

ORGANIZĀCIJAS KOMUNIKĀCIJA AR ĀRĒJO VIDI: SIA „LATVIJAS LAUKU KONSULTĀCIJU UN IZGLĪTĪBAS CENTRS” PIEMĒRS

ORGANIZATION'S COMMUNICATION WITH EXTERNAL ENVIRONMENT: EXAMPLE OF LATVIAN RURAL ADVISORY AND TRAINING CENTRE LTD

Ilze Kuse, e-pasts: ilzekuse@inbox.lv

Jānis Kūsis, Dr.hist., e-pasts: janis.kusis@llu.lv

Abstract

Nowadays an organization cannot exist by itself because it is like an open system which works in relation to a definite external environment. Thus, the aim of this study is to analyze the communication process of the Latvian Rural Advisory and Training Centre Ltd. with an external environment.

The theoretical part of the study is based on literature review about organizational theories, management, and communications, while the practical part - on a qualitative research method in Sociology – structured interviews with the Latvian Rural Advisory and Training Centre Ltd board chairperson, the vice-chairperson and the heads of departments. The research object is the employees of the Latvian Rural Advisory and Training Centre Ltd., and the subject is its communication with an external environment.

Nine sectors of external environment have an influence on the Latvian Rural Advisory and Training Centre Ltd., and the most critical of them are human resources, government, and technologies while raw materials have a little influence on the organization. The organization is highly sensitive to such external environment problems as frequent changes in the state administration, business environment and the economy.

While the organization competes and collaborates with governmental and non-governmental organizations, it does not have direct competition with any organization. The Latvian Rural Advisory and Training Centre Ltd. does not pay sufficient attentions to external environment studies, and there is no specific specialist whose job it is to analyze such issues, resulting in communication problems with such external environment sectors as its clients and the Ministry of Agriculture. Thus, this research study makes it clear how the external environment of an organization can affect its work. Organization's communication with an external environment is an important factor as it ensures mutual interaction, which affects organization's actions and development, and helps achieve all its aims.

Key words: organization, communication, external environment

Ievads

Mūsdienu globalizētajā informācijas sabiedrībā neviena organizācija nevar pastāvēt pati par sevi – izolēti no apkārtējās vides. Jebkura organizācija darbojas kā atvērta sistēma, saņem no vides dažādus resursus, ko tā pārvērš produktā vai pakalpojumā un atgriež atpakaļ vidē. Vide var būt organizācijai draudzīga un veicināt tās attīstību, bet tā var būt arī naidīga un organizācijas attīstību kavēt. Gan vienā, gan otrā gadījumā organizācijai ir jāpiemērojas videi, jāsadarbojas un jāveido noteiktas attiecības ar to.

Kā veidosies organizācijas un vides attiecības, lielā mērā ir atkarīgs no komunikācijas starp tām. Komunikācijas ar vidi procesā organizācija informē sabiedrību par saviem mērķiem un darbību, kā arī saņem informāciju par to, ko no organizācijas sagaida patērētāji, klienti, visa sabiedrība. Šādā abpusējā informācijas procesā tiek nodrošināta organizācijas atpazīstamība, veidojas tās tēls un reputācija, tāpēc sekmīgai organizācijas darbībai nepieciešams veidot komunikāciju ar vidi. Diemžēl līdz šim Latvijā organizāciju komunikācija ar apkārtējo vidi nav pietiekami pētīta.

Arī SIA „Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centrs” (LLKC) darbība ir cieši saistīta ar ārējo vidi. Tā darbību ietekmē gan valdības pieņemtie lēmumi, gan iespējas ar dažādiem projektiem piesaistīt papildu finansējumu, gan māka ieinteresēt mērķa auditoriju piedāvāto kursu un konsultāciju klāstā. Lai to visu paveiktu, nepieciešama labi pārdomāta un organizēta komunikācija ar ārējo vidi – politiķiem, valdību un pašvaldībām, sadarbības partneriem, konkurentiem un, protams, klientiem: zemniekiem, lauku uzņēmējiem, pašvaldību darbiniekiem u.c. Tādēļ ir lietderīgi izpētīt, kā LLKC organizēts komunikācijas process ar ārējo vidi.

Pētījuma mērķis – analizēt LLKC komunikācijas ar ārējo vidi procesu.

