

SWOT ANALYSIS - RELEVANT TOOL IN THE IMPROVEMENT OF THE MUSIC INDUSTRY

ANALIZA SWOT – INSTRUMENT RELEVANT ÎN PERFEȚIONAREA INDUSTRIEI MUZICALE

Iurie BADICU, ORCID ID: 0000-0002-3290-3832

ibadicu.official@gmail.com

Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice, Chișinău

Abstract: *Along with other high-performing industries, the music industry has undergone the transformations brought by the post-industrial society, then those imposed by the information society, entering the global digital crisis. The importance and topicality of scientific research in this field is devoid of certain problems, as well as the total conceptual, methodological, organizational, legal, economic components of industries, sufficient and effective internal mechanisms for protection and promotion of local music products and services to be resolved. In the presentation of the material, preference was given to descriptive methods with the application of elements of comparison, analysis and deduction, as well as the search engine Web of Science. To determine the situation of the music industry and highlight new development trends, we used SWOT analysis, which describes: strengths, vulnerabilities, opportunities and threats for this industry.*

Keywords: music industry, SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities, threats.

JEL classification: M00, Z11

Introducere

Dezvoltarea industriei muzicale și-a fortificat identitatea sa culturală, devenind un domeniu care poate avea un impact direct și indirect asupra economiei, prin creștere economică și crearea locurilor de muncă, prin stimularea inovației și prin aport la dezvoltarea socială și durabilă.

De rând cu alte industrii performante, industria muzicală a perindat transformările provocate de societatea postindustrială, apoi cele impuse de societatea informațională, intrând într-un final, în anul 2015, în criză digitală globală. Începută anterior, criza s-a manifestat social prin fenomenul „celor peste 25 de milioane de utilizatori unici, care schimbau între ei fișiere digitale muzicale” [6]. Acesta a și desemnat sfârșitul etapei suporturilor fizice. Astfel, după anul 2016, industria muzicală s-a orientat preponderent către suporturi digitale. În acest context, menționăm că produsele similare costisitoare au fost și sunt înlocuite de alternative digitale mai ieftine. Astfel, dimensiunea mare a interferenței industriei muzicale cu alte sectoare ale activității umane a favorizat evoluția lanțului valoric în industria muzicală.

La etapa actuală, industria muzicală rămâne una slab percepută de către public, fapt ce generează raportare distorsionată a fenomenului și proceselor de apariție a produselor muzicale, la dinamica socio-culturală. Acest aspect se caracterizează prin faptul că populația cu venituri mici consideră industria muzicală drept un domeniu secundar sau extravagant, respectiv nu este promovată ca factor determinant pentru educația și bunăstarea cetățeanului. Prin urmare, participarea la evenimente culturale sunt la un nivel relativ scăzut. Societatea în general, inclusiv mediul de afaceri și autoritățile, nu recunosc pe deplin potențialul industriei muzicale pentru dezvoltarea socială și economică.

Cu referire la dezvoltarea industriei muzicale, spre regret, particularitățile ei, monitorizarea activității, analiza problemelor, apărute în calea dezvoltării, argumentarea politicii de susținere a sectorului dat din partea statului și structurilor private, nu au fost cercetate. În literatura de specialitate, nu sunt investigate suficient și complex modalitățile de valorificare a industriei muzicale. Nu există publicații științifice, dedicate dezvoltării acesteia, nu sunt identificate tendințele și perspectivele de

dezvoltare a ei. Nu s-a realizat nici un studiu teoretic cuprinzător cu privire la: definirea rolului, locului industriei muzicale în spațiul cultural actual al Republicii Moldova.

Importanța și actualitatea cercetării științifice, în acest domeniu, sunt condiționate de abundența noilor servicii și tehnologii de comunicații, care generează anumite probleme, precum lipsă totală a componentelor conceptuale, metodologice, organizatorice, juridice, economice ale industriei, mecanismelor interne suficiente și eficiente de protecție și promovare a produselor și serviciilor muzicale autohtone, care urmează a fi soluționate astfel, încât să asigure utilizatorii cu informații calitative cu referire industria muzicală, utilizând norme și tehnici noi, care să corespundă standardelor europene. Semnificația cercetării se datorează, în deosebi, importanței sarcinilor, pe care industria muzicală este în măsură să le soluționeze în economie și alte sfere ale activității sociale.

Metodologia cercetării

Investigarea teoretică complexă a industriei muzicale, evaluarea potențialului ei, precum și identificarea practică a problemelor au fost cercetate prin analiza SWOT - instrument de lucru utilizat, pentru a facilita deschiderea spre perfecționare. Totodată, la expunerea materialului, s-a acordat preferință metodei descriptive cu aplicarea elementelor de comparație, analiză și deducție, precum și motorului de căutare Web of Science.

