

Неухацька С.,

УДК 330:796.06

здобувачка третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Київський національний економічний
університет імені Вадима
Гетьмана, м. Київ

DOI: <https://doi.org/10.64076/ihrc250925.14>



**СОЦІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ГЛОБАЛЬНИХ СПОРТИВНИХ
КОРПОРАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ НАЦІОНАЛЬНОГО
СПОРТУ В УМОВАХ ВІЙНИ SOCIAL BRANDING OF GLOBAL
SPORTS CORPORATIONS AS A TOOL TO SUPPORT
NATIONAL SPORT DURING WAR**

Анотація. У тезах розглянуто соціальний брендинг глобальних спортивних корпорацій як інструмент підтримки українського спорту в умовах війни. Показано, як соціальна місія, корпоративна відповідальність і маркетингові кампанії трансформуються у конкретні ресурси: фонди солідарності (МОК – 7,5 млн дол.) [1], [2], гуманітарні програми (FIFA Foundation – 1 млн дол.) [3], пожертви та комунікаційні ініціативи ліг (Premier League – 1 млн фунтів і кампанія Football Stands Together) [4], краудфандингові акції (Game4Ukraine; UNITED24; участь клубів і зірок) [5], [11], а також бренд-співпраці для відбудови об'єктів (А.С. Milan – 150 тис. євро на стадіон в Ірпені) [7]. Публічні інсталяції на європейських турнірах (Мюнхен, Євро-2024) підсилили ефект "м'якої сили" і донесли факт руйнування 500+ спортивних об'єктів [9], [12]. Запропоновано індикатори оцінювання впливу соціального брендингу на відновлення спорту та локальні спільноти.

Ключові слова: соціальний брендинг; корпоративна відповідальність; спорт і війна; публічна дипломатія; UNITED24; Game4Ukraine.

Повномасштабна війна змінила механіку взаємодії спорту, бізнесу і суспільства. Глобальні спортивні організації, ліги, клуби та бренди активували соціальний брендинг – наративи місії, солідарності, інклюзії – і конвертували їх у фінансові, комунікаційні та матеріальні внески. Приклади включають Фонд солідарності МОК (7,5 млн дол.) [1], [2], гуманітарну допомогу FIFA Foundation (1 млн дол.) [3], пожертву й інформаційну кампанію англійської Прем'єр-ліги [4], а також краудфандингові ініціативи UNITED24/Game4Ukraine з участю європейських клубів і зірок [5], [6], [11]. Публічна інсталяція з уламків трибун у Мюнхені під час Євро-2024 стала сильним символом і медіаподією, що підсилила донорську активність [9], [12].

Соціальний брендинг поєднує ціннісні меседжі (мир, солідарність, підтримка дітей) із вимірюваними діями: пожертви фонди, партнерства з благодійними

платформами, випуск спеціального мерчу, організацію матчів-добродійників, інсталяції та сторітелінг. Для України ключовими стали: цільові фонди та гранти (МОК, FIFA Foundation) [1], [3]; кампанії ліг/клубів і донатні матчі (Premier League; Game4Ukraine на "Стемфорд Брідж") [4], [6], [11]; партнерства з національними платформами (UNITED24; проєкт стадіону в Ірпені) [5], [7]. У комплексі це складає портфель інструментів "м'якої сили", який одночасно підсилює репутацію брендів і приносить користь постраждалим спільнотам.

Таблиця 1

Приклади соціального брендингу у спорті для підтримки України (добірка)

Автор	Ініціатива	Формат підтримки	Орієнтовний масштаб	Джерело
МОК (IOC)	Solidarity Fund	Фонд/стипендії	USD 7,5 млн	[1], [2]
FIFA Foundation	Humanitarian Aid	Гуманітарна допомога	USD 1 млн	[3]
Premier League	Football Stands Together	Пожертва + кампанія	GBP 1 млн	[4]
UNITED24 + Chelsea FC	Game4Ukraine	Матч/краудфандинг	30 тис. відвідувачів	[6], [11]
UNITED24 + A.C. Milan	Irpin Stadium	Пожертва на відбудову	EUR 150 тис.	[7], [8]

Соціально-брендові дії масштабуються завдяки спортивним подіям і медіа. Наприклад, інсталяція з пошкодженими сидіннями стадіону "Сонячний" у центрі Мюнхена під час Євро-2024 потрапила в провідні агенції (AP, Reuters) і залучила широке охоплення [9], [12], [13]. Це підвищує видимість проблем (500+ знищених/пошкоджених спортоб'єктів) та конвертує увагу у пожертви. Паралельно українські клуби транслюють меседжі стійкості; водночас існує критика недостатності окремих інституційних кроків (наприклад, відсутність спецфонду ФІФА для відбудови футболу, на чому наголошує "Шахтар") [10].

