

**Joanna Rzempala, Małgorzata
Skweres-Kuchta**

**Audyt innowacyjności i kapitału
intelektualnego jako narzędzie
rozwoju przedsiębiorczości**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 48, 169-177

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

JOANNA RZEMPAŁA

MALGORZATA SKWERES-KUCHTA

Uniwersytet Szczeciński

AUDYT INNOWACYJNOŚCI I KAPITAŁU INTELEKTUALNEGO JAKO NARZĘDZIE ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Wprowadzenie

Modne dzisiaj hasło „innowacyjność”, prócz funkcjonowania w środowisku stricte naukowym, znajduje zastosowanie w wielu płaszczyznach życia gospodarczego. Szczególnie znane jest przedsiębiorcom, którzy walczą o dotacje unijne na rozwój swoich innowacyjnych pomysłów. Pytanie zatem – jak efektywnie powiązać te dwa, wydawać by się mogło, odległe bieguny – naukę i gospodarkę w kontekście oceny postępów w obszarze innowacji? Tryb przypuszczający jest tu zdecydowanie wskazany, ponieważ już niejednokrotnie w naszym regionalnym otoczeniu okazywało się, iż takie tandemy osiągają sukces. Zresztą kwestia analizy oraz pomiaru innowacyjności nurtuje i jednych, i drugich – projekt audytu stanowi między innymi pochodną doświadczeń zdobytych w trakcie wdrażania inicjatyw wspierających rozwój innowacyjności regionalnych podmiotów gospodarczych, co pozwala trafniej zdefiniować ów problem badawczy¹.

Wsparcie rozwoju innowacyjności determinowane jest znajomością potencjału i efektywności działań innowacyjnych wśród podmiotów funkcjonujących w danej gospodarce, zwłaszcza na poziomie regionalnym, gdzie oddziaływanie na dobrze znane obszary życia gospodarczego winno być szczególnie skuteczne. Audyt innowacyjności stanowi zatem propozycję metody oceny innowacyjności, w tym kapitału intelektualnego – platformy

¹ Zespół zaangażowany w realizację projektu „Audyt innowacyjności” wdrażał przedsięwzięcia mające na celu wsparcie rozwoju innowacyjności wśród regionalnych przedsiębiorstw i instytucji otoczenia biznesu: „Branżowe wsparcie innowacyjności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw”, „Innowacje i współpraca siłą gospodarki morskiej regionu”.

informacji na temat rozwoju podmiotów z możliwością anonimowego porównania swych osiągnięć w skali regionu.

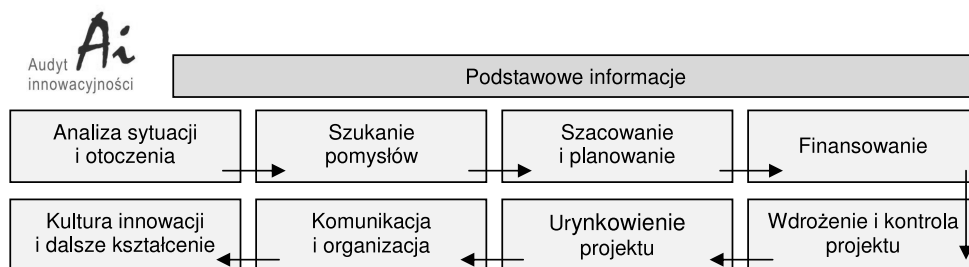
Projekt audytu jest o tyle cenny, że już poniekąd sprawdzony – w podobnej konfiguracji wdrożony bowiem został w Hamburgu w Niemczech przez konsorcjum naukowo-biznesowe, w tym Izbę Gospodarczą (Handelskammer Hamburg) i Uniwersytet w Hamburgu (Universität Hamburg), zyskując aprobatę najbardziej zainteresowanych, czyli przedsiębiorców (Hamburger Innovations audit). Przeszczepienie pomysłu na grunt regionu zachodniopomorskiego jest efektem współpracy Katedry Efektywności Innowacji (Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług) z Centrum Innowacji i Patentów Izby Gospodarczej w Hamburgu oraz tamtejszym Uniwersytetem.

Skala powodzenia inicjatywy wiąże się przede wszystkim z aktywnością przedsiębiorstw, które audytując się, zyskują opinię odnośnie do swego potencjału rozwojowego, jak również zasilają bazę na potrzeby analizy porównawczej. Właśnie możliwość usytuowania siebie na tle innych wydaje się być największą zaletą tego mechanizmu. Istotnym produktem tego przedsięwzięcia jest przydatne narzędzie, które pozwala firmie dokonać wewnętrznego audytu z możliwością oceny dynamiki rozwoju firmy.

