ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОЗДОРОВЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ КЛУБІВ З ЄДИНОБОРСТВ

Юрій Мічуда, Костянтин Коломієць

Національний університет фізичного виховання і спорту України, Київ, Україна

Анотація. Створення організаційних умов успішної оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств потребує відповідного науково-теоретичного обґрунтування. Це дає змогу ефективно реалізувати функції управління цією сферою діяльності клубів з урахуванням особливостей соціально-економічного середовища, що склалося в країні. *Мета.* Визначити теоретичні основи організації оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств в Україні. *Методи.* Аналіз науково-методичної літератури; системний аналіз. *Результати.* На сьогодні організація оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств в Україні не має достатнього науково-теоретичного обґрунтування. Водночас є дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів, на які доцільно спиратися у вирішенні цієї проблеми. Автори, зокрема, акцентують на важливості визначення функцій структурних підрозділів клубу, ролі тренерського складу в розвитку клубу. Дослідниками аналізується робота зі стейкхолдерами клубів. Автори також уважають, що організаційно-управлінські умови оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств є вирішальними для їх сталого розвитку. Урахування основних принципів формування організаційної культури клубів допоможе їм максимально використати можливості ринкового середовища, які містять розуміння ролі тренерського складу, ефективне управління ризиками, аналіз джерел доходів та витрат, співпрацю зі спонсорами та інвесторами, а також методики розроблення бюджету та формування метрик успішності. Використання рекомендацій та методологічних підходів, запропонованих у статті, сприятиме покращенню організації та управління спортивно-оздоровчою діяльністю клубів з єдиноборств.

Ключові слова: клуб, єдиноборства, організація, структура, бюджет.

Yuriy Michuda, Kostyantyn Kolomiets

THEORETICAL BASICS OF THE ORGANIZATION OF HEALTH ACTIVITIES OF MARTIAL ARTS CLUBS

Abstract. The creation of organizational conditions for successful recreational activities of martial arts sports clubs requires appropriate scientific and theoretical foundation. This makes it possible to effectively implement the functions of managing this sphere of activity of clubs, taking into account the peculiarities of the socio-economic environment that has developed in the country.

Objective. To determine the theoretical foundations of the organization of recreational activities of martial arts sports clubs in Ukraine.

Methods. Analysis of scientific and methodical literature; system analysis.

Results. Today, the organization of recreational activities of martial arts sports clubs in Ukraine does not have sufficient scientific and theoretical justification. At the same time, there are studies by domestic and foreign authors, on which it is advisable to rely in solving this problem. In particular, the authors emphasize the importance of defining the functions of the club's structural divisions, the role of the coaching staff in the development of the club. The researchers analyze the work with the stakeholders of the clubs. The authors also believe that the organizational and management conditions of the recreational activities of martial arts sports clubs are crucial for their sustainable development. Taking into account the main principles of the formation of the organizational culture of clubs will help them make the most of the opportunities of the market environment, which include understanding the role of the coaching staff, effective risk management, analysis of sources of income and expenses, cooperation with sponsors and investors, as well as methods of budget development and formation of success metrics. The use of recommendations and methodological approaches proposed in the article will contribute to the improvement of the organization and management of sports and health activities of martial arts clubs.

Keywords: club, martial arts, organization, structure, budget.

Мічуда Ю., Коломієць К. Теоретичні основи організації оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств. Sport Science Spectrum. 2025; 1: 43–47
DOI: https://doi.org/10.32782/spectrum/2025-1-6

Michuda Yu., Kolomiets K. Theoretical basics of the organization of health activities of martial arts clubs. Sport Science Spectrum. 2025; 1: 43–47
DOI: https://doi.org/10.32782/spectrum/2025-1-6

© Юрій Мічуда, Костянтин Коломієць, 2025

Вступ. Організаційні умови є важливими для оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств. Вони сприяють підвищенню якості тренувань, досягненню максимальних спортивних результатів, забезпеченню здоров'я та розвитку фізичних здібностей учасників клубів з єдиноборств. Створення таких умов потребує відповідного науково-теоретичного обґрунтування.