Таблиця 2

Приклади індикаторів оцінювання впливу соціального брендингу

Ініціатива	KPI комунікації	KPI ресурсів/інфраструктури	Очікуваний суспільний ефект
Game4Ukraine	відвідуваність, ТВ/онлайн-охоплення, мерч	зібрані кошти на об'єкт	відновлення ліцею; участь громади [5], [6], [11]
IOC Solidarity Fund	доступ до баз, історії спортсменів	розмір фонду, кількість стипендій	безперервність підготовки збірних [1], [2]
Premier League	видимість кампанії "Football Stands Together"	сума пожертви	підтримка гуманітарних програм [4], [14]
FIFA Foundation	пресрелізи, партнерські акції	сума гуманітарної допомоги	швидка допомога спільнотам [3]

Соціальний брендинг у глобальному спорті довів ефективність як інструмент підтримки України під час війни. Поєднання місії та маркетингу забезпечує дві синергії, а саме, по-перше, мобілізує ресурси (фонди, пожертви, краудфандинг), по-друге, робить посилення "м'якої сили" через символічні акти та широке медіа-охоплення. Для максимізації ефекту слід системно робити наступні кроки:

- 1) інтегрувати спортивні кейси у національні платформи відбудови (на кшталт UNITED24) [5], [7];
- 2) розвивати стандарти звітності за KPI комунікації й інфраструктурного впливу (Табл. 2);
- 3) підтримувати сталі партнерства з лігами/клубами/брендами та амбасадорами;
- 4) адвокатувати створення цільових інфраструктурних фондів на рівні міжнародних федерацій [10].

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт МОК (IOC). IOC continues to provide widespread support for Ukrainian athletes. 28.02.2023. URL: <https://olympics.com/ioc/news/ioc-continues-to-provide-widespread-support-for-ukrainian-athletes> (дата звернення: 01.09.2025).
2. Офіційний сайт Президента України. Володимир Зеленський і Томас Бах обговорили підтримку українського спорту; фонд збільшено до 7,5 млн дол. 03.07.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/volodimir-zelenskij-i-tomas-bah-obgovorili-pidtrimku-ukrayin-76245> (дата звернення: 01.09.2025).
3. FIFA Foundation. FIFA Foundation helps victims of war in Ukraine. 19.03.2022. URL: <https://inside.fifa.com/sb-fn/news/fifa-foundation-helps-victims-of-war-in-ukraine> (дата звернення: 01.09.2025).
4. Premier League. League and clubs donate £1m and suspend Russian broadcast partner. 08.03.2022. URL: <https://www.premierleague.com/en/news/2521718> (дата звернення: 01.09.2025).
5. UNITED24. Game4Ukraine – мета збору на відбудову ліцею в Чернігівській області. 05.08.2023. URL: <https://u24.gov.ua/game4ukraine> (дата звернення: 01.09.2025).
6. Chelsea FC. Legends, goals and a good cause celebrated at Game4Ukraine (30k attendance). 05.08.2023. URL: <https://www.chelseafc.com/en/news/article/legends-goals-and-a-good-cause-celebrated-at-game4ukraine> (дата звернення: 01.09.2025).
7. UNITED24. Andriy Shevchenko and UNITED24 have launched a project to rebuild Irpin stadium (AC Milan €150k). 2022. URL: https://u24.gov.ua/news/irpin_stadium (дата звернення: 01.09.2025).
8. Укрінформ. FC Milan to allocate €150,000 to restore stadium in Irpin. 04.11.2022. URL: <https://www.ukrinform.net/rubric-society/3608066-fc-milan-to-allocate-150000-to-restore-stadium-in-irpin.html> (дата звернення: 01.09.2025).

9. Associated Press. Ukraine displays destroyed stadium stand in Munich ahead of Euro 2024 opener. 17.06.2024. URL: <https://apnews.com/article/ukraine-romania-euro-2024-6b1f43df05a9d6c04065f929c02ec0e2> (дата звернення: 01.09.2025).

10. The Guardian / Ames N. Shakhtar Donetsk accuse FIFA of failing to support Ukrainian football during war. 21.02.2025. URL: <https://www.theguardian.com/football/2025/feb/21/shakhtar-donetsk-fifa-ukrainian-football-war-serhii-palkin> (дата звернення: 01.09.2025).

11. Ukraine.ua. Everything you should know about the charity match Game4Ukraine. 05.08.2023. URL: <https://ukraine.ua/game4ukraine-everything-you-should-know-charity-football-match> (дата звернення: 01.09.2025).

12. Reuters. Ukraine shows shell-blasted Kharkiv stadium seats to remind Euro 2024 of war. 17.06.2024. URL: <https://www.reuters.com/sports/soccer/ukraine-shows-shell-blasted-kharkiv-stadium-seats-remind-euro-2024-war-2024-06-17> (дата звернення: 01.09.2025).

13. The Guardian. Ukraine to display destroyed stand in Germany as reminder to Europe. 16.06.2024. URL: <https://www.theguardian.com/football/article/2024/jun/16/ukraine-campaign-reminder-destruction-inflicted-on-country-euro-2024> (дата звернення: 01.09.2025).

14. DEC (Disasters Emergency Committee). Ukraine Humanitarian Appeal – overview. 2022–2025. URL: <https://www.dec.org.uk/appeal/ukraine-humanitarian-appeal> (дата звернення: 01.09.2025).

Прохоров О. В.,
здобувач третього (освітньо-
наукового) рівня вищої освіти,
Львівський державний університет
фізичної культури імені Івана
Боберського, м. Львів

УДК 794.1



ШАХИ ТА ІНОЗЕМНІ МОВИ ЯК ПЕДАГОГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ ПЕРШОКЛАСНИКІВ В ШКОЛІ

Анотація. У цій статті розглядається спосіб навчання шахам у шкільному контексті. Ця пропозиція стосується першого року навчання шахам семирічних учнів. Описано організаційні принципи, що враховують вік дітей, психологічну схильність та дидактичні наслідки. По-перше, шахи представлені як фізичне виховання, що не є поширеним явищем. Весь проект присвячений сприянню навчанню шахів у дружньому контексті, навіть для дітей, які не обирають стати шахістами.

Ключові слова: шахи, педагогічний вплив, початкова освіта, інтегровані навички, іноземна мова.