1. Narzędzie audytu innowacyjności

Audyt, który w zasadzie stanowi narzędzie samooceny, opiera się na 43 pytaniach, podzielonych na dziewięć kategorii – etapów procesu rozwoju innowacyjności. Udzielenie odpowiedzi na każde z nich pozwala na wygenerowanie raportu podsumowującego badanie, łącznie z anonimowym porównaniem kondycji przedsiębiorstwa w stosunku do innych podmiotów zgodnie z wybranymi kryteriami doboru tła porównań.

Struktura audytu (rysunek 1) odpowiada analizie kolejnych faz procesu wdrożenia projektów o charakterze innowacyjnym, począwszy od analizy sytuacji i otoczenia podmiotu, poprzez umiejętne szukanie nowych pomysłów, trafne szacowanie przyszłych wyników, pozyskanie źródeł finansowania, a skończywszy na skutecznym i efektywnym wdrożeniu inicjatyw wraz z niezbędną kontrolą ich produktów i rezultatów.



Rys. 1. Struktura audytu innowacyjności

Źródło: opracowanie własne.

Analiza podstawowa według metodyki audytu innowacyjności odnosi się do ogólnej oceny klimatu innowacyjności w audytowanej firmie. Poziom innowacyjności jednostki określany jest jako udział liczby nowych produktów bądź usług w jej ofercie w okresie ostatnich trzech lat, bez względu na to, czy odniosły one sukces rynkowy. Pod pojęciem „wskaźnika sukcesu” należy natomiast rozumieć udział liczby nowych produktów względnie usług w ofercie firmy w ostatnich pięciu latach, które po wdrożeniu zyskały akceptację rynku. Dopelnieniem oceny są tu wskaźniki odnośnie do relacji przychodów oraz zysków ze sprzedaży nowych produktów/usług w stosunku do obrotów firmy w okresie ostatnich trzech lat. Za wyróżniające się w tym względzie firmy należy uznać te, dla których wartości powyższych wskaźników przekroczyły poziom 30%, jeśli natomiast oscylują one w granicach 1%, podmioty plasuje się w najsłabszej grupie badanych. Uzupełnienie stanowią tu informacje odnośnie do akceptacji ze strony rynku względem nowej oferty oraz następstw jej wprowadzenia w postaci wejścia w nowy obszar działalności bądź też wdrożenia nowej kompleksowej linii produktowej.

Analiza sytuacji i otoczenia koncentruje się z kolei na ocenie relacji przedsiębiorstwa z jego interesariuszami, w tym wykorzystywaniu przez firmę bodźców zewnętrznych celem przełożenia ich na nowe pomysły biznesowe, chociażby w postaci wykorzystania systemów wczesnego rozpoznania typu: banki danych technologicznych względnie analizy trendów w stosunku do planów wprowadzenia na rynek nowego produktu. Oprócz badanej wcześniej liczby wdrożonych nowości warto też przyjrzeć się częstotliwości ich pojawiania się, również w odniesieniu do dywersyfikacji dotychczasowych działań czy też zdobywania nowych rynków zbytu oraz skali tego zjawiska.

Źródłem nowych inspiracji mogą być również opinie klientów, stąd pytanie, jak często firma korzysta z tego typu podpowiedzi w procesie doskonalenia swojej oferty. Istotna jest tutaj również kreatywność pracowników badanego podmiotu, dlatego i ta kwestia poruszana jest w badaniu.

Według kategorii oceny „Szacowania i planowania” za rozwojowe uznaje się firmy, którym trafnie udaje się rozpoznać potencjał nowych pomysłów, chociażby ze względu na fakt zarządzania procesem ich oceny, w tym sporządzania biznesplanów dla przedsięwzięć innowacyjnych. Istotne jest również to, czy dany podmiot – na potrzeby wdrażania tychże projektów – wprowadza specyfikację zadań i zakres odpowiedzialności zaangażowanych osób. Ponadto w procesie planowania powinny być wyznaczane symptomy sugerujące ewentualne zaniechanie dalszych prac.

Pomysł rzetelnie przeanalizowany, również w kontekście warunków panujących w otoczeniu firmy, nie zostanie sfinalizowany bez ustalenia źródeł finansowania jego realizacji, a te w przypadku projektów o charakterze innowacyjnym są zazwyczaj stosunkowo wysokie. Dlatego też audyt odnosi się do stanu wiedzy kierownictwa danej jednostki co do możliwości pozyskania kapitału na wdrożenie projektów rozwojowych.

