise.

Consequently, in modern economic conditions, one of the effective mechanisms of increasing the competitiveness of enterprises, their investment attractiveness, loyalty of the target audience, the state and society as a whole is socially responsible behavior. Modern market systems encourage

players who not only ethically achieve their main goal - profit, but also invest in the implementation of social projects aimed at creating a public value. Implementation of the principles of corporate social responsibility in harmonization of interests is the most important and key condition for ensuring the socio-economic security of enterprises.

**References:**

1. Aref'eva O.V. Planning of economic security of enterprises / O.V. Arefiev, T. B. Kuzmenko. - Kyiv: View Europe. Un-th, 2005. - 170 p.
2. Modeling of economic security: state, region, enterprise: [monograph] / [ed. V. M. Heyets]. - Kharkiv: Inhek, 2006. - P. 43-46.
3. Ilyashenko SN Components of economic security of the enterprise and approaches to their assessment / SN Ilyashenko // Current problems of the economy. - 2003. - No. 3. - December 12-19.
4. Kovalev D. Economic security of the enterprise / D. Kovalev, T. Sukhorukov // Economy of Ukraine. - 1998. - No. 10. - С. 48-52
5. Tolkunova I. The phenomenon of confidence as a determinant of activity. // Social Psychology. - 2011. - №3 (17). P.102-107.
6. Rudinchenko E.M. Threat, risk, danger: the essence and interconnection with the system of economic security of the enterprise / E.M. Rudnichenko // Economy. Management. Entrepreneurship. - Lugansk 2013. - No. 25 (I). - P. 188-195.
7. Chornaya A.M. The essence and causes of the threat of resource provision in the system of economic security of the enterprise / AM Chornaya // Bulletin of the East-Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl. - Lugansk: SNU them. V. Dal, 2013. - No. 1 (190). - P. 216-129.

**Сумаревич Юлия**  
студент

**Зглюй Татьяна**  
старший преподаватель  
Полесский государственный университет  
г. Пинск, Республика Беларусь

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ  
БЕЛАРУСЬ**

В Республике Беларусь леса являются одним из основных возобновляемых природных ресурсов и одним из главных природных богатств страны. Они имеют огромное значение для устойчивого социально-экономического развития страны, обеспечения ее экономической, экологической, продовольственной и энергетической безопасности. Эффективности использования лесных ресурсов оценивается с помощью следующих критериев: 1) поддержание и сохранение продуктивной способности лесов; 2) сохранение и поддержание биологического разнообразия лесов; 3) поддержание жизнестойкости и санитарного состояния лесов; 4) использование лесных ресурсов.

Динамика всех представленных в таблице показателей лесного фонда положительная. За указанный период общая площадь земель лесного фонда возросла на 798,7 тыс. га., площадь покрытых лесом земель увеличилась на 887,7 тыс. га., лесистость возросла на 4,3%. Такой рост показателей является результатом эффективной работы лесных хозяйств, которые занимаются охраной, учетом и воспроизводством лесов.

По возрастным критериям площадь, покрытая лесом, состоит из: спелых насаждений, приспевающих насаждений, средневозрастных насаждений и молодняков (рисунок 1). Процент спелых и приспевающих насаждений невелик, их дефицит определяет возможность дальнейшей эксплуатации лесных ресурсов.