

Sonaxanım İBRAHİMOVA

MUSİQİ MENECEMENTİNİN İNFRASTRUKTURUNA DAİR

The title of article: About the infrastructure of music management

Abstract

The article dedicated to the infrastructure of music management. The internal and external spheres, parts and influence factories of them belong to the infrastructure of management activities. The author explored these issues of music management. In this article suggestions about these problems are put forward.

Key words: *universal infrastructure of management, internal and external spheres, influence factories, music management*

Название статьи: Об инфраструктуре музыкального менеджмента

Аннотация

В статье рассматривается инфраструктура общего менеджмента в аспекте музыкального менеджмента. По мнению автора, менеджмент всех видов деятельности, коммерческих и некоммерческих предприятий, бизнеса, а также музыкального искусства и музыкальной индустрии, вместе имеют некоторые общие особенности, характеристики, закономерности. Исходя из этого, выясняется внутренние и внешние среды, а также их особенности, воздействующие факторы в инфраструктуре менеджмента.

Ключевые слова: *общая инфраструктура менеджмента, внутренние и внешние среда, воздействующие факторы, музыкальный менеджмент*

Musiqi menecmentinin infrastrukturunu ümumi menecment infrastrukturundan başlanğıc alır. Menecmentin ümumi infrastrukturunu bilmədən musiqi incəsənətində menecer fəaliyyətini həyata keçirmək mümkün deyil. Çünki menecment, hansı sahədə və müəssisədə tətbiq olunmasından asılı olmayaraq, ümumi nəzəri və praktik qanunauyğunluqlara, idarəetmə şərtlərinə malikdir. Bu baxımdan, musiqi menecmenti də müəssisənin (kommersiya, qeyri-kommersiya), təhsilin, yaxud biznesin idarə olunmasındakı ümumi qaydalara, prinsiplərə, şərtlərə, nəzəri-praktik məsələlərə bələd olmalı, onlara əməl etməyi, həyata keçirməyi bacarmalıdır. Musiqi menecmentinin infrastrukturunu bilmək üçün müəssisə (təşkilat, qurum) fəaliyyəti üzərində dayanmağı məqsədyönlü sayırıq. Musiqi menecmentinin infrastrukturunu daxili və xarici mühitlərə malikdir. Hər bir mühitin isə ayrı-ayrılıqda özünəməxsus tərkib hissələri, xüsusiyyətləri, mürəkkəbliyi, dəyişmə səviyyələri, təsir amilləri və şərtləri vardır. Bu mühitlər sistem şəklində və birlikdə menecmentin infrastrukturunu təşkil edirlər.

Hər bir fəaliyyət, yaxud müəssisə (təşkilat, qurum) müəyyən mühitdə yerləşir və yaşayır. Menecmentdə hər hansı fəaliyyətin, müəssisənin mühiti mənasında ona təsir göstərən, idarəçilik qərarları və ya uyğunlaşma tələb edən şərt və amillərin məcmucu başa düşülür. Bütün fəaliyyətin və ya müəssisələrin işləməsi məhz mühitin yol verdiyi təqdirdə mümkün olur.

Menecmentdə fəaliyyətin və ya müəssisənin mühiti daxili və xarici mühitlərə bölünür.

Daxili mühit fəaliyyətin və ya müəssisənin (təşkilatın, qurumun) bütün təsərrüfat orqanizmidir, onun elmi-texniki və istehsal baxımdan sərfəli, qazancılı işləməsinə yönələn idarəetmə mexanizmini özündə ehtiva edir. Daxili mühit, bu, “müəssisənin həyat mənbəyi” deməkdir. O, müəssisənin müəyyən dövrdə yaşamasına, işləməsinə imkan verən potensialdan ibarətdir. Menecment daxili mühitə qurumun bütövlükdə qlobal strukturu kimi baxır, bu qlobal struktura isə onun bütün istehsal gücü, maliyyə, sığorta, nəqliyyat bölümləri aiddir. Bununla belə, daxili mühit müəssisənin mövcudluğunu təmin etmədikdə, onun məhvinə səbəb ola biləcək problemlərə gətirib çıxarır.