Аналіз спеціальної літератури засвідчив, що на сьогодні організація оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств в Україні не мають достатнього науково-теоретичного обґрунтування вітчизняними дослідниками. Натомість ця наукова проблема постійно перебуває в полі зору чисельних дослідників зарубіжних країн. Останнім часом на аналіз її різних аспектів можна натрапити в працях науковців Великої Британії, Бельгії, Греції, Польщі, Нідерландів, Франції, США та ін. (Vertonghen J., Theeboom M., Dom E., De Bosscher V., Haudenhuyse R., 2014; Barczyńsk B. J, Kalina R. M., 2015; Kirk C., Langan-Evans C.; Delory R, Roland P., Sirost O., 2018; Clark DR., Morton JP., 2021; Koronios K., Ntasis L., Dimitropoulos P., Gerke A., Thrassou A., Sakka G., 2021–2022). Роботи наведених вище та інших зарубіжних авторів містять низку важливих положень, зокрема науково-теоретичного характеру, які, на нашу думку, доцільно взяти до уваги під час аналізу організаційних аспектів оздоровчої діяльності вітчизняних спортивних клубів з єдиноборств.

Водночас варто взяти до уваги дослідження вітчизняних авторів, (Дорофєєва Т. І., 2021; Курилко М. Ф., 2016; Леонова Ю. О., Бондар А. С., 2020; Пакулін С. Л., 2016; Саєнко В. Г., 2009; Шандригось В. І., Блажейко А. І., Латишев М. В., 2022 та ін.), аналіз яких дає змогу врахувати характер впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність спортивних організацій в Україні, а також особливості організаційного забезпечення діяльності вітчизняних спортивних клубів з єдиноборств.

Мета дослідження – за результатами аналізу спеціальних літературних джерел визначити теоретичні основи організації оздоровчої діяльності спортивних клубів з єдиноборств в Україні.

Методи дослідження: аналіз науково-методичної літератури, системний аналіз, порівняння та зіставлення.

Результати дослідження. Теоретико-методичні аспекти організаційно-управлінських умов спортивно-оздоровчої діяльності клубів з єдиноборств містять комплекс наукових підходів та методологічних принципів, спрямованих на оптимізацію процесів управління клубами. Насамперед серед сучасних дослідників сфери фізичної культури і спорту превалює погляд на спортивну організацію як на відкриту динамічну підсистему, що належить до соціальної системи, функціонування якої спрямоване на зміцнення здоров'я людей. Так, Ю. О. Леонова та А. С. Бондар наголошують, що «в сучасних умовах господарювання спортивно-оздоровча сфера як соціальний інститут і специфічний вид професійної діяльності активно впливає на розвиток здорового суспільства і зазнає глибоких кількісних, структурних і якісних перетворень» [4, с. 190]. А на думку Т. І. Дорофєєвої, «основними завданнями управління сферою фізичної культури і спорту є забезпечення реалізації державної політики з питань надання фізкультурно-спортивних послуг населенню» [1, с. 58].

Ці важливі теоретичні положення, поза сумнівом, поширюються на клуби зі спортивних єдиноборств, указуючи на те, що їх діяльність має бути організована так, щоб забезпечувати досягнення не лише економічних результатів у вигляді доходів від продажу спортивно-оздоровчих послуг, а й спрямовуватися на виконання важливої соціальної місії клубів.

Це принципове положення впроваджується в практику розвитку спортивних єдиноборств різними способами залежно від того, які організаційні передумови для цього створено в тих або інших країнах. Одним із визначальних моментів при цьому є загальне ставлення до такого виду спорту суспільства загалом, зокрема і в особі держави. Дослідники вказують на той факт, що в більшості країн він офіційно визнаний відповідними інститутами влади, що дає змогу його ефективно розвивати національним та регіональним федераціям. Відзначається також, що в багатьох країнах спортивні клуби з єдиноборств розпорошені між кількома федераціями, які часто не співпрацюють. Лише в США на сьогодні є єдина структура на урядовому рівні – Державна атлетична комісія, яка відіграє регулювальну роль щодо спортивних єдиноборств у певних штатах незалежно від федерацій, які діють у них. Законодавчі збори різних штатів ухвалюють закони, що регулюють повноконтактні бойові мистецтва, і зазвичай делегують повноваження адміністративному органу, часто спортивній комісії штату, для встановлення правил, ліцензування, а також оперативні та правозастосовні функції [17, с. 660].

