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.

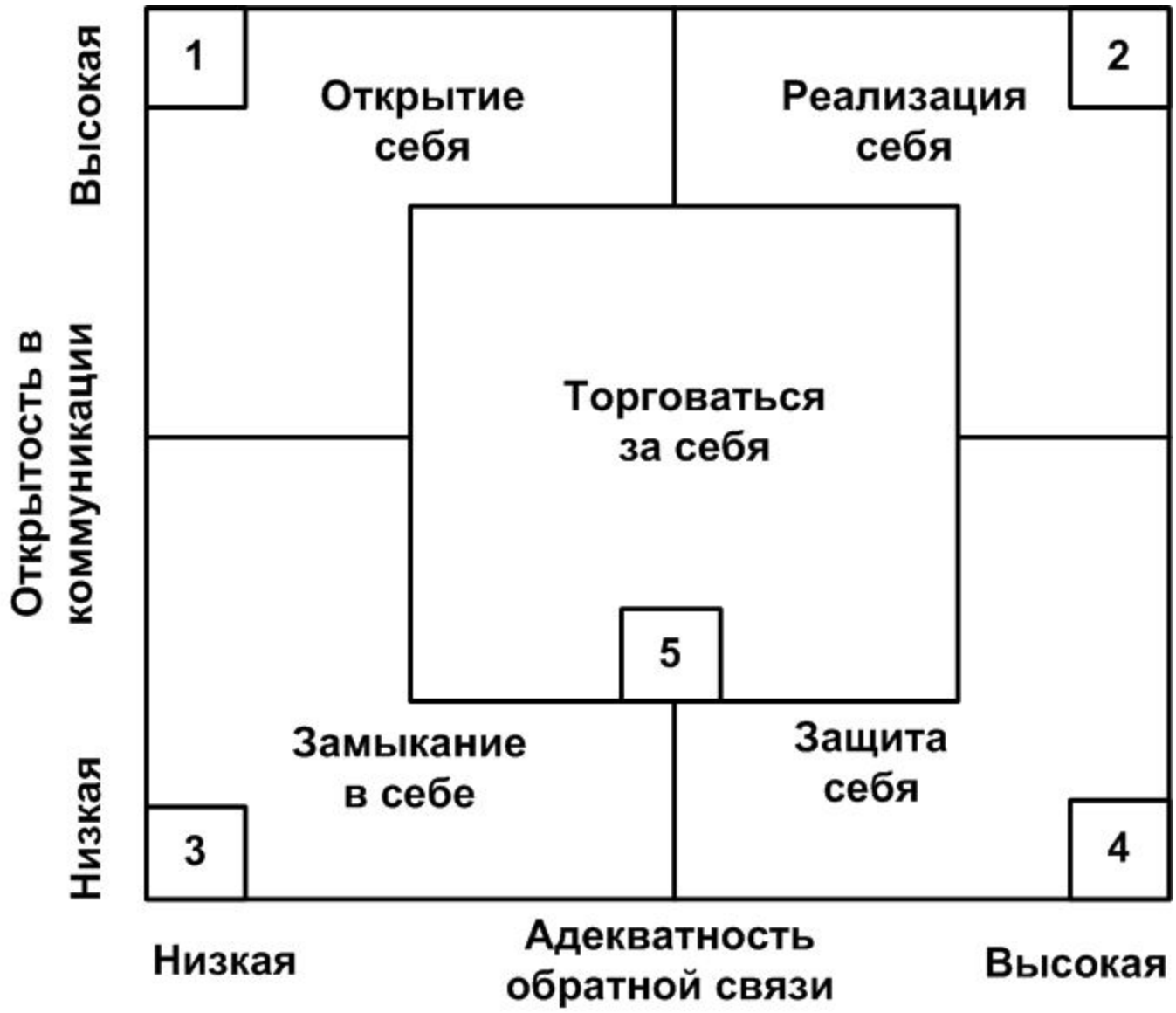
Основные требования к качеству информации:

- 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 ре зультатов, 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