Za proinnowacyjne należy tu uznać przedsiębiorstwa, które z definicji dysponują budżetem na badania i rozwój.

Istotnym etapem procesu rozwoju firmy jest umiejętne wdrożenie wcześniej opracowanego pomysłu połączone z systematyczną kontrolą osiąganych wyników – monitoring pod względem czasu, jakości i kosztów działań. Do tego niezbędne są odpowiednio wykwalifikowane zasoby kadrowe, stanowiące pochodną warunków panujących na rynku pracy. Nowe rozwiązania mogą zostać wypracowane wewnątrz przez pracowników firmy. Cenne jest również obce know-how, które przedsiębiorstwo może wykorzystać, uwzględniając własne potrzeby i specyfikę działalności.

Rozwój innowacyjności odnosi się przede wszystkim do zmian w zakresie oferty, jak również procesu jej tworzenia. Niemniej istotne są także innowacje w obszarze marketingu, niejednokrotnie determinujące osiągnięcie sukcesu na rynku². Audyt porusza i tę kwestię, odnosząc się do istnienia budżetu na cele marketingowe związane z wdrażaniem innowacyjnych produktów bądź usług. Prócz tego oceniany jest kontakt firmy z kluczowymi jej klientami, również na potrzeby przeprowadzania testów rynkowych.

Analizie innowacyjności w obszarze organizacji firmy służy zestaw pytań z kategorii „Komunikacja i organizacja”, gdzie szczególną rolę przypisuje się przepływowi wiedzy, doświadczenia i informacji pomiędzy pracownikami przedsiębiorstwa – nie powinien mieć on charakter selektywnego. Trwałe budowanie kultury innowacji wiąże się z odpowiednim zaangażowaniem menedżera przedsiębiorstwa w planowanie i realizowanie przedsięwzięć prorozwojowych, jego skłonności do podejmowania ryzyka, które w tym przypadku jest nieco wyższe. Rolą menedżera jest również umiejętne motywowanie pracowników zwłaszcza w zakresie wynagradzania ich pomysłowości i pracy na zasadach przejrzystych i wszystkim znanych. Istotne jest to, by jednym z kryteriów rekrutacji pracowników były kompetencje w zakresie innowacyjności, aczkolwiek muszą być one sukcesywnie rozwijane poprzez efektywny system szkoleń.

Przywołany problem oceny kapitału intelektualnego oraz jego rola w budowaniu przewagi konkurencyjnej poprzez rozwój innowacyjności to kolejny obszar, który badać można z wykorzystaniem narzędzia audytu. Stąd w dalszej części opracowania uwaga skupiona została na możliwości oceny kapitału intelektualnego właśnie w ramach tworzonej i rozwijanej platformy audytorskiej.

² W literaturze przedmiotu wyróżnia się cztery podstawowe rodzaje innowacji: produktowe, procesowe, marketingowe i organizacyjne. Warto dodać, że te ostatnie pojawiły się dopiero w trzeciej – aktualnej wersji *Oslo Manual* – podręcznika w zakresie innowacyjności przedsiębiorstw, wydanego w 2005 roku przez OECD. Podobnie jest w przypadku innowacyjności rozwijanej w sektorze usług – przed wspomnianą datą koncentrowano się jedynie na innowacjach w odniesieniu do przemysłu, co było stosunkowo łatwiejsze ze względu na materialny charakter efektów działalności produkcyjnej. Por. *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, OECD/European Communities 2005.

2. Moduł audytu kapitału intelektualnego jako kierunek rozwoju platformy badawczej

W nowoczesnej gospodarce kapitał intelektualny jest najcenniejszym zasobem i podstawowym trwałym źródłem przewagi konkurencyjnej firm. Pomiar kapitału intelektualnego jest koniecznym elementem systemu zarządzania wiedzą. Celem tego pomiaru jest badanie, czy środki finansowe zainwestowane w aktywa niematerialne przynoszą oczekiwane korzyści dla organizacji. Ze względu na specyficzne cechy kapitału intelektualnego, takie jak nieuchwytność, trudności w skwantyfikowaniu jego wartości oraz wpływu na wartość przedsiębiorstwa i przewagę konkurencyjną, pomiar kapitału intelektualnego jest procesem złożonym. W praktyce stosuje się kilka rodzajów metod pomiaru kapitału intelektualnego, tj.:

- metody oparte o kapitalizację rynkową,
- metody oparte o zwrot na aktywach,
- metody bezpośredniego pomiaru kapitału intelektualnego,
- metody kart punktowych.