Müəssisənin yaşamasında daxili mühit başlıca rol oynayır. Çünki daxili mühit müəssisənin əsaslandığı potensialı və imkanları müəyyən etməyə yönəlir. Bu baxımdan, menecmentdən müəssisənin güclü və zəif tərəflərini öyrənmək tələb olunur. Güclü tərəflər müəssisənin rəqabətə davamlılığını, rəqabət aparmasını təmin edir və müəssisə onları daha da genişləndirməli, möhkəmləndirməlidir. Lakin zəif tərəflər də diqqətlə araşdırılmalı və müəssisə onlardan kənar olmaq yollarını aramalıdır.

Daxili mühitin təhlilində daxili-dəyişkən amillərin müəyyən edilməsi əsas məqsədlərdən sayılır. Bu amillər rəqabətə davamlı olmağa, strateji mövqeləri müəyyən etməyə gərəklidir. Daxildəki dəyişmələr müəssisənin situativlik amillərindən ibarətdir. Bu amillərə birinci növbədə

məqsədlər, vəzifələr, struktur, insanlar, texnologiya aid edilir. Məqsəd üzərində dayanaq. Müəssisə - bu, müəyyən məqsədlərin həyata keçirilməsi uğrunda birgə fəaliyyət göstərən insanların qrupudur. Müəssisəyə məqsədin həyata keçirilməsi vasitəsi kimi də vaxıla bilər, belə halda məqsədi fərdi şəkildə həyata keçirə bilməyən insanlar ona kollektiv şəkildə nail olurlar. Hər bir müəssisənin ilk məqsədi onun yaşaması və gəlir əldə etməsidir. Əlbəttə, gəlir, qazanc məqsədi bütün müəssisələrə, ilk növbədə qeyri-kommersiya fəaliyyətinə, xeyriyyə fondlarına, ictimai təşkilatlara aid deyildir. Lakin buna baxmayaraq, gəlirin başqa göstəriciləri – müəssisənin qazandığı nüfuz, yaxşı imic, xidmət səviyyəsinin yüksək olması, xidmət göstərən və xidmət göstərilənin razı qalması, personalın yaxşı məvaciblə təminatı və s. bu kimi qeyri-maliyyə qazanc növləri bütün kommersiya və qeyri-kommersiya fəaliyyətlərinin məqsədinə daxildir. Ona görə də, məqsədin oriyentasiyası və məsuliyyəti menecment tərəfindən düzgün və dəqiq müəyyən edilməlidir. Bundan başqa, müəssisənin daxilindəki yarımqruplar və bölmələr də öz məqsədlərini onun əsas məqsədinə doğru yönəltməli və yöndə həll etməlidirlər. Vəzifə amili isə müəssisədə əmək bölgüsündən başlayır. Müəssisənin hər bir işçisi öz üzərinə düşən işi, vəzifəni həyata keçirməklə, onu məqsədə çatmağa doğru aparır. Adətən, vəzifələri 3 kateqoriyaya bölürlər: insanlarla işləmək, predmetlərlə işləmək, informasiyalarla işləmək. Vəzifələrin müsbət yerinə yetirilməsində iki mühüm amil rol oynayır: vaxtdan səmərəli istifadə və işçinin yüksək ixtisas səviyyəsi. Menecmentdə fəaliyyətin səmərəliliyini və məqsədi təmin edən daxili texnoloji resurslar da düzgün müəyyən olunmalıdır. Menecment nəzəriyyəçilərindən Çarlz Perrou, Ceyms Tompson, Coan Vurdvord və b. daxili mühitdə texnologiyanın nədən ibarət olması barədə müxtəlif fikir və təkliflər irəli sürmüşlər. Struktur isə müəssisənin işləməsinə təşkil və təmin edən məntiqi quruluşdur. Müəssisənin məqsəd və vəzifələrini həyata keçirən bölmələr və onların arasındakı əlaqələr düzgün müəyyən olunmalıdır. Bu işdə istisaslaşmış vəzifə bölgüsü müsbət rol oynayır. İdarəetmədə ixtisaslaşmış əmək bölgüsü horizontal, funksional, şaquli xətlərlə həyata keçirilir. Müəssisədə insan amili aparıcı daxili amildir. Çünki müəssisənin, qurumun məqsədini də, vəzifələrini də, proseslərini və fəaliyyətini də insanlar həyata keçirirlər. Buna baxmayaraq, müəssisə daxilində insanların fəaliyyəti 5 əsas funksional prosesə görə qruplaşdırılır. Bu qruplar da menecmentin obyektinə (müəssisənin idarə olunmasına) daxildir. Bu funksional qruplara aiddir: 1. istehsal; 2. marketinq; 3. maliyyə; 4. kadrlarla iş; 5. ekkouting (təsərrüfat fəaliyyətinin uçotu və təhlili).

