

<https://doi.org/10.52449.soh22.47>

## MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR DE CULTURĂ FIZICĂ ȘI SPORT

**Stratulat Serghei<sup>1</sup>**, doctorand

**Dorgan Viorel<sup>2</sup>**, dr. hab., prof. univ.

<https://orcid.org/0000-0002-4649-4734>

**Budevici-Puiu Anatolie<sup>3</sup>**, dr., prof. univ.

<https://orcid.org/0000-0002-5362-1156>

<sup>1,2,3</sup>Universitatea de Stat de Educație Fizică și Sport, Chișinău, Republica Moldova

***Abstract.** Physical culture and sports organizations are the most important subjects of market relations in the field of physical culture and sports. Service - any activity or benefit that one party can provide to another that is generally intangible and does not result in the forfeiture of anything. The production of services may or may not be associated with a commodity in its material form. The main task of management in the field of physical culture, health improvement and sports services is to intentionally influence the workers of the physical culture organization to create conditions to meet the needs of people in physical culture and sports services, to increase the efficiency and the quality of this work, to ultimately receive financial return. It should be emphasized right away that a significant amount of literature is devoted to service issues, a large number of definitions of this concept are known. Here is the one most frequently used by specialists in the field of studying the service sector. This was provided by renowned marketing expert Philip Kotler.*

***Keywords:** physical culture, management, educational organizations, physical culture and sport.*

**Introducere.** Organizațiile de cultură fizică și sport urmăresc scopul dezvoltării și promovării culturii fizice și a sportului în rândul diferitelor grupuri ale populației, creează condiții pentru protecția și fortificarea sănătății sportivilor și a altor persoane care participă la competiții sportive și activități educaționale și de formare, oferă sportivilor și antrenorilor condițiile necesare pentru antrenament și de asemenea, ajutați în alt mod aceste persoane să obțină rezultate sportive ridicate.

**Metoda normativă.** Se bazează pe utilizarea normelor și standardelor stabilite pentru consumul de grămezi vii și materializate pentru a determina cantități variabile. Este utilizat pentru a fundamenta o măsură cantitativă a obiectivelor planificate sau a calculelor tehnice și economice. Un exemplu poate fi dezvoltat și utilizat pe scară largă în practica normelor de consum de materii prime, materiale, combustibil, forță de muncă, resurse financiare pe unitate de producție, cota de impozitare etc. se bazează pe „Codul de reguli pentru proiectare și construcție”, care prevede atât dimensiunea aproximativă a spațiilor și sălilor pentru diferite tipuri de activități de sănătate și fitness, cât și capacitatea acestora.

În plus, în domeniul culturii fizice, există standarde specifice: aptitudinea fizică a diferitelor categorii ale populației, sportivitatea, care sunt utilizate pe scară largă în planificarea dezvoltării socio-economice a industriei, precum și a regiunilor.

**Metoda experimental-statistică** - caracterizată printr-o orientare către rezultatele efectiv realizate în trecut, prin extrapolarea căreia se determină planul indicatorului solicitat. Această metodă de planificare este destul de simplă și este utilizată pe scară largă în calculele de planificare. Astfel de tehnici ale acestei metode sunt bine cunoscute, cum ar fi: calculul prin media aritmetică, prin intermediul unei medii mobile, expert, calculul prin procentul

anual de modificări etc. Dar această metodă are un dezavantaj semnificativ - indicatorul planificat va reflecta nivelul actual de lucru cu erorile sale din trecut.

