

Sociāli kulturālo faktoru loma organizatorisko inovāciju veicināšanā

Madara Apsalone, Ērika Šumilo

Latvijas Universitāte, Biznesa, vadības un ekonomikas fakultāte

Ievads. Globalizācijas un zināšanu ekonomikas apstākļos Latvijas organizāciju konkurētspējas izaugsmei nepieciešams zinošs, prasmīgs un motivēts cilvēkkapitāls, kā arī jaunrade un plašāks, attīstību veicinošs skatījums uz inovāciju procesu. ES Inovācijas savienības rādītāji liecina, ka Latvijas uzņēmumiem būtu vairāk jāiegulda pētniecībā, jaunu produktu un pakalpojumu attīstībā. Vienlaikus ne katrai organizācijai ir pietiekami resursi un pārlicība par turpmāko tirgus attīstību šādu augsta riska ilgtermiņa ieguldījumu veikšanai. Būtiska problēma ir zemā Latvijas mazo un mikrouzņēmumu produktivitāte. Ne katrs uzņēmums varēs komercializēt būtiski atšķirīgu produktu vai pakalpojumu risinājumu pasaules tirgū. Vienlaikus uzņēmējdarbības praksē pastāv jaunas organizatoriskas metodes, darbavietu organizācija un ārējās attiecības, kuras var ieviest un pilnveidot ikvienā organizācijā, nodrošinot konkurētspējīgas priekšrocības globālas, pastāvīgi mainīgas un zināšanu ietilpīgas ekonomikas apstākļos.

Katru organizāciju raksturo noteikti sociāli kulturālie faktori – tajās dominējošās vērtības, normas un attieksme. Šis kopīgās vērtību un uzskatu sistēmas veido organizāciju darba vidi, ietekmē saziņu, stratēģiju un lēmumu pieņemšanas procesus. Organizāciju kultūrai var būt nozīmīga loma spējā piesaistīt un motivēt personālu. Tā var labvēlīgi vai nelabvēlīgi ietekmēt arī darbinieku radošumu un savstarpējo sadarbību. Sociāli kulturālie faktori mainās lēni, tādējādi ļauj organizācijām nodrošināt ilgtspējīgas konkurētspējas priekšrocības.

Darba mērķis, materiāls un metodes. Pētījuma mērķis, pamatojoties uz zinātnisko literatūru un datu analīzi, ir izpētīt sociāli kulturālo faktoru ietekmi uz organizatoriskām inovācijām.

Pētījuma teorētiskā pamatojuma izstrādei tika izmantota monogrāfiskās zinātniskās literatūras analīzes metode, lai aplūkotu sociāli kulturālo faktoru sasaisti ar konceptuālām inovāciju teorijām. Pētījuma empiriskajā daļā tika izmantotas dažādas ekonomikas zinātnes pētījumu kvalitatīvās un kvantitatīvās metodes. Pētījuma dati tika iegūti, veicot strukturētu aptauju. Dati tika apkopoti un analīzēti, izmantojot grafisko analīzi, grupēšanu, salīdzināšanu un statistiskās analīzes metodes.

Rezultāti. Organizāciju vērtības var atbalstīt to kopējos un darbinieku individuālos mērķus vai arī darboties pret tiem. Piemēram, atvērta un uz sadarbību orientēta organizācijas kultūra veicinās darbinieku savstarpējo saziņu, pieredzes un viedokļu apmaiņu, turpretī slēgta un izteikti hierarhiska kultūra to ierobežos. Arī uz efektivitāti orientēta kultūra, kas balstīta uz darbinieku savstarpējo konkurenci, var ierobežot sadarbības un jaunrades procesus. Savukārt vienots uzņēmuma vadības redzējums un elastīga pieeja var veicināt darbinieku līdzdalību un spēju risināt sarežģītus jautājumus.

Secinājumi. Katra organizācija ir atšķirīga, tomēr pastāv kopīgs priekšstats par vērtībām un attieksmēm, kas atbalsta inovācijas. Sociāli kulturālie faktori īpaši ir saistīti ar organizatoriskām inovācijām, kuru apzināšanās, stiprināšana un pilnveidošana ne vienmēr prasa ievērojamus finanšu līdzekļus, tādējādi dodot nozīmīgu vadības instrumentu mazām organizācijām.



Valsts pētniecības programmas projekts "Sabiedrības iesaiste sociālās inovācijas procesos Latvijas ilgtspējīgas attīstības nodrošināšanai" EKOSOC-LV.