Daxili mühiti nəzər yetirdik. Bəs müəssisənin xarici mühiti nədir və menecmentin xarici mühitlə bağlı fəaliyyəti nədən ibarətdir?

Xarici mühit, sadə desək, fəaliyyətin və ya müəssisənin ətraf aləmidir, yaxud ətraf aləmi təşkil edən amillərin məcmusudur. Bu amillər qurumun fəaliyyətindən asılı olmadan yaranırlar, lakin

onun işləməsinə təsir göstərə bildikləri üçün idarəetmə (menecment) qərarları tələb edirlər. Müəssisə özünün cari və ya perspektiv nəticələrinə təsir göstərə bilən, ilk növbədə isə daxili mühitin durumuna təsir edən xarici amilləri təhlil etməli, dəqiq müəyyənləşdirməlidir.

Menecment xarici mühitə müəssisənin daxili potensialını lazım olan səviyyədə saxlaya bilən, onu vacib resurslarla qidalandırılan vasitə kimi yanaşır. Çünki müəssisə xarici mühitlə daimi mübadilə şəraitində işləyir. Lakin xarici mühitin resursları çoxdur və onlara başqa müəssisələr də şərik olurlar. Buna görə, bəzən müəssisə xarici mühitdən özünə lazım olan resursları götürə bilmir, nəticə etibarilə, bir çox neqativ hallarla qarşılaşır, iş imkanları zəifləyir. Strateji menecmentin vəzifəsi bundan ibarətdir ki, müəssisənin mühitlə qarşılıqlı əlaqəsini təmin etsin, elə bir əlaqə ki, onu uğurlu məqsədlərinə və nəticələrinə çatdıran potensial imkanların lazımı səviyyəsini qoruya bilsin. Lakin təcrübə göstərir ki, müəssisəni əhatə edən xarici mühit çoxlu sayda amillərdən ibarət olduğundan, onların hamısına əsaslanmaq praktik cəhətdən mümkün deyil. Bu da nəzərə alınmalıdır ki, qurumun fəaliyyətinə bütün xarici amillər eyni dərəcədə təsir göstərmirlər. Buna görə də, yalnız müsbət nəticəyə təsir edən xarici amillərin nəzərə alınması ilə kifayətlənmək olar. Beləliklə, xarici mühitə müəssisənin effektiv işləməsinə müsbət təsir edən amillərin məcmusu kimi yanaşılır.