Pētījuma metodoloģija

Raksts balstīts uz kvalitatīvu pētījumu, lai ar LLKC nodaļu vadītāju un citu darbinieku palīdzību noskaidrotu, kā ārējā vide ietekmē organizācijas darbību un kā veidojas un norisinās organizācijas komunikācija ar ārējo vidi. Kā atzīmē A. Kroplis un M. Raševska, cilvēki, kas kvantitatīvajos pētījumos ir tikai subjekti, kvalitatīvajos pētījumos kļūst par pētnieka partneriem viņu pašu pieredzes un tās izpratnes veida rekonstruēšanā (Kroplis A., Raševska M., 2004:41).

Pētījuma ietvaros kā informācijas vākšanas instruments tika izmantotas strukturētās intervijas. Šādās intervijās uzdotie jautājumi izriet no teorijas, faktiem, priekšstatiem, uz kuriem balstās pētnieks (Reņģe V., 2007). Intervijas veiktas 2010. gada martā un aprīlī LLKC Ozolniekos. Par respondentiem bija izraudzīti pieci LLKC darbinieki un

nodaļu vadītāji: valdes priekšsēdētājs Mārtiņš Cimermanis, valdes loceklis un direktora vietnieks Edgars Linde, Projektu un attīstības daļas vadītājs Andrejs Briedis, Tālākizglītības nodaļas vadītājs Andis Kursītis un Valsts lauku tīkla sekretariāta vadītāja Liene Feldmane.

Ārējās vides jēdziens un būtība

Ārējā vide ir bezgalīga, tā ietver visu, kas atrodas ārpus organizācijas un potenciāli var ietekmēt šo organizāciju kopumā vai kādu no tās elementiem (Дафт Р., 2006). Ārējā vide un organizācija ne tikai eksistē, tās visu laiku atrodas savstarpējā mijiedarbībā (Парахина В.Н., Федоренко Т.М., 2007).

Iespējami vairāki ārējās vides analīzes veidi, kas savā starpā nedaudz atšķiras pēc analizējamo sektoru iedalījuma. Ārējo vidi analizējuši vairāki autori, piemēram, R. Dafts, V.N. Parahina, T.M. Fedorenko, V.L. Doblajevs. Visi iepriekšminētie autori ārējo vidi apskata līdzīgi – lielākoties sakrīt tieši tādi sektori kā tehnoloģijas, konkurenti, ekonomiskie un starptautiskie faktori. R.Dafts izdala desmit sektorus, kas veido organizācijas ārējo vidi.

1. Ražošana: konkurenti, ražošanas apjoms, konkurētspēja, blakus nozares.
2. Izejvielas: piegādātāji, ražotāji, nekustamais īpašums, pakalpojumi.
3. Cilvēku resursi: darba tirgus, nodarbinātības aģentūras, universitātes, speciālas mācību iestādes, citu kompāniju darbinieki, profesionāli apvienojumi.
4. Finanšu resursi: fondu biržas, bankas, iekrājumi un parādi, privāti investori.
5. Tirgus: patērētāji, klienti, potenciālie preču un pakalpojumu lietotāji.
6. Tehnoloģijas: ražošanas tehnoloģijas, zinātne, datori, informācijas tehnoloģijas, elektroniskā komercija.
7. Ekonomiskie noteikumi: bezdarba līmeņa kritums, inflācijas procents, investīciju norma, ekonomika, pieaugums.
8. Valdība: pilsēta, valsts, federālie likumi, nodokļi, tiesvedība, politiskie procesi.
9. Sociālie un kultūras aspekti: vecums, vērtības, pārliecība, izglītība, reliģija, profesionālā ētika, „zaļo” kustība, patērētāju aizsardzības tiesības.
10. Starptautiskie faktori: konkurence ar ārzemju firmām, iespēja iegūt īpašumu ārzemju kompānijās, izeja uz starptautisko tirgu, nacionālie paradumi, noteikumi, valūtas kursa maiņas (Дафт Р., 2006).

Minētie ārējās vides sektori var ietekmēt organizāciju gan tieši, gan pastarpināti.

R.Dafts uzskata, ka ikvienā organizācijā nepieciešams darbinieks vai pat nodaļa, kas nodarbojas ar katru no šiem ārējās vides sektoriem. Savukārt vides nenoteiktības pārvarēšanai organizācija var radīt tā sauktās bufera jeb pierobežas zonas, kas pasargā ražošanas kodolu. Šīs pierobežas zonas saista organizāciju un koordinē tās darbību ar ārējo vidi.