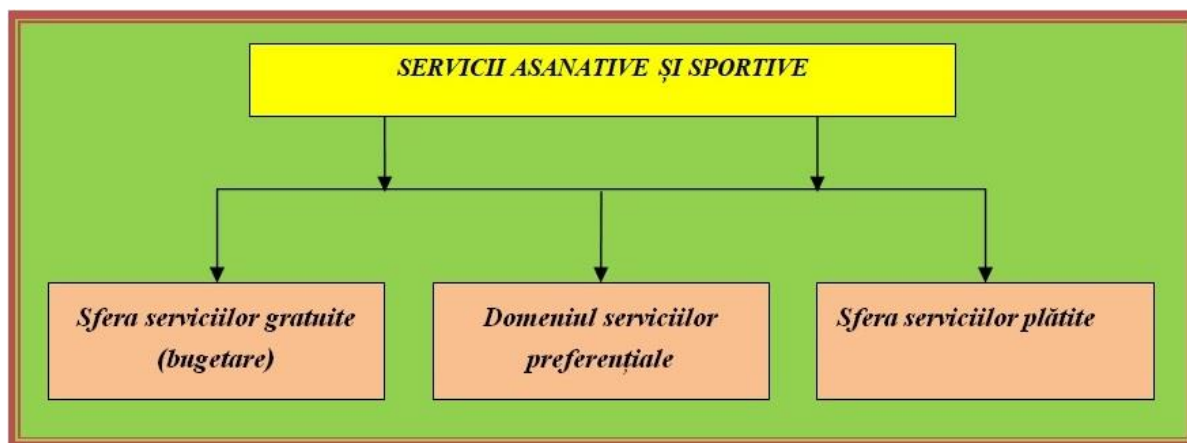
Cultura fizică și organizațiile sportive sunt cele mai importante subiecte ale relațiilor de piață în domeniul culturii fizice și al sportului. Principalul produs al activității lor este cultura fizică și serviciile sportive. Înainte de a continua analiza stării actuale a culturii fizice, a îmbunătățirii sănătății și a serviciilor sportive, vom lua în considerare pe scurt ideea generală a serviciului, care s-a dezvoltat în literatura de specialitate. Trebuie subliniat imediat că o cantitate semnificativă de literatură este dedicată problemelor serviciilor, un număr mare de definiții ale acestui concept sunt cunoscute. Iată cea mai frecvent utilizată de specialiști în domeniul studierii sectorului serviciilor. Acesta a fost furnizat de renumitul expert în marketing Philip Kotler.

Serviciu - orice activitate sau beneficiu pe care o parte îl poate oferi celeilalte și care este în general intangibil și nu duce la confiscarea a nimic. Producția de servicii poate fi sau nu asociată cu o marfă în forma sa materială.

Având în vedere importanța furnizării de servicii în structura complexului socio-economic al țării, au fost elaborate documente de reglementare care reglementează procesele de furnizare a serviciilor populației, în special standardele de stat în acest domeniu al vieții economice. În aceste documente se acordă un anumit loc aparatului conceptual al acestei sfere. Deci, în standardul de stat „Servicii pentru populație. Termeni și definiții” dezvăluie conceptul de serviciu social și cultural, care este înțeles ca un serviciu pentru satisfacerea nevoilor spirituale, intelectuale și menținerea vieții normale a consumatorului.

În teorie și în practică, se crede pe bună dreptate că majoritatea covârșitoare a serviciilor produse și consumate în ramura „Cultură fizică și sport” se referă în mod specific la servicii sociale și culturale. Dezvoltarea rapidă a economiei de piață din țară a dus la o varietate semnificativă de tipuri de cultură fizică, servicii de sănătate și sport în domeniul culturii fizice și al sportului. Pentru a gestiona eficient procesul de furnizare a serviciilor, acestea ar trebui clasificate din diferite motive.

În primul rând, serviciile luate în considerare pot fi efectuate în detrimentul diferitelor surse financiare: din fonduri de consum public ca gratuit (buget), preferențiale (pe baza documentelor de reglementare relevante) și plătite.



În ceea ce privește conținutul, serviciile sportive de cultură fizică și fitness includ:

- desfășurarea orelor de cultură fizică și sport;
- desfășurarea de evenimente sportive și de divertisment;
- organizarea și desfășurarea procesului educațional și de formare;
- furnizarea de cultură fizică și de recreere și facilități sportive populației;
- servicii de informare și consultanță și educaționale;
- alte servicii sportive.

În ceea ce privește obiectivele de producție, serviciile pot fi comerciale (o organizație de cultură fizică urmărește scopul de a furniza servicii pentru a obține profit financiar) și necomercială (implementarea unui proiect social pentru dezvoltarea culturii fizice la locul de reședință pentru diferite categorii ale populației).