Непоодинокими є також випадки, коли деякі спортивні клуби з єдиноборств не належать до спортивних федерацій. Діяльність таких клубів без будь-якої належності є непрозорою для суспільства, що може зашкодити здоров'ю їхніх клієнтів та негативно вплинути на популярність спортивних єдиноборств у країні [17, с. 661].

Дослідження питань, що стосуються формування сучасних організаційних структур у спорті, визнаються вченими вельми актуальними, оскільки їх результати допомагають оптимізувати склад та функції підрозділів спортивних організацій, необхідних для ефективної роботи клубу й досягнення його цілей.

В. І. Шандригось, А. І. Блажейко та М. В. Латишев відзначають, що «організаційно-управлінські основи сучасного спорту протягом останніх десятиріч зазнали істотних змін. Ці зміни відбуваються під впливом як зовнішніх чинників (професіоналізація, комерціалізація, зближення професійного та олімпійського спорту, розширення міжнародного календаря змагань тощо), так і внутрішніх, характерних для конкретної країни (основні тенденції розвитку виду спорту та конкурентоспроможність українських спортсменів; організаційно-управлінська структура й інфраструктура розвитку виду спорту; олімпійський резерв і дитячо-юнацький спорт; кадрове забезпечення; система спортивних змагань; фінансування і матеріально-технічне забезпечення та ін.)» [7, с. 96].

М. Ф. Курилко підкреслює, що «зараз спорт стає дедалі популярнішим як засіб досягнення не лише високих рекордів та нагород – для спортсменів, а й галуззю отримання високого капіталу для інвесторів. Як незалежний бізнес-простір спорт виділився нещодавно. Раніше всі спортивні організації, клуби, компанії були некомерційними,

а отже, жодних інвестицій ззовні від фізичних осіб не приймали. На сьогоднішній день ситуація змінилася. Галузь господарства, якою є фізична культура і спорт, є діловим простором, де приватні підприємці задовольняють широке коло вимог споживача. Він розвивається великими темпами, і це як така організація та проведення різноманітних змагань, а й суміжні із цим рекламні, виробничі сфери. Як приклад – організації, що займаються виготовленням спортивної символіки, аксесуарів для самих спортсменів, як-от різноманітне спортивне обладнання, форма, інвентар та інше» [3, с. 374].

З огляду на це, клуби зі спортивних єдиноборств мають організовувати свою діяльність, орієнтуючись на вимоги сучасного ринку фізкультурно-спортивних послуг, вивчаючи попит на послуги, забезпечуючи їх високу і якість. Для цього вони мають набувати організаційних форм своєї діяльності, спираючись принципи сучасного підприємництва, що дасть їм змогу забезпечувати себе необхідними людськими, матеріальними, фінансовими, інформаційними та іншими ресурсами, а також ефективно їх використовувати з метою отримання необхідних доходів.

Водночас фахівці обґрунтовують також доцільність існування клубів зі спортивних єдиноборств на лише у формі комерційних організацій. Так, T. Langford [13] узагальнила практику розвитку спортивних єдиноборств у США і дійшла висновку, що в умовах сучасного ринку стабільно досягати успіхів спроможні ті клуби спортивних єдиноборств, які організують свою діяльність, застосовуючи різні моделі: 1) орієнтовану на отримання прибутку (комерційну); 2) некомерційну; 3) громадську. На її думку, аналіз системних аспектів кожної із цих моделей покращує розуміння недоліків, які виникають під час запуску та підтримки клубів [14, с. 17–18].

Дослідники звертають особливу увагу на необхідність забезпечення спортивних клубів людськими ресурсами, тобто кваліфікованими фахівцями, насамперед тренерами. Адже тренерський склад відіграє визначальну роль у організації діяльності клубу, оскільки є основним джерелом знань і навичок для спортсменів, забезпечує проведення тренувань, розвиток стратегій та тактик, які допомагають спортсменам досягнути максимальних результатів. Як підкреслюють С. Л. Пакулін, К. В. Ананченко та Р. А. Арканія, «…тренер розробляє загальну концепцію і розгорнуту програму підготовки спортсменів залежно від періоду планування, рівня функціональної й фізичної підготовленості групи тих, що займаються» [5, с. 226].