Komunikācija kā sakaru nodrošinātāja starp organizāciju un ārējo vidi

Ārējā komunikācija ir informācijas un ziņojumu apmaiņa starp organizāciju un citām organizācijām, grupām vai indivīdiem ārpus tās formālās struktūras. Ārējās komunikācijas mērķi ir veicināt sadarbību ar tādām grupām kā piegādātāji, investori un akcionāri un pēc iespējas labāk prezentēt organizācijas preces un pakalpojumus potenciālajiem un esošajiem klientiem un sabiedrībai kopumā (BNET Business, sk. int. 23.02.2010.). Ārējās komunikācijas definīcija norāda, ka organizācijām ir svarīgi plānot un realizēt komunikāciju ar visiem R.Dafta minētajiem ārējās vides sektoriem. Organizācijas iekšienē veidojas specializēti amati un struktūrvienības, kuru uzdevums ir komunicēt ar noteiktiem ārējās vides sektoriem. Var rasties nepieciešamība veidot īpašas struktūrvienības, kas strādā ar citu valstu valdībām, juridiskajiem un finanšu lēmumiem (Дафт Р., 2006:257). Starptautiskās sadarbības efektivitāte ir atkarīga no citu valstu kultūras, dažādu nāciju kultūras atšķirību izpratnes un organizācijas spējas tām piemēroties. Tas prasa no organizācijas pēfīt nacionālo kultūru īpatnības, izstrādāt starpkultūru mijiedarbības, kultūras adaptācijas, motivācijas, līderisma, lēmumu pieņemšanas un personāla vadības metodes dažādās kultūras vidēs. (Организационное поведение, 2006:385.) Ja organizācija vēlas sekmīgi darboties starptautiskajā preču un pakalpojumu tirgū, tai jāpievērš liela uzmanība komunikācijai tieši ar šo ārējās vides sektoru, jāseko līdzi jaunākajai informācijai, tā jāanalizē, kā arī jāsniedz informācija par sevi.

Kopumā ārējā komunikācija pilda šādas funkcijas:

- motivē vadītājus un darbiniekus, lai tie akceptētu jaunus attīstības virzienus un darbotos saskaņā ar tiem;
- izskaidro daļu īpašniekiem (akcionāriem) attīstības jēgu un vērtību;
- informē klientus, partnerus un piegādātājus – jaunus ceļus ejot, saziņu nedrīkst pārtraukt ne uz brīdi;
- iesaista politikas un interešu grupu pārstāvjus (Cilvēku, zīmolu, 2006).

Gan uz iekšu, gan āru vērstajai komunikācijai jābūt rūpīgi saskaņotai, lai tai piemistu lielākas „caursišanas” spējas un tā nebūtu pretrunīga. Komunikācijai jābūt uzņēmuma vadības apstiprinātai, un tā jāveido pēc kopīga koncepta, kas atbilst uzņēmuma vadlīnijām (Herbsts D., 2004).

LLKC komunikācija ar ārējo vidi

LLKC darbojas Jelgavas novada Ozolnieku pagastā kopš 1991. gada un pašlaik jau ir lielākais lauku konsultāciju sniedzējs, jo tās pieejamas visā Latvijas teritorijā. 1% no LLKC pamatkapitāla pieder Latvijas Zemnieku federācijai, 99% – Latvijas valstij. Kopš 1997. gada LLKC slēdz līgumus ar Zemkopības ministriju par noteiktu darbu

apmaksu no valsts budžeta līdzekļiem. Laikā, kad tika veikts šis pētījums, LLKC koordinēja 502 lauku pašvaldību speciālistu darbu visos Latvijas pagastos (Gada ziņojums, 2007). Tajā darbojās astoņas nodaļas: Grāmatvedības un finanšu, Augkopības, Lopkopības, Ekonomikas, Informācijas, Tālākizglītības, Lauku attīstības, Projektu un attīstības nodaļa.

LLKC ārējās vides analīzei izmantoti R. Dafta piedāvātie desmit ārējās vides sektori: **ražošana, izejvielas, cilvēku un finanšu resursi, tirgus, tehnoloģijas, ekonomiskie noteikumi, valdība, sociālie un kultūras aspekti un starptautiskie faktori**.