În vederea identificării cercetărilor științifice la nivel internațional și aprecierii nivelului de cercetare prin analiza SWOT a industriei muzicale a fost utilizat motorul de căutare Web of Science. Studiul publicațiilor pe platforma Web of Science s-a realizat prin setarea unor criterii ale căutării, astfel, încât să se obțină rezultate relevante pentru cercetare. Primul criteriu, pentru primirea și examinarea datelor, a fost stabilirea cuvântului-cheie în denumirea articolelor „analiza SWOT”, al doilea criteriu a fost determinarea „perioadei” și datelor înregistrate în ultimii 10 ani (2013-2022), iar al treilea criteriu „domeniul artelor”, figura 1.

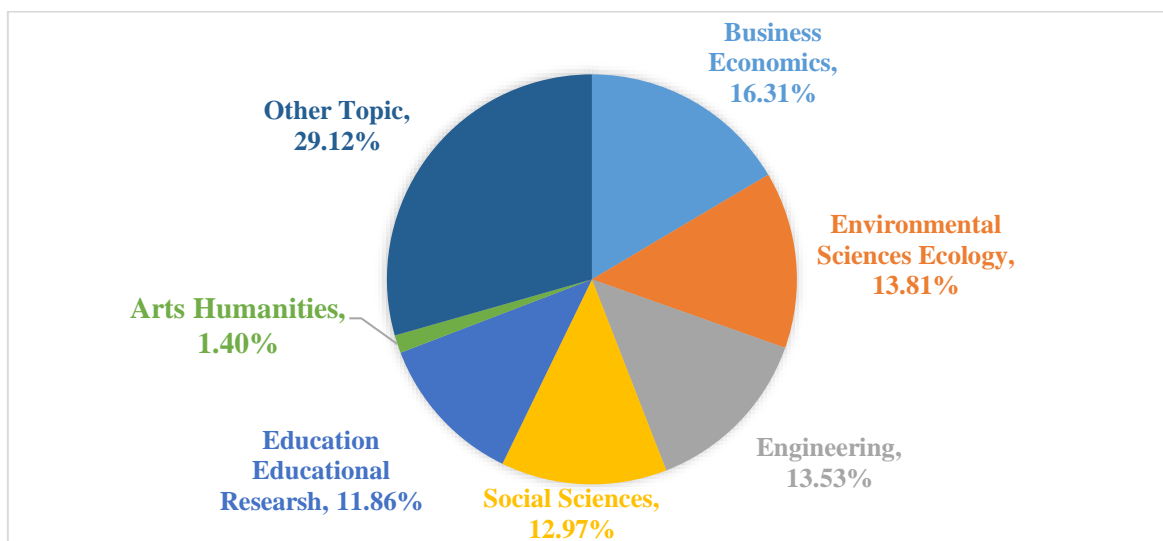


Figura 1. Nivelul de cercetare a diverselor domenii prin analiza SWOT în anii 2013-2022

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor căutării pe Web of Science

Drept rezultat, au fost selectate 717 de lucrări științifice, care corespund criteriilor indicate, dintre care, doar 10 lucrări sunt din domeniul artelor și constituie 1,40%. Deși analiza SWOT este un concept notoriu și utilizat la scară mondială, în diverse domenii, constatăm că există foarte puține publicații științifice, dedicate dezvoltării industriei muzicale prin care să identificăm tendințele și perspectivele de dezvoltare a ei.

Rezultate și discuții

Dezvoltarea industriei muzicale globale depinde de evoluția tendințelor interne și de influența factorilor externi. Dezvoltarea evolutivă conduce la acumularea profitului, la armonizarea normativă și la stabilitate. Totodată, tendințele interne și factorii externi pot provoca probleme, genera crize și

lăsa consecințe, uneori irecuperabile pentru industria muzicală globală. Factorii externi de influență sunt: macroeconomic, tehnologic și cultural, iar tendințele interne ale dezvoltării sunt: digitalizarea și virtualizarea. Industria muzicală globală produce un impact nefast asupra industriilor muzicale locale, întrucât aceste industrii nu posedă mecanisme interne suficiente și eficiente de protecție și promovare a produselor și serviciilor muzicale autohtone. Devenind părți componente a unui construct transnațional și multidimensional, industriile muzicale autohtone - cedează piața internă pentru produse și servicii muzicale de import. Asociate cedărilor, circumstanțele și consecințele interne generează o balanță comercială negativă.