Важливим складником успіху клубу з єдиноборств є ефективна організація фінансового забезпечення його діяльності. Особливо важливо організувати ефективне використання наявних фінансів, оскільки це може мати істотний вплив на розвиток клубу, його репутацію та здатність приваблювати нових клієнтів. З огляду на це, необхідно особливу увагу звернути на розробку збалансованого бюджету, що дає змогу узгоджувати плани клубу з реальними ресурсами, а також здійснювати ефективний контроль за їх виконанням.

Дослідники різних країн аналізують різні варіанти залучення коштів та використання бюджету клубів з єдиноборств. Серед головних джерел фінансування сучасних клубів спортивних єдиноборств виокремлюють: державне фінансування, власні кошти засновників клубів, благодійні внески та спонсорську підтримку [6; 10; 14; 16].

В інформаційному просторі можна натрапити на численні приклади реалізації програм державної підтримки організацій малого бізнесу, зокрема й клубів спортивних єдиноборств. Такі програми існують насамперед у північноамериканських та західноєвропейських країнах (США, Канада, Велика Британія, Бельгія та ін.). У Канаді, наприклад, є різні варіанти програм державного фінансування, зокрема: державні дотації, державні позики, державні податкові пільги та податкові кредити. Вони доступні на всій території Канади від місцевого, провінційного й до федерального уряду [10].

Прикладом фінансування клубів єдиноборств їхніми засновниками може служити клуб Martial Arts and Self Defense Club (MASDC), який діє в складі Fitchburg State University (США). У статуті цього клубу зафіксовані норми щодо його фінансової політики. Серед них: 1) діяльність клубу відбувається за рахунок коштів, передбачених у бюджеті університету; 2) від членів клубу не вимагається сплата грошових внесків на його утримання; 3) у разі самостійного отримання клубом додаткових коштів він має право зберегти фінансову підтримку з бюджету університету; 4) кошти клубу не можуть розподілятися між його членами, посадовими особами або консультантами, а мають використовуватися для придбання необхідного обладнання для занять, форми для членів клубу і будь-яких матеріалів, які клуб придбає для проведення заходів [15].

Що стосується коштів, які клуби єдиноборств, як й інші спортивні організації, можуть отримувати від спонсорів, то це джерело зазвичай розглядається дослідниками у тісному зв'язку з аналізом їхньої маркетингової діяльності. Більшість вітчизняних дослідників тривалого часу дотримувалася моделі організації маркетингової діяльності в спорті, згідно з якою «мета спортивного маркетингу полягає в тому, щоб сформувати купівельну поведінку споживача так, щоб він став постійним (довічним) прихильником послуг спорту. З огляду на це, можна сформулювати такі завдання маркетингу в спорті: залучення нових споживачів, орієнтуючись на їхню найвищу купівельну цінність послуги спорту; збереження дійсних споживачів, постійно задовольняючи їхні нові запити. Головне в маркетингу – двоєдиний і взаємодоповнювальний підхід. З одного боку, це ретельне всебічне вивчення ринку, попиту, смаків і потреб, орієнтація виробництва на ці вимоги; а з іншої – активний вплив на ринок та наявний попит, на формування потреб і купівельних переваг» [2, с. 14].

Проте останніми роками значна кількість учених, беручи до уваги велику соціальну значущість спорту, наполягає на тому, що сучасні спортивні організації, щоб забезпечити собі позитивний імідж та сталий розвиток, мають застосовувати інший вид маркетингу – соціально-етичний. Він спрямований на забезпечення добробуту споживачів, суспільства та навколишнього середовища, водночас створюючи прибуток компанії, тобто маркетинг прагне збалансувати прибутковість і соціальну відповідальність, створюючи основу довіри та лояльності між брендом і його аудиторією [18].