Tā kā LLKC ir Zemkopības ministrijas padotības iestāde, tam sava darbība jāaskaņo ar ministriju un arī par to jāatskaitās ministrijai. Lūk, ko par **valdības faktoru** stāsta Andrejs Briedis:

„[...] 99% šis ir valsts uzņēmums, un liela daļa aktivitāšu ir atkarīgas no Zemkopības ministrijas.”

Organizācijas komunikācija ar valsts pārvaldes iestādēm tiek organizēta divos veidos: formāli un neformāli. L. Feldmane situāciju apraksta šādi:

„Katra nodaļa komunicē ar saviem cilvēkiem Zemkopības ministrijā, notiek dažādas tikšanās, sazināties pa e-pastu. Protams, regulāri sazināties, atbildam uz zvaniem.”

Interesanti, ka reģionu struktūrvienības ar ministriju var komunicēt tikai ar Ozolnieku centra starpniecību. Kā stāsta M. Cimermanis un A. Briedis, visa pamatā ir sadarbības līguma noteikumi, reizi nedēļā notiek sēde ministrijā, kurā piedalās valdes priekšsēdētājs. Neformāli tiekamies biežāk, sarunas un diskusijas norisinās gan klātienē, gan pa tālruni.

Tehnoloģijas sektors ir svarīgs ne tikai komunikācijā ar valdību, bet arī ar klientiem.

Kā apstiprināja respondenti, LLKC apmācāmo informēšanai izmanto e-pastu, reklāmu dažādos plašsaziņas līdzekļos, internetu, izziņas. Par tehnoloģiju lietojumu sīkāk zina stāstīt Tālākizglītības nodaļas vadītājs A. Kursītis:

„Klasiskās: mājas lapa, avīzes, internets. Lauku tīklu plaši izmantojam. Visa centrā ir cilvēks: nacionālā, reģionālā, novada līmenī, katrā līmenī. Katrā līmenī tiek veidota programma. Izmantojam arī tiešo komunikāciju: e-pasts, izziņas. Aktualizējam datu bāzes. Veidojas tādas kā klientu kopas pa noteiktām tēmām. Tad notiek klientu segmentēšana. Labs instruments ir elektroniskā reģistrēšanās. Cilvēki piesakās, un lektors jau redz, ar kādu kontingentu būs darīšana – lielajiem zemniekiem vai mazo saimniecību turētājiem.”

Redzams, ka LLKC klientu informēšanas sistēma ir labi sakārtota un darbojas veiksmīgi. Pastāv vairāki veidi, kā klienti var iegūt informāciju par organizāciju, – internetā, avīzēs, kā arī, ja apmācāmie ir atļāvuši, informācija tiek izsūtīta pa e-pastu vai izziņu veidā.

Papildus jau aprakstītajiem ārējās vides faktoriem Andrejs Briedis un Andis Kursītis min **sociālo un kultūras aspektu un cilvēkresursu sektoru**. Gandrīz visiem darbiniekiem ir augstākā izglītība. LLKC saviem darbiniekiem regulāri organizē pieredzes apmaiņu gan savā starpā, gan ar ārvalstu kolēģiem. Respondenti atzīmē, ka apmācības procesa nodrošināšanai ar augstas kvalifikācijas mācībaspēkiem tiek izmantoti gan organizācijas iekšējie resursi, gan brīvā tirgus piedāvājums.

„Ir datu bāze tiem pasniedzējiem, kas jau ir bijuši. Citus meklējam brīvajā tirgū: universitātē, lauksaimnieku organizācijās, pie sadarbības partneriem. Arī no iekšienes tiek meklēti. Ja nepieciešams, mēģinām piesaisīt arī speciālistus no ārzemēm. Nozaru eksperti tiek aicināti. Tādā veidā meklējam. Ir tādi, kas nāk biežāk. Ar visiem tiek slēgti līgumi par noteikta kursa nolasīšanu,” stāsta A. Kursītis.

LLKC vadītāji atzīst, ka „galvenais ir kvalitāte” (E.Linde).