Pentru managementul din domeniul educației fizice, al sănătății și al serviciilor sportive, este important ca managementul să înțeleagă clar ce include conținutul acestor servicii.

Organizarea orelor de cultură fizică și sport include:

- cursuri în grupuri de pregătire fizică generală și cultură fizică care îmbunătățește sănătatea;
- elaborarea de recomandări individuale (de grup) privind modul de instruire;
- organizarea de competiții în grupuri de studiu, echipe, școli și cluburi pe sport;
- măsuri de rehabilitare și consultații metodologice;
- realizarea diferitelor tipuri de petrecere a timpului liber, luând în considerare particularitățile serviciilor furnizate, inclusiv evenimente culturale și de divertisment, precum și diverse tipuri de activități în aer liber, ținând cont de cerințele de siguranță, inclusiv de asistență medicală.

Sarcina principală a managementului în domeniul culturii fizice, al îmbunătățirii sănătății și al serviciilor sportive este aceea de a influența în mod intenționat lucrătorii organizației de cultură fizică pentru a crea condiții pentru a satisface nevoile oamenilor din serviciile culturii fizice și a sportului, pentru a crește eficiența și calitatea acestei lucrări, pentru a primi în cele din urmă profit financiar.

Succesul managementului în acest domeniu este determinat de mulți factori care ar trebui luați în considerare în activitățile de management. Acești factori includ:

- gusturile consumatorilor;
- numărul de consumatori;
- veniturile în numerar ale consumatorilor; puterea lor de cumpărare;
- nivelul prețurilor pentru bunurile și serviciile sportive;
- nevoile și dorințele specifice de activitate fizică pentru a îmbunătăți sănătatea sau alte obiective susținute de puterea de cumpărare;
- starea demografiei regionale;
- starea demografiei personale a consumatorilor (vârstă, sex, nivel de educație, profesie etc.);
- criterii de stil de viață;

- frecvența criteriului de ocupare (sistematicitate și durată a exercițiilor fizice și sportive etc.).

Principalul factor al activității eficiente a unei culturi fizice și a unei organizații sportive este capacitatea sa de a satisface nevoile populației în cultură fizică și servicii de sănătate și sport.

Nu numai serviciile sunt diverse, ci și organizațiile care le furnizează. În același timp, cultura fizică și serviciile de sănătate și sport pot fi, după cum sa menționat deja, bugetare, preferențiale și plătite. Pe lângă organizațiile din domeniul culturii fizice și al sportului, sunt oferite servicii:

- în instituțiile de stat: *în sistemul de învățământ* - organizații educaționale ale preșcolarului; învățământ general primar general, secundar general și de bază general; organizații educaționale din învățământul profesional secundar; instituții de învățământ din învățământul superior; organizații educaționale de educație suplimentară pentru copii; *în sistemul de sănătate* - policlinici, spitale; centre de reabilitare, dispensare medicale și fizice.

În alte zone ale complexului economic al țării, aceste servicii pot fi, de asemenea, furnizate (de exemplu, cultura fizică la locul de muncă, grupurile de sănătate din parcurile de cultură și recreere):

- în organizații comerciale de cultură fizică și sport - cluburi de fitness, centre de fitness etc.

- în organizații non-profit - cluburi sportive din organizații educaționale de la locul de reședință.

Trebuie remarcat faptul că procesul de furnizare a serviciilor de sănătate și fitness și sport diferă de procesul de producție și vânzare a articolelor sportive într-un număr de indicatori. Aceste diferențe își lasă amprenta asupra managementului organizației care furnizează aceste servicii. Motivul principal al specificității managementului în aceste circumstanțe constă în caracteristicile serviciilor în sine. Aceste trăsături au fost formulate de Philip Kotler.

Serviciile au patru caracteristici care trebuie luate în considerare.

- Intangibilitate. Serviciile sunt intangibile. Nu pot fi văzute, gustate, auzite sau mirosite până nu sunt cumpărate.

