

- передача м'яча двома руками зверху через сітку в парах;
- прийом та передача м'яча двома руками знизу через сітку в парах;
- подачі м'яча – верхня й нижня;
- прийом м'яча знизу після подачі в задану зону;
- прямий нападаючий удар із власного підкидання;
- нападаючий удар із передачі партнера.

Висновки. Гра у волейбол – це не лише ефективний засіб фізичного виховання, а й засіб активного та корисного відпочинку. Ця динамічна гра розвиває в людині такі якості, як швидкість, влучність, витривалість, спритність, силу.

Поряд із фізичними якостями волейбол за змістом і специфікою сприяє вихованню моральних якостей, передусім колективізму, товариськості, мужності. Умілий, правильний підбір методів, принципів та засобів, що використовуються на заняттях, допоможе сформувати вміння й навички в оволодінні технічними прийомами та тактичними діями, сприятиме розвитку фізичних і морально-вольових якостей спортсмена.

Ovcharuk N., Student of the Specialty 017 Physical culture and sports, Education and Research Institute of Humanities of Admiral Makarov National University of Shipbuilding (Ukraine, Mykolaiv), olgavs697@gmail.com

Sokol O. V., Associate Professor of the Department of the Physical Education, Educational and Research Institute of Humanities of National University of Shipbuilding after Admiral Makarov (Ukraine, Mykolaiv), olgavs697@gmail.com

TECHNICAL TRAINING IN VOLLEYBALL

Volleyball is a team sport. A special advantage of volleyball as a means of physical education is its specific quality – the possibility of self-dosing of the load, that is, the correspondence between the player's preparedness and the load he receives. This makes volleyball a game accessible to people of all ages.

Keywords: game technique, technical training, training.

УДК 796

Погорілий М.

студент спеціальності 017 Фізична культура і спорт, Навчально-науковий гуманітарний інститут Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова (Україна, Миколаїв), pohoriliy.ua@gmail.com

Деркач В. М.

доцент теоретичних основ, олімпійського та професійного спорту, Навчально-науковий гуманітарний інститут Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова (Україна, Миколаїв), vderkac61@gmail.com

ВАЖЛИВІСТЬ ІНСТИТУТУ СПОНСОРСТВА ДЛЯ РОЗВИТКУ СПОРТУ В УКРАЇНІ

Проаналізовано теоретичні та практичні основи розвитку спонсорської діяльності у сфері спорту; узагальнено основні напрямки спонсорської допомоги у сфері спорту; узагальнено пропозиції та рекомендації щодо розвитку спонсорської діяльності у сфері спорту в Україні.

Ключові слова: спонсор, спонсорство, спонсорська діяльність, розвиток спонсорства, олімпійський спорт, професійний спорт.

Розвиток олімпійського та професійного спорту є стратегічним завданням для успіху будь-якої країни. Україна має значний спортивний потенціал, однак стикається з викликами, пов'язаними з нестачею фінансування деяких галузей, серед яких є і спорт. Інститут спонсорства, що забезпечує фінансову підтримку, виступає ключовим елементом для забезпечення стійкого розвитку спорту в Україні. Спонсорство представляє собою взаємовигідні договірні відносини між постачальником коштів, ресурсів та послуг (спонсором) та отримувачем (реципієнтом), який може бути представлений заінтересованими групами або організаціями. Ці угоди спрямовані на досягнення маркетингових комунікаційних цілей спонсора [1].

Важливим етапом методики проведення тренувальних занять є етапність проведення занять та їх цілорічна періодизація з урахуванням принципів тренування. У підготовці і новачків, і волейболістів високої кваліфікації бувають такі періоди, коли потрібно вивчити принципово нові прийоми, тактичні дії та взаємодії. Тому нема потреби в жорсткому диференціюванні засобів техніко-тактичної підготовки волейболістів, що відрізняються рівнем ігрової кваліфікації.

Література

1. Ажицкий К. Ю., Гальчинский В. А. О добротности государственных нормативов оценки физической подготовленности населения Украины. *Материали міжнар. симп. «Фізична підготовленість і здоров'я населення»*. Одеса, 1998. С. 90–92.
2. Козина Ж. Л. Индивидуализация подготовки спортсменов в игровых видах спорта: монография. Харьков, 2009. 396 с.
3. Соколькова О. Структура та зміст тренувальної роботи учнів-волейболістів 10–11 класів протягом підготовчого періоду річного циклу підготовки в спортивній секції. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві: зб. наук. пр. Волин. нац. ун-ту*. Луцьк, 2012. № 4(20). С. 486–491.

Успішний спонсорський проект зазвичай включає ефективне поєднання засобів для просування спонсора.

Інститут спонсорства відіграє невід'ємну роль у підготовці спортсменів різноманітних олімпійських

та професійних (неолімпійських) видів спорту. За допомогою фінансових ресурсів, які надають спонсори, спортсмени отримують можливість удосконалити свої навички, мати доступ до сучасного обладнання та участі у міжнародних змаганнях, що є важливим компонентом для підняття рівня конкурентоспроможності.