Niemniej jednak wciąż poszukiwane są nowe sposoby badania wielkości aktywów niematerialnych. Również w Polsce pojawiło się kilka koncepcji narzędzi, badających poziom tego niewątpliwie bardzo cennego majątku przedsiębiorstwa. Jedną z takich koncepcji jest audytowanie organizacji w zakresie zarządzania wiedzą i kapitału intelektualnego. Audyty te badają poziom świadomości istnienia poszczególnych części kapitału intelektualnego tj. kapitału ludzkiego, kapitału strukturalnego, w tym kapitału relacyjnego, innowacyjnego, organizacyjnego. Tworzone są koncepcje pomiaru efektywności inwestycji w aktywa niematerialne.

Ostatnio ukazały się wyniki badania, jakie przeprowadziła firma Hay Group i opublikowała w swym raporcie „Nawigator HR”, mówiące o rentowności wydatków na kapitał ludzki. Badanie przygotowano na podstawie badań 43 dużych przedsiębiorstw, które inwestując w pracowników, zwracają uwagę na rentowność tych wydatków. Ich największą część tych wydatków, bo ponad 93 proc, stanowią wynagrodzenia. Dużo mniej, bo tylko ok. 2,5 proc. budżetów HR, przedsiębiorstwa przeznaczają na świadczenia dodatkowe oraz szkolenia. Jak wynika z raportu, najwyższy średni zwrot z inwestycji w kapitał ludzki mają firmy z branży FMCG działające na rynku dóbr codziennego użytku, gdzie wydatki związane z HR mają stosunkowo niewielki, bo 11 proc., udział w kosztach operacyjnych. Niemniej jednak przedstawiciele firm FMCG są liderami we wdrażaniu programów rozwojowych dla swojej kadry menedżerskiej, w inwestowaniu w jakość „przywództwa” w organizacjach. Styl menedżerski ma bezpośrednie przełożenie na klimat organizacyjny, który z kolei pomaga osiągać lepsze wyniki biznesowe. Firma Hay Group opublikowała, iż w dużych polskich firmach wydatki związane z pracownikami sięgają przeciętnie 17,5 proc. wszystkich kosztów bieżącej działalności. Jest to opłacalna inwestycja, ponieważ obliczono, że średni zwrot z tych nakładów w 2008 r. wyniósł 86 proc³.

³ Por. A. Błaszczak, *Zysk z inwestycji w pracownika*, „Rzeczpospolita” 10-11 listopada 2009.

W opracowanie koncepcji pomiaru kapitału intelektualnego i kapitału innowacyjnego w przedsiębiorstwach jest zaangażowana również Giełda Papierów Wartościowych SA w Warszawie. Zakłada się, że zadanie to będzie przeprowadzane cyklicznie dla spółek notowanych na rynku papierów wartościowych. Inicjatywy takie mają na celu aktywizację zainteresowania ze strony inwestorów, ale również dodatkowe wzmocnienie dla marek emitentów obecnych na rynku. Jak donosi prasa, projekt ten będzie realizowany w ramach „Innowacyjnej gospodarki” i przewiduje on opracowanie standardów raportowania o kapitale intelektualnym przez spółki giełdowe. GPW będzie prawdopodobnie pierwszą giełdą w Unii Europejskiej, która wprowadzi system raportowania o kapitale intelektualnym. Na tej bazie powstaną zapewne kolejne produkty uwrażliwiające inwestorów na zagadnienie innowacyjności jako źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw⁴.

Innym sposobem określenia wielkości i jakości kapitału intelektualnego, zwłaszcza firm sektora MSP, mógłby być audyt zarządzania kapitałem intelektualnym – internetowe narzędzie dostępne bezpłatnie dla wszystkich zainteresowanych firm. Po przeprowadzeniu anonimowego audytu swojej firmy (wypełnieniu zestawu ankiet dostosowanych do branży działania) przedsiębiorca uzyska zestawienie wyników (zwane raportem) w kontekście danych innych organizacji z tej samej lub innych branż. Narzędzie oprócz wygenerowania certyfikatu zawierałoby zestaw dobrych praktyk, z których audytowany przedsiębiorca mógłby skorzystać.