Доцільність застосування соціально-етичного маркетингу клубами з єдиноборств не викликає сумніву

в сучасних дослідників. Це зумовлюється самою природою єдиноборств, більшість з яких має походження з країн Сходу і, відповідно, є складниками культур східних народів. Оскільки східні єдиноборства набули популярності в багатьох країнах сучасного Заходу, які культивують їх в умовах ринкової економіки, то спортивним клубам необхідно у своїй маркетинговій діяльності враховувати багато особливостей зовнішнього середовища, щоб успішно просувати свої послуги на національні ринки. Як відзначає дослідник із США J. D. McNamara, сьогодні для організації успішної діяльності клубів важливо отримати відповіді на низку питань:

«Як сучасний маркетинг вплинув на сприйняття бойових мистецтв серед непрактиків?

Чи маркетинг переосмислив термін «бойові мистецтва»?

Маркетинг підвищив або знизив рівень якості серед практиків і шкіл?

Як комерційний маркетинг впливає на традиційну культуру бойових мистецтв?

Ця інформація корисна з різних причин. По-перше, для тих практиків, які зацікавлені в розвитку власного бізнесу з бойових мистецтв, ця стаття містить цінну інформацію про те, що працює для залучення та утримання клієнтів. По-друге, ця інформація важлива для тих, хто прагне отримати більше знань й оцінити практику бойових мистецтв. Нарешті, і, мабуть, найважливіше: інформація корисна для науковців, які з'ясовують вплив комерціалізації традиційної рекреаційної діяльності на культуру, практику та розвиток галузі» [16].

Ще один важливий підхід до застосування маркетингу в спорті, який, на нашу думку, доцільно взяти до уваги менеджерами клубів з єдиноборств, запропоновано останнім часом колективом грецьких дослідників (Koronios K, Ntasis L, Dimitropoulos P., Gerke A., Thrassou A., Sakka G., 2021, 2022). Ними обґрунтовано наукову позицію, згідно з якою дослідникам спортивного маркетингу не доцільно обмежуватися розглянутими вище його різновидами, а переходити до впровадження маркетингу, орієнтованого на учасників, з використанням сучасних неявних фізіологічних змінних для вимірювання обізнаності та ставлення учасників змагань до спонсорів. Також запропоновано модель їхніх намірів учасників залучати спонсорів, найбільш прийнятних для клубів єдиноборств, яка містить комплекс змістовних компонентів, серед яких: заангажованість у спорт, щирість, використання соціальних мереж, переконання в необхідності спонсорства, задоволеність подією, імідж спонсора, усвідомленість щодо спонсорів, ставлення до спонсорів тощо [12; 13].

Дискусія. Викладений вище матеріал засвідчив, що процес формування та вдосконалення організаційних умов діяльності клубів з єдиноборств доцільно розглядати з різних позицій як результат урахування впливу чинників різного характеру – соціального, кадрового, фінансово-економічного, ринкового, комунікаційного тощо, які є об'єктами аналізу представників відповідних наукових дисциплін [8]. Без сумніву, результати наукового аналізу кожного окремого чинника є важливими для визначення підходів до поліпшення організації діяльності клубу. Водночас варто взяти до уваги, що клуб з єдиноборств є відкритою динамічною соціальною системою, результат діяльності якої визначається синергетичним впливом всіх чинників, як внутрішніх, так і зовнішніх. З огляду на це, на нашу думку, кожний клуб з єдиноборств має формувати таку систему організаційного забезпечення власної діяльності, яка базувалася б на добре влагоджених внутрішніх комунікаціях між організаційними підсистемами, а також на ефективних комунікаціях зі стейкхолдерами як суб'єктами зовнішнього середовища.

Висновки. Аналіз робіт сучасних дослідників засвідчив значне різноманіття в підходах до організації діяльності сучасних клубів зі спортивних єдиноборств. Це істотно ускладнює наукове обґрунтування організаційних основ ефективного виконання ними статутних завдань, пов'язаних насамперед із реалізацією їхньої соціальної функції, а також з ресурсним забезпеченням стійкого економічного розвитку клубів. Водночас у наявних дослідженнях досить виразно простежуються основні напрями наукових пошуків щодо організаційних основ діяльності клубів з єдиноборств, серед яких: організаційні моделі клубів, переваги та недоліки кожної моделі, визначення місця фахівців, насамперед тренерського складу в розвитку клубу, організація формування та ефективного використання ресурсів клуб, організація роботи зі стейкхолдерами клубу, насамперед спонсорами.

