

Д. Аакер визначає капітал бренду як сукупність активів (або пасивів), пов'язаних з марочною назвою і символом, яка збільшує (або зменшує) цінність товару (продукції або послуги) для фірми або для клієнтів цієї фірми. Ф. Котлер і К. Келлер розглядають бренд як «пропозиція цінності від відомого джерела, де цінністю є все те, що може бути запропоновано покупцеві для задоволення його потреби».

На думку Девіда Хейга, директора лондонської консалтингової компанії Brand Finance і члена наукової ради Інституту маркетингу (Великобританія), активами бренду, здатними нарощувати його капітал, є: імена брендів і доменні імена, товарні знаки і символи, права на дизайн, оформлення товару, упаковка, авторські права на пов'язані з брендом кольору, запахи, логотипи, рекламні образи і тексти. Ці елементи формують капітал бренду.

Отже можна зробити висновок, що бренди (корпоративні або товарні в складі корпоративного портфеля брендів) відіграють все більш значущу роль як керовані активи, що приносять фірмі прибуток і виступають в якості джерела зростання акціонерної вартості компаній. З фінансової точки зору створення бренду є інвестиційним рішенням, яке має окупатися. Бренд має серйозну матеріальну силу, щоб впливати не тільки на свідомість споживача, а й впливати на повсякденне життя споживачів товарів і послуг.

УДК 911.3

*Л.М. Потапюк, канд. пед. наук, доц. (Луцький НТУ, Луцьк)*

*О.А. Масовець, здоб. вищ. осв. (Луцький НТУ, Луцьк)*

### **ВІРТУАЛЬНІ ТУРИ ЯК ЗАСІБ ЗВ'ЯЗКУ НАУКОВЦІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ**

Сьогодні в час бурхливого розвитку інформаційних технологій 3D тури, як ніколи, стали популярними в різноманітних галузях людської діяльності: від сфери послуг до наукових досліджень.

Віртуальні тури дозволяють бачити і переглядати навколишнє середовище не подорожуючи безпосередньо до місця знаходження. Через 3D тури люди отримують інформацію та досвід, які в інший спосіб не можуть бути доступними, попередньо переглянувши місцезнаходження до фактичного відвідування і зробити більш обґрунтовані висновки та вибір.

Станом на серпень 2006 року трохи більше половини американських дорослих користувачів Інтернету (51%) здійснили віртуальні тури різноманітними локаціями в Інтернеті. Це становить приблизно 72 млн. людей, які скористалися Інтернетом для вивчення інших галузей знань. У звичайний робочий день понад 5 млн. людей віртуально проводять екскурсії в кіберпросторі (приблизно 2 млн. за дослідженням 2004 року).

У рамках загальнонаціонального проекту Pew Internet&American Life такі результати були отримані шляхом телефонного опитування. До опитування було залучено 2928 дорослих, з них 1018 були користувачами Інтернету. Похибка у вибірці Інтернету складала плюс або мінус три відсоткових пункти [1].

На противагу США в Україні віртуальні тури лише набувають популярності. У нас їх зазвичай використовують SEO-маркетологи з метою реклами.

У своєму дослідженні ми акцентуємо увагу на дещо іншу сферу застосування цієї технології. Так, за кордоном віднедавна наукові лабораторії, в яких проводяться досліді над тваринами, в нашому випадку над мишами, почали створювати віртуальні тури. Цим займається Британське товариство Understanding Animal Research (дослівно перекладається як «розуміння досліджень над тваринами»). Це неприбуткова організація, яка пояснює, чому тварин залучають до медичних та наукових досліджень. Представники цієї організації прагнуть донести до громадськості важливість гуманного використання тварин у медичних, ветеринарних, наукових та екологічних дослідженнях Великобританії. Товариство фінансується своїми партнерами, серед яких є університети, професійні товариства, промисловість та благодійні організації [3].

Інформація, яка надана Understanding Animal Research, базується на детальному дослідженні та розумінні історичних й наукових фактів.

MRC Harwell (медико-дослідницький центр) є одним із п'яти переможців у номінації Openness Award від Understanding Animal Research. У цьому медико-дослідницькому центрі вчені для того, щоб зрозуміти зв'язок між генами та хворобами, вивчають генетику мишей. Вони модифікують їх, додають та видаляють гени, а також використовують модифікованих гризунів, щоб зрозуміти процеси захворювання, які трапляються, коли ген не працює. MRC Harwell є однією із мереж закладів світового класу, який проводить досліді над 30 тис. мишами [2].