Xarici mühitin təsiri müəyyən xarakterik xüsusiyyətlərə malikdir:

1. Təsir edən amillərin kəmiyyəti və müxtəlifliyi ilə səciyyələnən mürəkkəblilik. Dəyişən amillərin sayı çox olduqca (buna dəyişmə dərəcəsi, dəyişmə səviyyəsi və ya dəyişmə əmsalı, və ya sadəcə, dəyişkənlik də deyilir), müəssisənin xarici mühitin mürəkkəbliyi ilə də artır. Mürəkkəblilik müəssisənin ətraf mühitin elementlərinin coğrafi dispersiya və ya konsentrasiyanın dərəcəsi ilə ölçülür. O elementlərə konkurentlər, tədarükçülər və tənzimləyici orqanlar daxildir. Mürəkkəblilik həm də bazarın müxtəlifliyinin göstəricisidir, bu bazar ətraf mühitin soasil-mədəni, iqtisadi, texnoloji, ekoloji və siyasi aspektlərində baş verən dəyişmənin təsiri ilə formalaşır. Ətraf mühitin mürəkkəbliyini müəyyən edən aşağıdakı elementləri göstərmək olar:

- tədarükün, əməyin, sahəvi satışın, bazarın müəyyən sektorunda konkret kompaniyaların coğrafi konsentrasiyasının (dispersiyasının) səviyyəsi;
- bazarda eyni kateqoriyadan olan materialların tədarükçülərinin kəmiyyəti;
- bazarda sosial-mədəni diversifikasiyanın səviyyəsi;
- bazarda bütün biznes formalarının diversifikasiyasının səviyyəsi;
- sahə daxilində texnoloji diversifikasiyanın səviyyəsi və s.

2. Qarşılıqlı təsir göstərən amillərin əlaqə səviyyəsilə səciyyələnən qarşılıqlı asılılıq.

3. Bisnes və menecmenti müşayiət edən təsadüflərlə səciyyələnən və xarici mühit amillərinin dəyişmə sürəti ilə xarakterizə olunan qeyri-müəyyənlik. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyini, yaxud ətraf mühitin dinamizmini ölçmək üçün ümumi dəyişkən amillər bunlardır:

- tədarük qiymətlərinin dəyişmə dərəcəsi;
- konkurent qiymətlərinin dəyişmə dərəcəsi;
- əmək təklifində dəyişmənin dərəcəsi;
- məhsula olan tələbatların dəyişmə dərəcəsi;
- kapitalın qiymətinin dəyişmə dərəcəsi;
- maliyyələşmə imkanlarının dəyişmə dərəcəsi;
- rəqabət metodlarının dəyişmə dərəcəsi;
- bazarı tənzimləmə siyasətinin dəyişmə dərəcəsi;
- bazarda təzahür edən yeni konkurentlər tərəfindən şərtlənən fəallıq səviyyəsi;
- sahəvi təzahür edən yeni texnologiyanın təsiri nəticəsində dəyişmə dərəcəsi və s.

Bu dəyişən amillərin təhlili göstərir ki, onlar əsasən alıcılar, tədarükçülər və konkurentlər kimi kateqoriyalarda baş verən dəyişmələrin dərəcəsini müəyyən edirlər. Öz növbəsində biznesdə baş verən dəyişmələrin məzmunu da dəyişən amillərə aid ola bilər. Buna görə də, xarici mühitin dinamikasına təsir məqsədi ilə ətraf mühitin təhlili zamanı bu dəyişkənlik amillərinin hamısı nəzərə alınmalıdır.

Müəssisənin xarici mühitinin bütün formalarını iki böyük qrupa bölmək olar:

1. **Birbaşa (vasitəsiz) təsir göstərən xarici amillər (mikromühit);**
2. **Vasitəli (dolay) təsir göstərən xarici amillər (makromühit).**

Birbaşa təsir edən xarici amillərə aiddir: tədarükçülər, istehlakçılar, konkurentlər, qanunvericilik, dövlət və bələdiyyə orqanları.

Vasitəli (dolay) təsir edən əsas xarici amillərə aiddir: texnologiya (elmi-texniki tərəqqi ilə şərtlənən texnologiya səviyyəsi), iqtisadiyyatın durumu, sosial-mədəni və siyasi amillər.