Перспективи подальших досліджень. Виокремимо кілька напрямів, які можуть бути предметом майбутніх досліджень. Один з напрямів – розробка нових інноваційних організаційних моделей. Важливо зосередитися на вивченні та створенні нових моделей, які допоможуть покращити ефективність і результативність діяльності клубів з єдиноборств. Також важливим напрямом досліджень є поглиблений аналіз джерел доходу та структури витрат клубу, що дасть змогу ефективно поповнювати бюджети клубів та оптимізувати витрати, а також науково обґрунтовувати ефективні способи роботи зі спонсорами й іншими стейкхолдерами клубу.

Конфлікт інтересів. Автори заявляють, що відсутній будь-який конфлікт інтересів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дорофєєва Т. І. Зв'язок між якістю фізкультурно-спортивних послуг та станом організації, що їх надає. *Theoretical-methodological and scientific aspects of physical education. Collective monograph.* Riga: Baltija Publishing, 2021. P. 57–78. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-089-6-4.

2. Імас Є. В., Мічуда Ю. П., Ярмолюк О. В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, 2016. 272 с.

3. Курилко М. Ф. Менеджмент і маркетинг спорту // Інвестиції у спорті: збірник наукових праць учасників X Міжнародної Інтернет науково – методичної конференції «Актуальні проблеми розвитку традиційних і східних єдиноборств» (м. Харків 24–25 березня 2016 р.). Харків, 2016. С. 374–377.

4. Леонова Ю. О., Бондар А. С. Управління ринком спортивно-оздоровчих послуг: проблеми та особливості // Інфраструктура ринку. 2020, № 43. С. 189–195. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/36.pdf (дата звернення: 10.04.2025)

5. Пакулін С. Л., Ананченко К. В., Арканія Р. А. Методологічні аспекти побудови науково обґрунтованої системи спортивної підготовки тхеквондистів: наукова стаття. *Шлях науки: Міжнародний електронний науковий журнал.* 2016. № 10. С. 3.1–3.15. URL: http://pathofscience.org/index.php/ps/article/ view/223/248 (дата звернення: 15.04.2025).

6. Саєнко В. Г. Проблеми підготовки менеджерів для сфери східних єдиноборств. 2009. URL: https://www.researchgate.net/profile/ Volodymyr-Saienko/publication/308201634_Problemi_pidgotovki _menedzeriv_ dla_sferi_ shidnih_edinoborstv.pdf. (дата звернення: 4.04.2025).