Mūsdienās globalizācijas apstākļos, kad pieaug informācijas apjoms un samazinās valstu robežu nozīme, aizvien svarīgāka kļūst **starptautiskā vide**. Tā var nepastarpināti ietekmēt organizāciju darbu, un šāda tendence pēdējos gados palielinās, tāpēc organizācijas cenšas savu struktūru un darbību pielāgot ārējās vides prasībām. LLKC sadarbojas ar visām Eiropas Savienības valstīm. Pārsvārā visa sadarbība notiek ar Projektu un attīstības nodaļas starpniecību, taču, kā atklāj A. Briedis, nodaļa ne vienmēr ir informēta par to, kas notiek reģionos. Aprakstot starptautiskos sakarus un sadarbību, Projektu un attīstības daļas vadītājs A. Briedis stāsta:

„[...] pēdējos gados vislabākā sadarbība ir ar Skandināviju, galvenokārt Somiju un Zviedriju, Baltijas valstīm, līdzīgāk laikam gan ar Lietuvu, jo Igaunijai patīk eksperimentēt. Nedaudz ar Poliju, Dāniju, un pirms dažiem gadiem laba sadarbība bija ar Vāciju. Pārsvārā tiek rakstīti starptautiski projekti, bet notiek arī citas komercaktivitātes – pieredzes apmaiņas braucieni un ārvalstīm.”

Sadarbība ar citām valstīm ir ne tikai Projektu un attīstības nodaļai, bet arī Lauku tīklam. Situāciju tieši šajā nodaļā apraksta L. Feldmane:

„Esam daļa no Eiropas Lauku tīkla. Reizi ceturksnī notiek sanāksmes kādā no Eiropas Savienības valstīm, kur arī mēs dodamies. Regulāri saņemam informāciju par dažādiem piedāvājumiem no Eiropas, reizēm dodamies uz Briseli.”

Organizācijas sekmīgas darbības priekšnosacījums ir pietiekami finanšu resursi, tāpēc svarīgs ir **finanšu resursu un ekonomisko noteikumu sektors**. Atbildot uz jautājumu, kā tiek piesaisīts finansējums organizācijai, visi respondenti atbildēja, ka LLKC ir trīs veidu finansējums: ar sabiedriskajiem līgumiem jeb valsts pasūtījums, pakalpojumu pārdošana jeb biznesa vide un Eiropas Savienības projekti. L. Feldmane apraksta, kā Lauku tīkls iegūst naudu konkrētam mērķim:

„Ministrija izzondē, kas ir nepieciešams. Tad rakstām projektu vai iesniegumu, un, ja to akceptē, mums piešķir finanses kādam uzdevumam..”

A. Briedis savukārt uzsver, ka Eiropas Savienības projektiem šobrīd ir ļoti liela konkurence, tādēļ daudzi projekti tā arī neiegūst atbalstu. Respondentu atbildes rāda, ka tādi procesi kā starptautiskie sakari, sadarbība un finansējuma piesaistīšana organizācijai ir sakārtoti un pārdomāti. Pārsvārā ar starptautiskiem jautājumiem nodarbojas Projektu un attīstības nodaļa. LLKC ir izveidojis veiksmīgu sadarbību ar Eiropas Savienības valstīm, tiek rakstīti starptautiski projekti, darbiniekiem ir iespēja doties pieredzes apmaiņas braucienos vai uz sanāksmēm.

Ražošanas sektors saskaņā ar teoriju ietver organizācijas konkurentus un konkurētspēju. Konkurenti nodarbojas ar savu biznesu noteiktā mērķtirgū un piesaista pircējus piedāvātajiem produktiem vai pakalpojumiem. Kā tika noskaidrots teorijā un kā apstiprināja respondenti, konkurenti ir viens no ārējās vides sektoriem, kas būtiski ietekmē organizācijas darbību. Visi intervētie respondenti uzskata, ka LLKC ir konkurenti un organizācija ar tiem cenšas sadarboties. Kā atzīst abi valdes locekļi M. Cimermanis un E. Linde, organizācija cenšas apzināt un izvērtēt gan savas, gan konkurentu stiprās un vājās puses un adekvāti rīkoties. E.Linde uzsver, ka konkurenci pašlaik saasina arī kaimiņvalstu interese par tirgu. Kā paskaidro A. Kursītis, ir organizācijas ar vienādu vai līdzīgu pakalpojumu klāstu, LLKC konkurē ar Pieaugušo izglītības centru (PIC), Lauku atbalsta dienestu (LAD), ar ko ir pilnīga konkurence teritorijas ziņā, bezdarbnieku apmācības jomā LLKC konkurē ar Nodarbinātības valsts aģentūru (NVA).