Pentru determinarea evoluției industriei muzicale și evidențierea noilor tendințe de dezvoltare, am utilizat analiza SWOT. Analiza SWOT a industriei muzicale cuprinde: punctele forte, punctele vulnerabile, oportunitățile și riscurile pentru această industrie. Analiza SWOT are un evident caracter calitativ, favorizând formularea unui diagnostic asupra condiției trecute și actuale a domeniului, pe baza răspunsurilor la problemele menționate anterior, conturându-se perspectivele de dezvoltare pe termen lung ale domeniului respectiv. Diagnosticarea în urma utilizării analizei SWOT poate fi definită ca o cercetare complexă a aspectelor economice, tehnice, sociologice, culturale, juridice și manageriale ce caracterizează industria, prin care se identifică punctele forte, punctele slabe, oportunitățile, amenințările și cauzele care le generează și/sau le va genera, se formulează recomandări de eliminare sau diminuare a aspectelor negative și/sau de valorificare a celor pozitive [5]. Prin intermediul său, se pot anticipa schimbările, elabora și implementa strategia optimă pentru a asigura prosperitatea industriei [1].

Analiza SWOT începe prin identificarea caracteristicilor dominante – pozitive și negative ale industriei, precum și a caracteristicilor mediului în care se dezvoltă:

- S – strengths – puncte forte;
- W – weaknesses – puncte slabe;
- O – opportunities – oportunități;
- T – threats – amenințări/obstacole.

Analiza SWOT nu este o preocupare conjuncturală, ea urmează a se elabora ori de câte ori managementul va sesiza schimbări importante apărute pe plan național sau internațional în ceea ce privește tendințele care se manifestă la nivelul diverselor piețe sectoriale sau/și spațiale. Din acest motiv, practica trecerii în revistă a caracteristicilor pozitive și negative atât interne, cât și externe va trebui să fie însușită, astfel încât să fie elaborate noi variante de analiză ori de câte ori va fi necesar [4].

Obiectivul de bază al analizei SWOT constă în evaluarea soluțiilor strategice pe termen mediu sau lung. Pentru a răspunde acestor cerințe, analiza SWOT trebuie să cuprindă următoarele capitole:

- identificarea în mediul intern a Punctelor Forte (S);
- identificarea în mediul intern a Punctelor Slabe (W);
- identificarea în mediul extern a Oportunităților (O);
- identificarea în mediul extern a Amenințărilor (T);
- selectarea punctelor-cheie: Plus, Minus, Interesante (PMI);
- matricea SWOT;
- prezentarea concluziilor în coordonatele PMI (opțional).

Tehnica analizei SWOT a fost dezvoltată în contextul planificării strategice a afacerilor de către cercetătorii universității Harvard [2]. Analiza SWOT este acum un instrument cu largă aplicare în furnizarea de informații de importanță la luarea deciziilor strategice [4].

O parte importantă în analiza SWOT revine identificării amenințărilor și a oportunităților care ar putea să rezulte într-un scenariu anume și apoi pe această bază să se soluționeze problemele și/sau să fie fructificate oportunitățile. Este important de asemenea să fie cunoscute și evaluate amenințările în raport cu punctele slabe și cu punctele forte ale subiectului analizat pentru a cunoaște mai bine măsura în care acestea pot amplifica sau nu anumite disfuncții.

Analiza SWOT poate fi utilizată în rezolvarea mai multor tipuri de probleme, dar este cel mai adesea folosită la elaborarea strategiilor alternative pentru a face față eficient la diferite condiții viitoare posibile și probabile.

Menționăm că analiza SWOT nu este un instrument perfect, el prezentând și neajunsuri ce rezidă din însăși natura sa, presupunând o cercetare a unor elemente greu cuantificabile ale unei situații date. Din acest motiv tratarea amenințărilor trebuie să se facă cât mai obiectiv și mai rațional cu putință.

În funcție de factorii care promovează sau întârzie realizarea obiectivului, cât și de caracterul factorilor interni și externi ce influențează, schematic analiza SWOT [3] se poate prezenta conform tabelului 1.

Tabelul 1. Matricea SWOT și componentele acesteia

	Factori care promovează realizarea obiectivelor	Factori care întârzie realizarea obiectivelor
Factori ai mediului intern	Puncte forte (S) Ce funcționează bine? Care este rezultatul pozitiv al acțiunilor anterioare? Ce consideră consumatorii ca fiind puncte forte?	Puncte slabe (W) Ce se poate îmbunătăți? Care sunt obstacolele care pot împiedica evoluția? Care sunt elementele care trebuie consolidate? Există verigi slabe în lanț?
Factori ai mediului extern	Oportunități (O) Factorii externi care ar putea facilita aplicarea soluției de rezolvare a problemelor.	Amenințări (T) Factorii externi care ar putea împiedica aplicarea soluției de rezolvare a problemelor.

