

обеспечение ИННОВАЦИОННОЙ

Коммуникация

Коммуникация — это обмен информацией, на основе которого руководство получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений, и доводит принятые решения до работников фирмы.

Основные требования к качеству информации:

- своевременность;
- достоверность (с определенной вероятностью);
- достаточность;
- надежность (с определенной степенью риска);
- адресность;
- правовая корректность информации;
- многократность использования;
- высокая скорость сбора, обработки и передачи;
- возможность кодирования;
- актуальность информации.

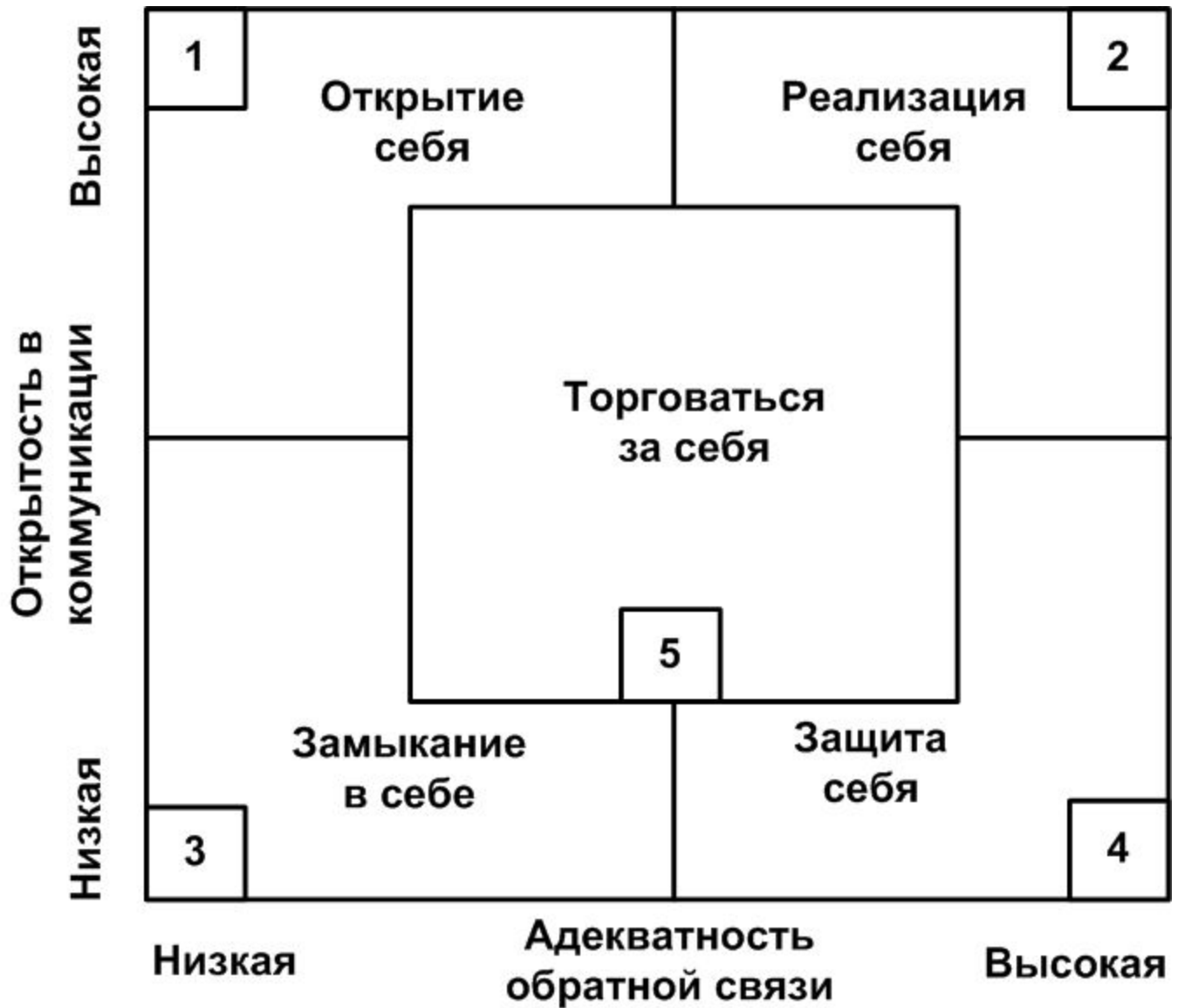


Источники информации:

1. ГСНТИ – государственная система научно-технической информации;
2. Росстат
3. Официальные сайты Министерства экономического развития, Министерства образования и науки, Правительства ЧО, Администрации г. Челябинска
4. Сайты конкурентов
5. Библиотеки РАН, публичные библиотеки и пр.
6. СМИ
7. Газета «Поиск»
8. Конференции, симпозиумы, форумы, выставки и пр.



Коммуникационные стили:



Мотивация научного персонала

Научные работники – лица занимающиеся научными исследованиями и разработками.

Выделяют три категории:

- 1) Исследователи
- 2) Техники
- 3) вспомогательный персонал

Мотивация - это побуждение, предполагающее человека действовать специфическим, целенаправленным образом. Это внутреннее состояние, определяющее поведение человека.



Трудовые ценности

- 1) хороший заработок;
- 2) хорошие коллеги по работе;
- 3) интересная работа;
- 4) работа по способностям;
- 5) удобное время работы;
- 6) полезность для общества;
- 7) большой отпуск;
- 8) надежное место работы;
- 9) уважаемая работа;
- 10) возможность инициативы;
- 11) достижение результатов;
- 12) возможность общения;
- 13) ответственность в работе;
- 14) отсутствие давления;
- 15) возможность продвижения по службе;
- 16) международные контакты.



Мотивация научного персонала

| Тип | Наиболее значимые ценности | Менее значимые ценности | Доля в совокупности | Характеристики ученых |
|----------------------------------|--|--|---------------------|---|
| Первый (классические ученые) | интересная работа и работа по способностям | минимальный интерес к оплате труда | 13 % | доктора и кандидаты наук, занимаются фундаментальными исследованиями |
| Второй (предпринимательский тип) | хороший заработок и интересная работа, получение высоких денежных вознаграждений | | 19% | доктора и кандидаты наук представители администрации, руководители подразделений, научные сотрудники высокого уровня |
| Третий | удобное время работы | хороший заработок наименее значим | 5% | женщины и молодежь до 30 лет |
| Четвертый | полезность для общества, хороший заработок, ответственность в работе | наименьшую ценность представляет отсутствие чрезмерного давления | 10% | инженерно-технический персонал (главные специалисты, главные и старшие инженеры), занимаются прикладными исследованиями |

Мотивация научного персонала

| Тип | Наиболее значимые ценности | Менее значимые ценности | Доля в совокупности | Характеристики ученых |
|--------------------------------------|--|---|---------------------|---|
| Пятый | надежное место работы, возможность продвижения, хороший заработок, интересная работа | достижение результатов, проявление инициативы, полезность | 4% | рядовой состав НПП — инженеры, программисты, лаборанты |
| Шестой | большой отпуск, хороший заработок, отсутствие чрезмерного давления | достижение результатов, проявление инициативы, полезность | 1% | отношение к работе как к неприятной обязанности, что в целом нехарактерно для научной сферы |
| Седьмой (получен «остаточным» путем) | интересная работа и хороший заработок | | 48% | средний, наиболее типичный представитель российской науки |