7. Шандригось В. І., Блажейко А. І., Латишев М. В. Стан і перспективи розвитку вільної боротьби в Україні. *Єдиноборства*. 2022. № 2(24). С. 96–116. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/42575/1/M_ Latyshev_E_2_FZFVS.pdf (дата звернення: 5.04.2025)
8. Barczyńsk, B. J., Kalina R. M. Science of martial arts – Example of the dilemma in classifying new interdisciplinary sciences in the global systems of the science evaluation and the social consequences of courageous decisions. URL: https://pdf.sciencedirectassets.com/306234/1-s2.0-S2351978915X00047/1. DOI: https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.199.
9. Delory R., Roland P., Sirost O. Mixed Martial Arts: Civilizing or Decivilizing Process? A Bibliometric Analysis // The Philosophical Journal of Conflict and Violence. Vol. II. 2018. № 2. P. 237–263. URL: 1 (дата звернення: 5.04.2025).
10. Government Funding for Martial Arts School Business. URL: https://www.canada startups.org/government-funding-for-martial-arts-school- business/ (дата звернення: 6.04.2025).
11. Kirk C., Langan-Evans C., Clark D. R., Morton J. P. Quantification of training load distribution in mixed martial arts athletes: A lack of periodisation and load management. PLoS ONE 16(5):e0251266. 2021. DOI: https://doi.org/10.1371/journal. pone.0251266.
12. Koronios K., Ntasis L., Dimitropoulos P., Gerke A. Unlocking the black box of sponsorship in participant-based sport Sport, // Business and Management: An International Journal. 2021. № 12(5). P. 598–617. DOI: https://doi.org/10.1108/SBM-12-2021-0148.
13. Koronios K., Thrassou A., Ntasis L., Sakka G. "Participant or spectator? Comprehending the sport sponsorship process from different perspectives". *EuroMed Journal of Business*. 2022. URL: https://www.emerald.com/ insight/content/doi/10.1108/EMJB-03-2022-0062/full/html?skipTracking=truehttps. DOI: https.org/10.1108/EMJB-03-2022-0062.
14. Langford T. Building a Sustainable Business Model: an Analysis of Martial Arts Organizations from a System and a System of Systems Perspective. California State University: East Bay. 115 p. URL: (дата звернення: 8.04.2025).
15. Martial Arts Constitution. URL: https://www.scribd.com/document/ 325008858/Martial-Arts-Constitution (дата звернення: 9.04.2025)
16. McNamara J. D. The Effect of Modern Marketing on Martial Arts and Traditional Martial Arts Culture. URL: https://thesportjournal.org/article/the-effect-of-modern-marketing-on-martial-arts-and-traditional-martial-arts-culture/ (дата звернення: 11.04.2025)
17. Vertonghen J., Theeboom M., Dom E., De Bosscher V. and Haudenhuyse R. The Organization and Regulation of Full Contact Martial Arts. // A Case Study of Flanders Societies. 2014. № 4. P. 654–671. DOI: https://doi.org/10.3390/soc4040654.
18. Weaver J. Ethics In Marketing: Balancing Profitability with weaver Social Responsibility and Consumer Trust. URL: ethics-marketing-balancing-profitability-social-consumer-josh (дата звернення: 5.04.2025).