Послуги у сфері спонсорства в міжнародній практиці часто надаються через спеціально створені для цього агентства та інші установи, серед таких організацій можна виділити:

- міжнародні агенції зі спортивного спонсорства (ISL Marketing AG – Швейцарія);
- повносервісні спортивні агенції (Birkholz + Jedlikki – Німеччина);
- установи, що координують спортивне спонсорство (Institute of Sports Sponsorship – Великобританія) [2].

Спонсорство сприяє розвитку спортивних клубів та вдосконаленню спортивної інфраструктури. Інвестиції в спортивні організації забезпечують комфортні умови для тренувань та проведення змагань, що позитивно впливає на ефективність показників спортсменів.

Також інститут спонсорства є ефективним інструментом для формування спортивної культури в Україні. За допомогою спонсорської підтримки реалізуються програми з регулярного проведення суспільно-важливих спортивних заходів, спрямованих на спортивне та патріотичне виховання молоді України, що підвищує інтерес громадськості до спорту в цілому.

Спонсори, зі своєї сторони, мають прямий комерційний інтерес у створенні позитивного іміджу своєї компанії через позитивний імідж спортсмена (спортивної команди) серед вболівальників. У розвинених країнах прихильники є одним з основних джерел прибутку для організаторів спортивних заходів, оскільки саме вони купують квитки, абонементи, фан-атрибутику, підписуються на платні клубні трансляції та телеканали. При цьому вони хочуть видовища, і чим яскравішим воно буде, тим більше коштів витратять прихильники [3].

Професійні спортивні організації, через недостатнє, а часто – відсутнє фінансування з боку держави, вимушені залучати спонсорів для забезпечення фінансової стабільності провадження їх діяльності. Спонсорські грошові кошти надаються з метою виплати стипендій та заробітної плати спортсменам, тренерському складу та обслуговуючому персоналу

тощо, а також для розвитку клубної інфраструктури, організації та участі в професійних змаганнях.

З метою розвитку спонсорської діяльності та сприяння зростанню інвестицій у сферу спорту в Україні, можна узагальнити основні пропозиції та рекомендації, серед яких є такі:

1. Залучення в команду професійного менеджера, що сприятиме збільшенню якості управління спортивною організацією, та є ключовим фактором для залучення спонсорів. Розробка та впровадження ефективних стратегій залучення та управління спонсорськими програмами допоможе створити привабливий пакет для потенційних спонсорів.

2. Створення цікавого спортивного продукту сприятиме привертанню більшого інтересу спонсорів. Спортивні змагання повинні бути цікавими для глядачів та медіа, щоб спонсори могли отримати оптимальну видимість для свого бренду.

3. Створення умов для довгострокових партнерських відносин між спортивними організаціями і спонсорами також є важливим елементом. Це включає в себе взаємовигідні угоди, які пропонують спонсорам можливість не лише рекламувати свої бренди, але й брати участь у стратегічних рішеннях щодо подальшого розвитку спортивної команди.

4. Залучення спонсорської підтримки для розвитку молодих та перспективних спортсменів буде мати потенціал для довгострокових взаємовигідних відносин з конкретним атлетом, якого менеджери будуть вести з перших сходинок спортивної кар'єри.

5. Забезпечення транспарентності та відкритості в управлінні фінансами, що буде сприяти підвищенню довіри потенційних спонсорів.

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що інститут спонсорства визнають як надважливий інструмент для розвитку олімпійського та професійного спорту в Україні. Ефективна взаємодія між спонсорами, спортивними організаціями та державою може вирішити фінансові виклики та стимулювати підвищення спортивного потенціалу країни, забезпечуючи її успіх на професійних змаганнях та міжнародній арені.

Література

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 705 с.
2. Леонов Я. В. Стратегічний розвиток спортивної індустрії. *Review of transport economics and management*, 4 (20). 2020. С. 21–25.
3. Гусев А. В. Нові медіа як PR-інструмент у спорті. *Вісн. Кн. Палати. Галузь «Соціальні комунікації»*. 2014. № 11 (220). С. 50–51.

Pohorilyi M., Student of the Specialty 017 Physical culture and sports, Education and Research Institute of Humanities of Admiral Makarov National University of Shipbuilding (Ukraine, Mykolaiv), pohorilyi.ua@gmail.com

Derkach V. M., Associate Professor of the Department of Theoretical Foundations of Olympic and Professional Sports, Educational and Scientific Humanities Institute of the Admiral Makarov National University of Shipbuilding, (Ukraine, Mykolaiv), vderkac61@gmail.com

THE IMPORTANCE OF THE SPONSORSHIP INSTITUTE FOR THE DEVELOPMENT OF SPORTS IN UKRAINE

Analyzed the theoretical and practical foundations of sponsorship development in the field of sports; summarized the main directions of sponsorship assistance in the field of sports; summarized proposals and recommendations for the development of sponsorship activities in the field of sports in Ukraine.

Keywords: sponsor, sponsorship, sponsorship activities, sponsorship development, Olympic sports, professional sports.