До проекту MRC Harwell залучили Брайтонський інститут, Брістольський і Оксфордський університети для того, щоб відкрити на

їхній території власні лабораторії зі створення віртуальних турів типу Lab Animal Tour (тур лабораторією тварин).

Експериментальний «театр» тварин – це як «перегляд вулиць», який нам добре відомий з Google Maps. Він був створений в чотирьох об'єктах дослідження тварин у Великобританії. У рамках цього проекту було відзнято 60 панорамних сюжетів, з них 35 відеокліпів про генних інженерів та вчених [4]. Глядачі можуть пересуватись через приміщення Центру Марії Ліону в MRC Harwell, щоб оглянути приміщення у віртуальній реальності, де доглядають за мишами і проводяться наукові експерименти.

Доктор Сара Уеллс, директор MaryLyon центру в MRC Harwell, зауважила, що «ми дуже раді, що отримали нагороду від Understanding Animal Research за відкритість у дослідженні тварин в знак визнання нашої участі в проекті Lab Animal Tour. Цей віртуальний тур – це лише одна з багатьох подій та ініціатив, яку MRC Harwell пропонує широкій громадськості для заохочення обговорення та відкритості щодо використання тварин у медичних дослідженнях, включаючи тури, відкриті дні та відвідування шкіл» [2]. Аналогічні тури були створені в зазначених вище університетах. Яка користь від них для студентів? Ці 3D тури дають потужну практичну основу до наукового компонента навчальної програми курсів для здобувачів вищої освіти ступеня вищої освіти «Бакалавр» з біологічних наук.

Віртуальний тур, який був впроваджений у згаданому вище медико-дослідницькому центрі, включає в себе відео з технічними фахівцями, які розповідають про те, як вони доглядають за своїми тваринами і чому дослідження над тваринами проводяться саме так, а не інакше.

Таким чином, переймаючи досвід закордонних партнерів, українські наукові лабораторії також можуть відкрити завісу своїх досліджень, створюючи такі самі 3D тури.

Яку користь може принести впровадження віртуального туру для наукових закладів? На нашу думку, впровадження віртуального туру для закладів вищої освіти матиме такі переваги: 1. Дослідницька лабораторія виглядатиме набагато оригінальніше і привабливіше, істотно виділяючись на фоні конкурентів. 2. 3D тури істотно підвищать інтерес до того, чим займаються в лабораторії, що в свою чергу може залучити потенційних інвесторів. 3. Віртуальні 3D тури доступні цілодобово. Інтернет-користувачі в будь-який момент можуть детальніше ознайомитися з усією інформацією, яка їх цікавить. На впровадження таких турів затрачається небагато часу, проте вони є надзвичайно актуальними й корисними.

### Інформаційні джерела:

1. Yuan X. Virtual Tours [Електронний ресурс] / X. Yuan, M. Madden // Pew research center. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.pewinternet.org/2006/11/27/virtual-tours/>.
2. Virtual 360° tour of MRC Harwell mouse house wins openness award [Електронний ресурс] // Medical research council. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://mrc.ukri.org/news/browse/virtual-360-tour-of-mrc-harwell-mouse-house-wins-openness-award/>.
3. Aboutus [Електронний ресурс] // Understanding Animal Research. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.understandinganimalresearch.org.uk/about-us/>.
4. Four animal laboratories open their digital doors to the public [Електронний ресурс] // Understanding Animal Research. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.understandinganimalresearch.org.uk/news/communications-media/four-animal-laboratories-open-their-digital-doors-to-the-public/>.

УДК 338.244

**І.П. Потапюк**, канд. екон. наук, доц. (ПДАА, Полтава)

**О.В. Міщенко**, магістрант (ПДАА, Полтава)

**Я.А. Сухорученко**, магістрант (ПДАА, Полтава)

## УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНТРОЛЬ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління діяльністю підприємства зазвичай орієнтоване на короткостроковий період, а цілі, які ставлять перед собою керівники не враховують глобалізаційні процеси та зростання конкуренції в умовах сьогодення. Тому управління діяльністю підприємства має мати стратегічний характер.

Вивчення питання стратегічного управління і наявності значної кількості досліджень обумовлює наявність великої кількості визначень даного поняття. Здійснивши аналіз дефініції поняття «стратегічне управління», можна визначити найоптимальніше і розглядати його як управління, яке базується на людському потенціалі як на основі організації, спрямовує виробничу діяльність на задоволення потреб споживачів, добре реагує і впроваджує певні зміни в системі діяльності, що відповідають усім нормам з боку оточення і дозволяють досягти