Korzyści dla przedsiębiorstw z pomiaru kapitału intelektualnego można pogrupować w następujący sposób:

- Możliwość odpowiedniego ukierunkowania rozwoju kapitału intelektualnego, tj. określenie obszarów priorytetowych ze względu na wysoki lub niski stopień rozwoju, tj. np. w obszarze kapitału ludzkiego: wykształcenia pracowników, fluktuacji zatrudnienia, liczby osób objętych mentoringiem pracowniczym, liczby zgłaszanych przez pracowników inicjatyw; w obszarze kapitału organizacyjnego np.: benchmarking, kapitał relacyjny, kultura organizacji, poziom informatyzacji, wdrożenie systemów jakości, liczba patentów, wewnętrzny system informowania pracowników, lojalności klientów, stopy wzrostu udziału w rynku itp.
- Pomoc w formułowaniu strategii przedsiębiorstwa, w tym w szczególności w budowaniu i realizacji strategii personalnej,
- Pomoc w zarządzaniu personelem – motywowanie, nagradzanie, ale również restrukturyzacja zatrudnienia,
- Uświadczenie roli i znaczenia kapitału intelektualnego w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa, istotne w wielu zdarzeniach mających miejsce w praktyce gospodarczej funkcjonowania przedsiębiorstwa (np. wycena firmy dla potrzeb ubiegania się o kredyt bankowy, pozyskania inwestora strategicznego, przypadki fuzji i przejęć),
- Pomoc w oszacowaniu wpływu kapitału intelektualnego na wzrost wartości przedsiębiorstw.

⁴ Por. K. Krasuski, *Wzrasta znaczenie kapitału intelektualnego firm*, „Rzeczpospolita” 1 grudnia 2009.

Nie ulega wątpliwości, że większość uczestników rynku jest zainteresowana efektywnością zrealizowanych inwestycji, również w odniesieniu do kapitału niematerialnego, takiego jak: kapitał ludzki, relacyjny i organizacyjny. Jak dowodzi praktyka, wciąż trwają prace, aby możliwe stało się publikowanie i korzystanie przez wszystkich interesariuszy z ujednoliconej informacji o przedsiębiorstwie, zawierającej rzetelne dane również o aktywach niematerialnych.

3. Czemu służy audyt?

Przeprowadzony „samoaudyt” pozwala wyłuskać i usystematyzować wiedzę na temat firmy, jak również usytuować ją wśród innych wybranych do porównania w ramach dostępnych kryteriów doboru próby badawczej (rysunek 2). Samoocena może nieco zniekształcać wyniki audytu w przedstawionej wyżej formie, aczkolwiek przyjąć należy, iż oceniającemu zależy na realnej ocenie, dlatego też manipulowanie wynikiem będzie tu bezcelowe. Niewątpliwie do zalet mechanizmu zaliczyć należy:

- ogólnodostępność platformy internetowej pod adresem: www.ai.wzieu.pl;
- prostotę, przejrzystość i bezpłatny udział w badaniu, trwającym nie dłużej niż 20 minut;
- mechanizm pozwala na ocenę dynamiki zmian w firmie, bowiem audyt można przeprowadzać cyklicznie;
- kondycja innowacyjna firmy może być różnie postrzegana w zależności od udzielającego odpowiedzi – narzędzie pozwala zatem na konfrontację różnych stanowisk i opinii na temat rozwoju przedsiębiorstwa;
- każdy audyt to informacja dla firmy, jak również kolejne badanie zarejestrowane w bazie, poszerzające jednocześnie spektrum porównawcze, dzięki czemu audyt stanowić może żywy mechanizm badawczy.

Tabela 1. Przykład doboru kryteriów porównawczych

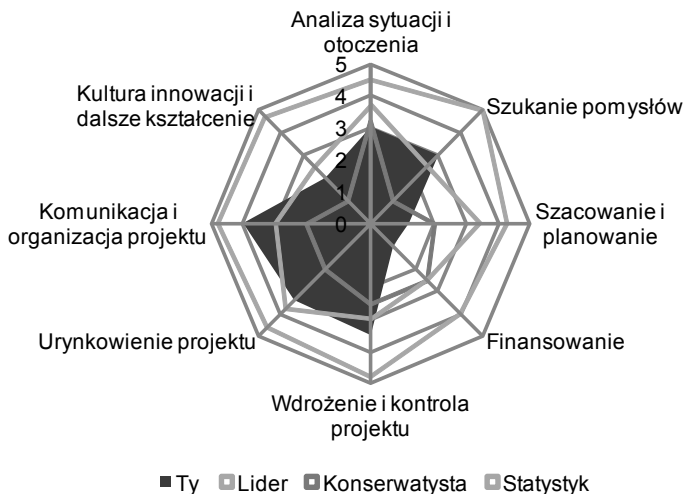
Profil działalności	wszystkie
Siedziba	obszar miejski
Obszar działania	wszystkie
Branża	wszystkie
Obroty	wszystkie
Zatrudnienie	do 9 pracowników
Park naukowo-technologiczny	nie
Specjalna strefa ekonomiczna	nie
Akademicki inkubator przedsiębiorczości	tak
Dotacja inwestycyjna	nie
Dotacja w kapitał ludzki	tak
Okres audytowania	ostatni 1 rok