Tedarükçülər istənilən biznesin nəticələrinə təsir edən vasitəsiz amildir. Müəssisənin əməliyyatları həyata keçirməsi üçün xarici mühitdən zəruri olan bütün resurları tədarükçülər daxil edirlər. Bu zəruri resurslara ilk növbədə xammal, materillər, kapital, əmək resursları daxildir. Xammalın təzə, keyfiyyətli və yararlı olması, lazımı mirdarda gətirilməsi, onun daşınması, saxlanması kimi məsələlər tədarükçünün üzərinə düşür. Bundan başqa, tədarükə kapital da daxildir ki, bu kapital da müxtəlif mənbələrdən, banklardan əldə olunur. Tedarükçü maliyyə mənbələrini təhlil etməli, banklarla sərəfəli əlaqələr qurmali, kreditlər almağı bacarmalıdır. Əmək resursları da menecmentin uğurlu fəaliyyətinə mühüm təsir göstərir. Buraya ixtisaslaşmış, elmi-texniki tərəqqini bilən mütəxəssis kadrların cəlb edilməsi, ictimaiyyətlə əlaqələr qura bilən fəal reklam

mütəxəssislərin işə cəlb edilməsi aiddir. Əlbəttə, işi yaxşı bilən yüksək ixtisaslı menecerlərin özü də ən əsas əmək resursunu təşkil edirlər. Onlarsız biznes uğuru qazanmaq mümkün deyil, buna görə müəssisələr yaxşı menecer axtarışına çıxır, bütün vasitələrlə onu işə cəlb edirlər. Hətta böyük müəssisələr menecerlərin təhsilinə vəsait ayırır, yaxşı menecer tələbələrin təhsilini maliyyələşdirir, sonda onları işə götürürlər. İstehlakçıya gəlicə, bu öz həyati tələbatlarını ödəmək istəyən vətəndaşlar da, öz biznesini həyata keçirən bu və digər müəssisə də ola bilər. Öz istehlakçısını tapmaq, vətəndaşların tələbatlarını həmişə yüksək səviyyədə ödəyə bilmək biznesin məqsəd və nəticələrindən biridir və müəssisənin yaşamasına əsaslı təsir göstərən xaric amillərə daxildir. Konkurentlər isə müəssisənin rəqabətə davamlılığını artırmaq vəzifəsini həyata keçirirlər. Bu xarici amilsiz istehsalçının və istehlakçının münasibətləri, tələb-təklif bazarının öyrənilməsi, biznesin uğuru mümkün deyildir. Eləcə də, dövlət və bələdiyyə orqanları - vergi, gömrük, istisadi siyasət, xarici ticarət, ixrac-idxala şərait kimi amillər də təsiredici xarakter daşıyırlar.

Beləliklə, biz müəssisənin xarici mühitinin vasitəsiz (birbaşa) təsir amillərini, yəni mikromühiti nəzərdən keçirdik.

Xarici mühitin dolayı (vasitəli) təsir amilləri də, yəni xarici maktomühit də menecment işində vacibdir. Buraya qeyd etdiyimiz kimi, texnologiya, sosial-mədəni, iqtisadi və siyasi amillər daxildir. Fəaliyyətin effektivliyi, rəqabətə davamlılıq kimi şərtlər ilk növbədə müəssisənin hansı texnologiyalar ilə işləməsindən asılıdır. Hər bir müəssisə fəaliyyətində, biznesində nailiyyətlər qazanmaq, özünü yaşatmaq istəyirsə, mütləq elmi-texniki yeniliklərə, yeni texnologiyaları öyrənməyə və tətbiq etməyə başlamalıdır. Çünki texnologiya istehsalın sürətini, onun istehlakçıya çatdırılmasını, texnogen qəzaların qarşısının alınmasını, yeni elmi təcrübələrin tətbiqini, elm ilə istehsalatın əlaqəsini, ən vacibi isə istehsalın keyfiyyətini, texniki avadanlıqların yeniləşməsini təmin edir. Ölkənin iqtisadi vəziyyətinə gəlicə, bu, mühüm amillər sırasındadır, bu amil müəssisənin işinə mənfi və müsbət təsir etməyə qadirdir. İqtisadi mühitin öyrənilməsində iqtisadi yüksəlişi, enişi, böhranları təhlil etmək, bu amilləri irəlicədən hesablamaq lazımdır. Eləcə də əhalinin alıcılıq qabiliyyəti, xammalın və əmək resurslarının qiyməti, investisiya mühitinin demokratikliyi, kreditin faizləri, valyutanın və qiymətli kağızların kursları, bu və digər mala olan tələbatların səviyyəsi, vergi və аренда xərcləri – bütün bu kimi iqtisadi mühit göstəriciləri müəssisənin iqtisadi durumunu həll edən xarici vasitəli təsir amilləridir. Sosial-mədəni mühitə gəlicə, bu xarici mühit də menecment tərəfindən öyrənilməlidir. Belə ki, hər bir müəssisə əhali arasında öz sosial-mədəni mühitini müəyyən etməli və onun dəyərlərinə uyğun işləməlidir. Menecment müəssisənin maraqlarını bu mühitin dəyərlər sistemi ilə, yaş və davranış normativləri və adətləri ilə uyğunlaşdırmalıdır, mədəni amillərə və mühitə lazımi qədər əhəmiyyət verməyi