- Inseparabilitatea de sursă. Un serviciu este inseparabil de sursa sa, fie că este vorba despre o persoană sau o mașină, în timp ce un produs material există indiferent de prezența sau absența sursei sale.

- Variabilitatea calității. Calitatea serviciilor variază foarte mult în funcție de furnizorii lor, precum și de momentul și locul livrării.

- Non-persistență. Serviciul nu poate fi stocat.

Prin urmare, gestionarea unei culturi fizice și a unei organizații sportive ar trebui să ia în considerare aceste trăsături caracteristice culturii fizice și a serviciilor de sănătate.

**Concluzii:**

În urma celor expuse concluzionăm că sarcina principală a managementului în domeniul culturii fizice de îmbunătățire a sănătății și a serviciilor sportive este de a influența individual și intenționat lucrătorii organizațiilor de cultură fizică pentru a satisface nevoile oamenilor și pentru sporirea eficacității și calității serviciilor de cultură fizică prestate.

**Referințe bibliografice:**

1. Afanasyev, V.G. (1981). Societate: consecvență, cunoaștere și management. M.: Politizdat, p.19.
2. Ansoff, I. (2009). Management strategic. Ediție clasică. M.: SPb.: Peter. 344 p.
3. Budevici-Puiu, A., Dervici, A. (2019). Tehnologii moderne informaționale în domeniul culturii fizice și sportului Sport. Olimpism. Sănătate: Congres Științific Internațional: Culegere de rezumate. Ediția a IV-a. Chișinău: USEFS. 184 p.
4. Budevici-Puiu, A., Braniște, G., Popa, G. (2020). Management aplicat în știința sportului și educației fizice. Chișinău: USEFS, (Tipogr. "Valinex"). 163 p.
5. Budevici-Puiu, A., Lungu, E. (2018). Innovative tourism management in Republic of Moldova. In: International scientific conference "Traditions, realities and perspectives of the physical culture development", 25-26 May, Chișinău, USEFS. P. 17
6. Filippov, S. S. (2012). Domeniul juridic de gestionare a unei culturi fizice comerciale și a unei organizații sportive. În: Buletinul Institutului de Economie și Tehnologii Sociale, № 1.
7. Filippov, S.S. (2009). Susținerea informațiilor privind activitățile de management ale organizațiilor de cultură fizică. M.: Sport sovietic. 164 p.
8. Guskov, S.I. (1995). Marketing sportiv. Kiev: Literatura Olimpică. 296 p.
9. Kotler, F. (1990). Fundamentele marketingului. Din engleza. M.: Progres. 736 p.
10. Svetsitsky, A. L. (1999). Psihologia managementului organizațiilor: manual. SPb.: Editura din Sankt Petersburg. Universitatea, 1999. 224 p.
11. Teoria și metodologia culturii fizice: manual. Ed. prof. Yu. F. Kuramshina. M.: Sport sovietic, 2010.

<https://doi.org/10.52449.soh22.48>

## APRECIEREA NIVELULUI DEZVOLTĂRII CAPACITĂȚILOR COORDINATIVE LA FOTBALIȘTII JUNIORI ÎN FUNCȚIE DE POSTUL DE JOC

**Tatarcan Cătălin Andrei<sup>1,2</sup>**, doctorand, asistent univ.

<https://orcid.org/0000-0002-0990-6533>

**Braniște Gheorghe<sup>3</sup>**, dr., conf.univ.

<https://orcid.org/0000-0003-1995-2442>

<sup>1</sup>Universitatea „Ștefan cel Mare”, Suceava, România

<sup>2,3</sup>Universitatea de Stat de Educație Fizică și Sport, Chișinău, Republica Moldova

***Abstract.** The selection of beginner footballers into playing positions begins at the age of 12-13, when each athlete is assigned certain playing functions. As a rule, in such cases, the coaches select their footballers according to certain criteria, often these are the physical development of the athletes, the level of their motor training, etc. It is clear that each game position has a certain content and a certain motor structure, given that each has certain tasks to perform during the game. These things dictate the need to implement the differentiated selection of junior footballers according to the level of development of their coordination capabilities. In order*