L. Feldmane stāsta:

„Valsts daļai nekādu lielo konkurentu nav, ir nevalstiskās organizācijas, kas tikai lobē konkrētas intereses, bet mēs tikai sniedzam informāciju no ministrijas. Sadarbojamies jau ar tām nevalstiskajām organizācijām, lai arī ir viena mērķauditorija. Laukos tomēr nav tik daudz cilvēku, tāpēc ir jācīnās kaut kādā mērā.”

Vissīvākā konkurence visu laiku notiek grāmatvedības jomā. Ir gadījumi, kad grāmatvedis uzsāk darbu LLKC, iegūst pieredzi, izveido savu klientu loku un organizāciju pamet.

„Atnāk darbinieks, kļūst par labu grāmatvedi un aiziet, dibina savu firmu. Bieži vien konkurenti rodas iekšienē un aiziet,” atklāj A. Kursītis.

Lai organizācija noturētu labus speciālistus, tai jāveido pārdomāta motivācijas un stimulēšanas sistēma, kas veicinātu darbinieku lojalitāti.

LLKC izjūt konkurenci gan vietējā, gan arī starptautiskā līmenī. Latvijas iestāšanās Eiropas Savienībā ne tikai radīja jaunas un plašas attīstības iespējas, bet arī saasināja konkurenci. Eiropas Savienības ekonomiskās attīstības pamatā ir brīvs tirgus, brīva darbaspēka kustība, brīva pakalpojumu un preču kustība. LLKC šo konkurenci izjūt dažādu projektu izstrādē.

A. Briedis pēc savas pieredzes piebilst, ka *„arī projektu rakstīšanā Eiropai ir brīvā konkurence”*.

Var secināt, ka LLKC ne tikai konkurē gan ar valsts, gan nevalstiskām organizācijām, bet arī prot ar tām veiksmīgi sadarboties. Reizēm gadās, ka konkurenti rodas organizācijas iekšienē un aiziet, lai dibinātu savas firmas. Kaut arī pastāv dažādas grūtības – laukos ir neliels iedzīvotāju skaits un viņi nav pieraduši maksāt par mācībām –, LLKC, sadarbojoties ar līdzīgām organizācijām, tiek ar tām galā. Tieša konkurence nepastāv ne ar vienu organizāciju, atšķiras piedāvāto kursu klāsts, mērķa auditorija, arī lektori.

Svarīgs ārējās vides sektors LLKC ir **tirgus**. No klientu piesaistes ir atkarīga organizācijas sekmīga darbība, tāpēc LLKC regulāri apzina un analizē klientu vajadzības. *„Pārsvārā jau skatāmies, ko sabiedrība vēlas un prasa no mums. Jāskatās, ko cilvēki vēlas laukos un arī ko vajag ministrijai,”* skaidro L. Feldmane.

Plānojot darbu, jāparedz arī atgriezeniskā saite komunikācijas procesā ar klientiem. A. Briedis izsaka priekšlikumu:

„Ir doma veidot klientu padomes, kas būtu kā forumi un nodrošinātu atgriezenisko saiti.”

Līdzīgu ideju piedāvā arī A. Kursītis:

„Ne tik daudz inovatīva, cik veca ideja: veidot klientu padomi. Gada beigās visus klientus aicina kopā, uztaisa tādu kā forumu, pie kafijas vai tējas tases pārrunā, kas izdevies, kas ne, ko vēl vajadzētu.”

Jāpiebilst, ka šāda klientu padome vienu reizi jau tika sasaukta Daugavpilī un parādīja klientu viedokli par organizācijas darbību. Klientu vajadzību izpēti un atgriezeniskās saites nodrošināšana ļauj LLKC sekmīgi plānot un nemitīgi pilnveidot apmācību procesu, piedāvājot arvien jaunus apmācību kursus.