bacarmalıdır. Çünki əhalinin belə xüsusiyyətlərini düzgün qiymətləndirmək müəssisənin işləməsində, uğurunda müsbət rol oynayır.

Xarici makromühitə daxil olan siyasi amilləri də xüsusi qeyd etməyi lazım bilirik. Çünki ölkədə siyasi sabitlik, demokratiya mühiti, vətəndaş institutları, investorlar, xarici ölkələrlə yaxşı siyasi münasibətlər, administrativ asılılığın demokratik həlli və s. bu kimi siyasi amillər sahibkarlığa və biznesə, o cümlədən menecmentin uğurlu, azad və qanuni fəaliyyətinə yüksək iş şəraitini, hüquqi imkanları yaradır.

Beləliklə, biz menecmentin bütün xarici amil infrastrukturunu da nəzərdən keçirdik, müəssisənin, fəaliyyətin idarə olunmasında hansı xarici mühitin və amillərin təsir etdiyini müəyyənləşdirdik.

Biz təklif edirik ki, musiqi incəsənətində menecment fəaliyyəti də bu kimi daxili və xarici mühiti və onların təsiredici amillərini nəzərə almalı, öz vəzifəsini bu infrastruktur əsasında həyata keçirməlidir. Bu fikrimiz xüsusilə, kommersiya yönümlü musiqi menecmentinə aiddir. Digər tərəfdən, bu təklifimizə musiqi təhsilinin menecmenti tərəfindən də baxıla bilər. Məlum olduğu kimi, bazar iqtisadiyyatı şəraitində peşəkar musiqiçilərin və ya müxtəlif musiqi qruplarının öz peşəkarlıq fəaliyyəti ilə biznes yaratması xarici ölkələrdə artıq kifayət qədər təcrübə əldə etmişdir. Çünki öz əməyi və qabiliyyəti ilə cəmiyyətin mədəni və mənəvi tələb-təklif bazarına, incəsənətin xidmət sferasına daxil olmaq normal hadisədir və hər bir professional musiqiçinin buna cəhd etməsi, onun sənət maraqlarının daha yüksək səviyyədə reallaşması üçün imkan yarada bilər. Bütün bunları təşkil edən, idarə edən və həyata keçirən musiqi (və ya incəsənət) meneceri isə yuxarıdakı daxili və xarici mühit amillərini professional səviyyədə öyrənməli və bilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента. – СПб., 1999. - 809 с.
2. Кезин А.В. Менеджмент: методологическая культура: Учеб.пособие. - М.: Гардарики, 2001. - 269 с.
3. Кэмбел Д. Стратегический менеджмент. / Пер с англ. Н.И. Алмазовой. - М.: Проспект, 2003. - 336 с.
4. Менеджмент организации / под редакцией З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина - М.: ИНФРА , 1996. - 430 с.