REFERENCES

1. Dorofieieva, T. I. (2021). Zviazok mizh yakistiu fizkulturno-sportyvnykh posluh ta stanom orhanizatsii, shcho yikh nadaie [The relationship between the quality of physical culture and sports services and the condition of the organization providing them]. Theoretical-methodological and scientific aspects of physical education (pp. 57–78). Riga: Baltija Publishing [in Ukrainian]. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-089-6-4.
2. Imas, E.V., Michuda, Y.P, Yarmolyuk O.V. (2016) Marketynh u sporti: teoria ta praktyka. [Marketing in sports: theory and practice]. Kyiv: NUFVSU [in Ukrainian].
3. Kurylko, M.F. (2016) Menedzhment i marketynh sportu [Management and marketing of sports]. Investytsii u sporti: zbirnyk naukovykh prats uchasnykiv X Mizhnarodnoi Internet naukovo–metodychnoi konferentsii «Aktualni problemy rozvytku tradytsiinykh i skhidnykh yedynoborstv» (pp. 374-377). Kharkiv: NANGU [in Ukrainian].
4. Leonova, Yu. O., Bondar, A. S. (2020). Upravlinnia rynkom sportyvno-ozdorovchykh posluh: problemy ta osoblyvosti [Management of the sports and health services market: problems and features]. *Infrastruktura rynku* (Vol. 43), (pp. 189-195). URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/36.pdf. [in Ukrainian].
5. Pakulin, S.L, Ananchenko, K.V, Arkania, R.A. (2016). Metodolohichni aspekty pobudovy naukovo obgruntovanoi systemy sportyvnoi pidhotovky tkhekvondystiv: naukova stattia [Methodological aspects of building a scientifically based system of sports training for taekwondo players: scientific article]. *Shliakh nauky: Mizhnarodnyi elektronnyi naukovyi zhurnal* (Vol. 10) (pp. 3.1-3.15). URL: http://pathofscience.org/index.php/ps/ article/ view/223/248 [in Ukrainian].
6. Sayenko, V. G. (2009). Problemy pidhotovky menedzheriv dlia sfery skhidnykh yedynoborstv. [Problems of training managers for the field of oriental martial arts]. URL: https://www.researchgate.net/profile/Volodymyr-Saienko/publication/308201634_Problemi_pidgotovki_menedzeriv_dla_sferi_shidnih_edinoborstv/links/57dd4a9408ae5292a37cb200/Problemi-pidgotovki-menedzeriv-dla-sferi-shidnih-edinoborstv.pdf [in Ukrainian].
7. Shandrigos, V.I., Blazheyko, A.I., Latyshev, M.V. (2022). Stan i perspektyvy rozvytku vilnoi borotby v Ukraini. [The state and prospects for the development of freestyle wrestling in Ukraine]. *Yedynoborstva*. (Vol. 2(24)), (pp. 96–116). URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/42575/1/M_Latyshev_E_2_FZFVS.pdf [in Ukrainian].
8. Barczyńsk, B.J, Kalinaa R.M. (2015). Science of martial arts – Example of the dilemma in classifying new interdisciplinary sciences in the global systems of the science evaluation and the social consequences of courageous decisions. URL: https://pdf.sciencedirectassets.com/306234/1-s2.0-S2351978915X00047/1. DOI: https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.199.
9. Delory, R., Roland, P., Sirost, O. (2018). Mixed Martial Arts: Civilizing or Decivilizing Process? A Bibliometric Analysis. *The Philosophical Journal of Conflict and Violence* (Vol. II, Issue 2*)*. URL: .
10. Government Funding for Martial Arts School Business. URL: https://www.canada startups.org/government-funding-for-martial-arts-school- business/
11. Kirk, C., Langan-Evans, C., Clark, D.R, Morton, J. P (2021). Quantification of training load distribution in mixed martial arts athletes: A lack of periodisation and load management. PLoS ONE 16(5):e0251266. DOI: https://doi.org/10.1371/journal. pone.0251266.
12. Koronios, K., Ntasis, L., Dimitropoulos, P., Gerke, A. (2021). Unlocking the black box of sponsorship in participant-based sport. *Sport, Business and Management: An International Journal*. (Vol.12(5), (pp. 598-617). DOI: https://doi.org/10.1108/SBM-12-2021-0148.
13. Koronios, K., Thrassou, A., Ntasis, L., Sakka, G. (2022). "Participant or spectator? Comprehending the sport sponsorship process from different perspectives". *EuroMed Journal of Business*. (Vol. 19, Issue 2), (pp. 298-313). URL: https://www.emerald.com/ insight/content/doi/10.1108/EMJB-03-2022-0062/full/html?skipTracking=truehttps. DOI: https.org/10.1108/EMJB-03-2022-0062.
14. Langford, T. (2014). Building a Sustainable Business Model: an Analysis of Martial Arts Organizations from a System and a System of Systems Perspective. California State University: East Bay. 115 p. URL: . California State University. East Bay.. 115 p. URL: .
15. Martial Arts Constitution. URL: https://www.scribd.com/document/ 325008858/Martial-Arts-Constitution.
16. McNamara, J. D. (2023). The Effect of Modern Marketing on Martial Arts and Traditional Martial Arts Culture. URL: https://thesportjournal.org/article/the-effect-of-modern-marketing-on-martial-arts-and-traditional-martial-arts-culture/
17. Vertonghen, J., Theeboom, M., Dom, E., De Bosscher, V. and Haudenhuyse, R. (2014). The Organization and Regulation of Full Contact Martial Arts: *A Case Study of Flanders Societies*. (Issue 4), (pp. 654-671*)*. DOI: https://doi.org/10.3390/soc4040654.
18. Weaver, J. Ethics In Marketing: Balancing Profitability with weaver Social Responsibility and Consumer Trust. URL: ethics-marketing-balancing-profitability-social-consumer-josh.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

Мічуда Юрій Петрович https://orcid.org/0009-0001-8404-8612, ypmichuda2017@gmail.com.
Коломієць Костянтин Володимирович +380973272930
Національний університет фізичного виховання і спорту України, вул. Фізкультури, 1, м. Київ, 03150, Україна

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Michuda Yury https://orcid.org/0009-0001-8404-8612, ypmichuda2017@gmail.com.
Kolomiets Kostyantyn +380973272930
National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Fizkultury str., 1, Kyiv, 03150, Ukraine