Sursa: elaborată de autor

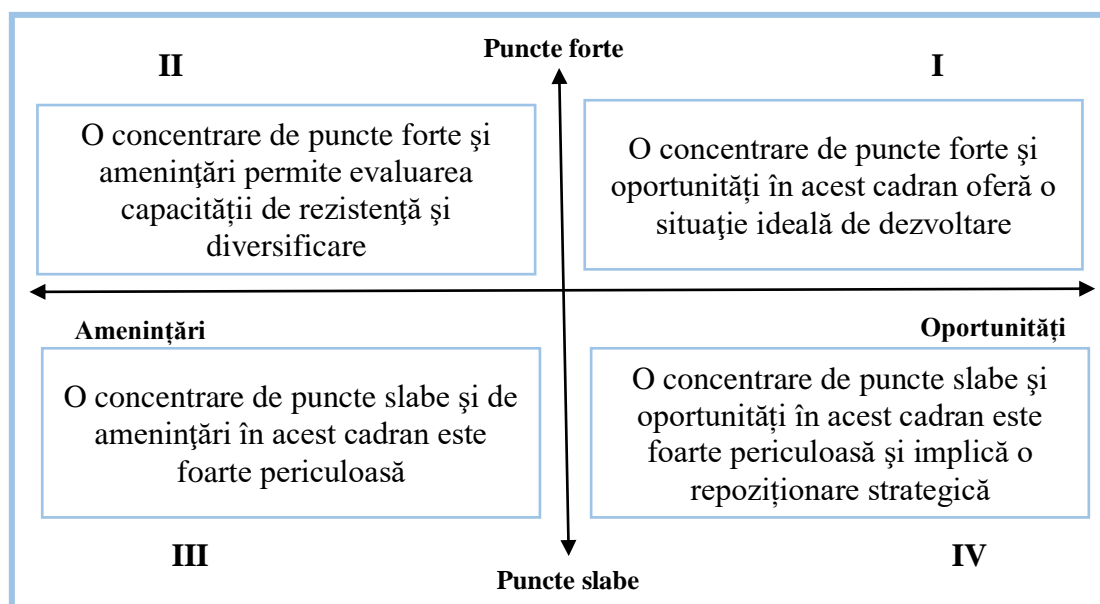
Din matricea SWOT (tabelul 1) se desprind următoarele strategii:

Tabelul 2. Tipuri de strategii rezultate din analiza SWOT

	S	W
O	Folosirea punctelor forte ale industriei pentru fructificarea oportunităților	Înlăturarea punctelor slabe sau transformarea lor în puncte tari pentru a fructifica oportunitățile.
T	Folosirea punctelor forte pentru a reduce vulnerabilitatea în fața amenințărilor mediului	Realizarea unui plan defensiv care să reducă/elimine posibilitatea ca punctele slabe să crească vulnerabilitatea industriei în fața amenințărilor

Sursa: elaborată de autor

În acest context, reprezentarea grafică a rezultatelor analizei SWOT se face în baza a patru factori-cheie determinați de strategiile rezultate. Se vor trasa astfel două axe ortogonale pentru a crea diagrama combinației factorilor:



Fiura 2. Matricea combinației factorilor în analiza SWOT

Sursa: elaborată de autor după [4]

Astfel, axele despart în plan patru cadrane, care definesc pozițiile în care se poate situa entitatea/sectorul/industria supusă analizei după cum urmează:

- Cadranul I corespunzător unei concentrări de puncte forte și oportunități indică o situație ideală pentru dezvoltare;
- Cadranul II corespunzător unei concentrări de puncte forte și amenințări indică o situație în care se poate evalua capacitatea de rezistență a entității/sectorului/industriei și de diversificare a soluțiilor de dezvoltare;
- Cadranul III corespunzător unei concentrări de puncte slabe și amenințări indică o situație deosebit de periculoasă;
- Cadranul IV corespunzător unei concentrări de puncte slabe și oportunităților indică o situație foarte periculoasă și implică faptul că entitatea/sectorul/industria supusă analizei trebuie să acționeze în vederea unei re poziționări strategice.

Analiza teoretică complexă a industriei muzicale, evaluarea potențialului ei, precum și identificarea practică a problemelor au permis autorului să realizeze analiza SWOT a acestei industrii.

