В индустриальном обществе работник выполняет строго регламентированные виды операций, ему не надо думать, как делать, что делать, надо только делать и все. Наступают времена, когда компании ориентированные на такой вид производства, начинают уходить в историю.

Взять хотя бы наш Автоваз – а это передовой завод отечественной автопромышленности. В формирующемся новом информационном обществе происходят наиболее глубокие перемены. Информационный путь развития подразумевает внедрение инновационных продуктов.

Инновационный продукт – тот продукт, которого нет у конкурентов, тот продукт, который дает фору предприятию перед другими организациями. В новом информационном пути развития основную роль играет интеллектуальный капитал, именно тот капитал, на который у нас не привыкли обращать внимание.

Человеческие ресурсы, именно те ресурсы, которые выдвигают новые идеи, кажущиеся на первоначальном этапе безумными, а потом при прохождении стадий коммерциализации, превращающиеся в новый инновационный продукт. Развитие интеллектуального капитала в организации вопрос серьезный, требующий детального рассмотрения, определенных подходов, системы мотивации сотрудников.

Во многих наших организациях, особенно с текучкой кадров, нет и речи об обучении своих сотрудников, например в агентствах недвижимости из вновь приходящих сотрудников выжимают все соки, заставляя делать их определенную монотонную работу, в итоге, через год такой работы сотрудник начинает понимать, что ему агентство и не нужно, собирает, как можно больше информации – баз данных, связей – именно то, что относится к интеллектуальной собственности организации, и уходит в свободное плавание, так происходит и во многих других организациях, сначала сотрудник нарабатывает опыт и связи, потом уходит и работает на себя. Такой процесс никуда в перспективе не приведет, рано или поздно он закончится, и тогда, те организации, которые уделяли внимание интеллектуальной собственности, выйдут вперед.

Процесс управления интеллектуальной собственностью организации непрерывен,

сотрудники организации должны быть хорошо смотивированы, и отношения в организации должны быть партнерскими, в какой то мере это достигается участием сотрудников в капитализации компании, и распределении дивидентов с акций. Японцы давно уделяют внимание развитию интеллектуальной собственности в своих компаниях, это требует постоянных расходов на обучение сотрудников, на интеллектуальный поиск, но зато японское качество известно всему миру, и они идут на шаг впереди порядка в десяти отраслях промышленности.

Россия же держит пока сильные позиции в атомной промышленности и военных технологиях. Развитие интеллектуального капитала требует серьезного финансирования. Менеджер инновационного типа должен иметь совсем другие качества, чем менеджер простого предприятия.

Менеджер простого предприятия должен быть лидером, действовать по плану, заставлять подчиненных выдавать в определенное время определенный результат, поощрять за переработку, наказывать за простои. Инновационный менеджер должен получить не тонну определенного продукта, а хорошую инновационную идею, которая проходит стадии квалифицированного отбора, и воплотить эту идею в жизнь.

Интеллектуальные ресурсы стоят на вершине инновационного развития. Каждый этап может привести к катастрофе. Например, при появлении инновационной идеи, кто получает права на идею, какой доход будет получать автор, как защитить идею.

Иногда полезные идеи, над которыми работали годами целые НИОКРы, уходили, и приносили хорошие доходы, только другим организациям, зачастую даже иностранным. Сотрудник инновационного подразделения не должен думать о материальном благополучии, он должен иметь стабильный доход, который позволяет ему вести нормальный образ жизни, чтобы он смог посвятить себя полностью интеллектуальному развитию.

Сотрудники инновационного подразделения должны делиться накопленным опытом друг с другом. Идея возникшая в одной голове дорабатывается уже коллективно, на основе полученного опыта.

Даже работая на заказ, создавая продукт определенного качества, к заказчику уходит образец, техническая документация, а у разработчики остается полученный опыт, черновики, копии технической документации, лабораторный образец и т.д. Цена такой коллективной работы возрастает, интеллектуальные ресурсы уже с более наработанным опытом идут по пути дальнейшего развития, создавая новые продукты.

Это один из моментов развития интеллектуальных ресурсов. Также результаты интеллектуальной работы можно купить у других компаний, заказать разработку и поступая в компанию они начинают складываться с уже существующими интеллектуальными ресурсами компании.

Особенностью информации является то, что от обилия информации она не теряет своей стоимости, информацией можно делится во времени, пространстве, информация не изнашивается от частого использования, количество человек получающие информацию безгранично, а самым существенным недостатком информации является то, что она быстро устаревает. Интеллектуальные ресурсы могут быть внесены в уставной капитал компании, на них можно начислять амортизацию, их можно продать, заложить и т.д.