Secinājumi un priekšlikumi

- Organizācijai ir jāpielāgojas ārējai videi, jāsadarbojas ar to, kā arī ar komunikācijas palīdzību jāveido noteiktas attiecības. Komunikācijas procesā tiek nodrošināta organizācijas atpazīstamība, veidojas noteikts tēls. Organizācijai komunikācija ar ārējo vidi ir nozīmīgs faktors, jo tā nodrošina savstarpēju mijiedarbību un ietekmē organizācijas darbību, attīstību un palīdz sasniegt mērķus.
- Vadītājam ir jāpārzina sava organizācija, jāorientējas gan iekšējā, gan ārējā vidē, jābūt pastāvīgi informētam par notiekošo, jo šādi iespējams nodrošināt organizācijas darbības efektivitāti un veiksmīgu pastāvēšanu.
- LLKC ietekmē deviņi no desmit ārējās vides sektoriem, visvairāk cilvēkresursi, valdība un tehnoloģijas, bet tikpat kā nemaz neietekmē izejvielu sektors. Gandrīz visu LLKC darbību pārrauga Zemkopības ministrija, tātad tieši šis ārējās vides sektors nosaka visu organizācijas darbību, uzdevumu sadali un plānošanu. LLKC

komunikācija ar valsts pārvaldes iestādēm norisinās gan formālās tikšanās reizēs, gan neformālā gaisotnē ikdienā un sazvānoties.

- LLKC spēj veiksmīgi pielāgoties pārmaiņām ārējā vidē un sekmīgi paplašināties.
- Organizācija ir saskārusies ar tādiem ārējās vides sarežģījumiem kā biežas izmaiņas valsts pārvaldē, biznesa vidē, ekonomikā, kā arī problēmas ar ministriju, konkurenci, klientu neapmierinātība nepietiekami sniegtas informācijas dēļ (komunikācijas trūkums) un grūtības jaunu tehnoloģiju ieviešanā.
- Apmācāmo informēšanas sistēma organizācijā ir saprotama un labi sakārtota, LLKC izmanto avīzes, internetu, e-pastu un īsziņas.
- LLKC nepievērš pietiekami lielu uzmanību ārējās vides pētīšanai, nav neviena noteikta speciālista, kas to analizētu, tādēļ rodas problēmas komunikācijā ar dažiem ārējās vides sektoriem, piemēram, ar klientiem un Zemkopības ministriju.
- Organizācija konkurē un sadarbojas ar valsts un nevalstiskajām organizācijām, tomēr tieša konkurence nav ne ar vienu organizāciju, jo atšķirīgs ir piedāvāto kursu klāsts, mērķa auditorija un lektori.
- LLKC veiksmīgi sadarbojas ar Eiropas Savienības valstīm, tiek rakstīti starptautiski projekti un rīkoti pieredzes apmaiņas braucieni vai sanāksmes darbiniekiem.

Priekšlikumi

- LLKC izveidot ārējo sakaru speciālista štata vietu, lai novērstu problēmas komunikācijas procesā ar ārējo vidi un veidotu attiecības ar konkurentiem un klientiem.
- Lai komunikācijas procesā nodrošinātu atgriezenisko saiti, papildināt Informācijas nodaļas funkcijas ar ārējās vides monitoringa un informācijas analīzes funkciju, reizi gadā sasaukt klientu padomi.
- Veidot pārdomātu darbinieku motivēšanas un stimulēšanas sistēmu, lai veicinātu lojalitāti darbiniekos un noturētu labus speciālistus.
- Izstrādāt stratēģisko attīstības plānu, lai mazinātu ārējās vides radītos riskus un nodrošinātu LLKC ilgtspējīgu attīstību.

Izmantotās literatūras saraksts

1. Bērziņš I., Nēbels K.P. (sast.), 2006. Cilvēku, zīmolu, mediju un kultūras menedžments (rakstu krājums). Jāņa Rozes apgāds, 238 lpp.
2. BNET Business Dictionary. Business Definition for: External Communication.
<http://dictionary.bnet.com/definition/external+communication.html> (sk. internetā 23.02.2010.)
3. Дафт Р., 2006. Теория организации. Москва: Юнити, 699 lpp.
4. Gada ziņojums par 2007. gadu. SIA „Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centrs”, 27 lpp.
5. Herbsts D., 2004. Komunikācija uzņēmumā. Rīga: Zvaigzne ABC, 119 lpp.
6. Кроплис А., Раšчевска М., 2004. Квалитативās пētniecības metodes sociālajās zinātnēs. Rīga: Raka, 55 lpp.
7. Латфуллина Г.Р., Громова О.Н. (ред.), 2006. Организационное поведение. Санкт-Петербург: Издательский дом „Питер”, 432 lpp.
8. Парахина В.Н., Федоренко Т.М., 2007. Теория организации. Москва: Кнорус, 295 lpp.
9. Reņģe V., 2007. Mūsdienu organizāciju psiholoģija. Rīga: Zvaigzne ABC, 215 lpp.