Tabelul 3. Matricea SWOT a industriei muzicale

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
<ol style="list-style-type: none"> Existență artiștilor profesioniști și altor specialiști competenți în domeniu Sistemul educațional artistic competitiv Poziționarea geografică favorabilă (occidentală versus est-europeană) Existență politicilor culturale în vederea dezvoltării industriei muzicale Nivelul ridicat al creativității muzicale 	<ol style="list-style-type: none"> Piață de desfacere cu un număr limitat de consumatori Prezența lacunelor în reglementările legislative Posibilități financiare limitate pentru subvenționarea domeniului Prezența sectoarelor cu competitivitate scăzută Investitori strategici insuficienți Puterea de cumpărare scăzută a consumatorilor de produse și servicii muzicale Insuficiența experților și evaluatorilor autohtoni
OPORTUNITĂȚI	AMENINȚĂRI
<ol style="list-style-type: none"> Deschiderea către piață industriei muzicale din România Sensibilitatea consumatorilor industriei muzicale din alte țări către produsele industriei muzicale din Republica Moldova Oportunitate de a atrage resurse financiare pentru un anumit proiect muzical Promovarea unui produs muzical prin intermediul Internetului Dezvoltarea proiectelor asociate comunității europene (RM-UE) Existența precedentelor de succes internațional 	<ol style="list-style-type: none"> Emigrarea oamenilor de cultură și artă Restricții sanitare pandemice Digitalizarea forțată a producerii, distribuirii și consumului de produse și servicii ale industriei muzicale Instabilitatea politico-militară și umanitară Desfășurarea lentă a reformelor structurale

Sursa: elaborată de autor

Principalul avantaj al analizei SWOT este acela că reflectă congruența dintre factorii interni și cei externi care conlucrează la funcționarea industriei muzicale. Cu ajutorul acestui instrument, industria muzicală este analizată prin integrarea în mediul social, pe care îl deservește din rolul ei de

furnizor al produselor și serviciilor muzicale. În acest context, menționăm că sunt posibile următoarele riscuri aferente industriei muzicale:

- **Riscuri financiare:** datorită proceselor inflaționiste și caracterului complex al activităților prevăzute este foarte complicată evaluarea volumului necesar pentru finanțare. Astfel, decurge pericolul insuficienței resurselor financiare pentru realizarea produselor și serviciilor muzicale.
- **Riscuri operaționale:** lipsa personalului pentru realizarea unor activități speciale în executarea activităților planificate.
- **Riscuri sociale:** posibilitatea neacceptării de către consumator a produselor și serviciilor muzicale.
- **Riscuri de timp:** posibilitatea unei realizări întârziate a produselor și serviciilor muzicale din cauza termenelor restrânse.

Concluzii

Analiza SWOT poate fi un instrument eficient și prompt pentru cercetarea posibilităților de a iniția produse și servicii noi, în vederea fundamentării deciziilor referitoare la artiști, entități, industrie. Analiza SWOT cercetează posibilitățile viitoare printr-o proximitate sistematică atât în ceea ce privește aspectele pozitive, cât și cele negative, fiind de o incontestabilă protecție la extinderea viziunii managerilor.

Avantajele acestui tip de analiză sunt determinate de necesitatea concentrării eforturilor pe aspectele majore, fundamentale și determinante pentru dezvoltare, acceptând astfel o orientare exactă și eficientă a procesului decizional și a resurselor implicate.

Oricare ar fi direcția de acțiune care s-a hotărât prin analiza SWOT, luarea deciziei trebuie să includă următoarele elemente: consolidarea punctelor forte, reducerea punctelor slabe, relevarea oportunităților și anihilarea amenințărilor. Pentru a fi utilizată în modul cel mai eficient, analiza SWOT trebuie să fie flexibilă, folosită în mod creativ, în vederea constituirii unui fundament pentru o amplă diversitate de planuri strategice.

Referințe bibliografice

1. BOCA G-D. (2012). SWOT analysis to improve quality management production. În: Procedia - Social and Behavioral Sciences. 62, 319 – 324.
2. History of SWOT Analysis. <https://www.marketingteacher.com/history-of-swot-analysis/>
3. ILIEȘ, L. Managementul calității totale. Cluj-Napoca: Dacia, 2003. 410 p.
4. PLATOV, V., CIUTACU, C. Fundamentarea politicilor de dezvoltare regională. Analiza SWOT și cooperarea transfrontalieră. ESEN - 2 Integrarea României în uniunea europeană. 2001. Secția de Științe Economice, Juridice și Sociologie a Academiei Române
5. SFETCU, N. (2016). Management, analize, planuri și strategii de afaceri. Editura: MultiMediaPiblisng.
6. WITT, S. (2015) How Music Got Free: A Story of Obsession and Invention. Penguin Publishing Group, pag. 49-56.