Źródło: opracowanie własne.

Raport audytu koncentruje się na porównaniu poszczególnych kategorii oceny innowacyjności z innymi przeauditowanymi podmiotami (rysunek 3). I tak uzyskany wynik znajduje odniesienie względem:

- liderów innowacyjności, czyli 10% podmiotów, które uzyskały najlepsze wyniki w ramach analizowanych obszarów;
- konserwatystów, czyli 10% badanych z najsłabszymi rezultatami;
- graficzna interpretacja odzwierciedla także uśrednione wyniki aktualnej próby badawczej.

Mechanizm pozwala dokonywać licznych analiz, podmioty uczestniczące w projekcie można bowiem różnicować ze względu na miejsce ich działalności (park naukowo-technologiczny, specjalna strefa ekonomiczna czy inkubator przedsiębiorczości). Ponadto możliwa jest również analiza przedsiębiorstw, które korzystały bądź też nie z szeroko pojmowanych dotacji rozwojowych.



Rys. 2. Graficzna interpretacja wyników audytu innowacyjności

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki audytu wskazują, który z etapów procesu rozwoju innowacyjności jest przez przedsiębiorstwo najefektywniej realizowany, jaki zaś stanowi dla firmy wąskie gardło. Porównanie z innymi podmiotami gospodarczymi – znajomość słabych i mocnych stron konkurencji – stanowi bodziec do rozwoju, pozwala ponadto nakreślić kierunki inwestowania, zarówno w kapitał „twardy”, jak i „miękki” celem zyskania przewagi konkurencyjnej. Procesowe podejście do rozwoju innowacyjności, zaprezentowane w niniejszym audycie, wskazuje wiele uwarunkowań budowania trwale silnej pozycji rynkowej.

Podsumowanie

Kwestia analizy oraz pomiaru innowacyjności nurtuje zarówno naukowców, jak i przedsiębiorców – projekt audytu jest próbą opisanego potencjału firmy na tle środowiska, w którym wzrasta. Jest pochodną doświadczeń zdobytych w trakcie wdrażania inicjatyw wspierających rozwój innowacyjności regionalnych podmiotów gospodarczych, co pozwala trafniej zdefiniować ów problem badawczy.

Wsparcie rozwoju aktywów niematerialnych, w tym zasobów innowacyjnych, determinowane jest znajomością potencjału i efektywności działań innowacyjnych wśród podmiotów funkcjonujących w danej gospodarce, zwłaszcza na poziomie regionalnym, gdzie oddziaływanie na dobrze znane obszary życia gospodarczego winno być szczególnie skuteczne. Audyt innowacyjności stanowi zatem propozycję metody oceny innowacyjności, w tym kapitału intelektualnego – platformy informacji na temat rozwoju podmiotów z możliwością anonimowego porównania swych osiągnięć w skali regionu.

Literatura

- Błaszczak A., *Zysk z inwestycji w pracownika*, „Rzeczpospolita” 10-11 listopada 2009.
- Krasuski K., *Wzrasta znaczenie kapitału intelektualnego firm*, „Rzeczpospolita” 1 grudnia 2009. Materiały projektu „Audyty innowacyjności”.
- Materiały projektu „Hamburger Innovationsaudit” .
- Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, OECD/European Communities 2005.
- www.ai.wzieu.pl.

INNOVATION AUDIT AND INTELLECTUAL CAPITAL AS A TOOL FOR DEVELOPMENT ENTERPRISE

Summary

The issue of analysis and measurement of innovation pervades both the scientists and entrepreneurs - the draft of audit is an attempt to describe the potential of the company. The “Audit of innovation” is the result of experience gained during the implementation of initiatives to support the development of regional economic innovation. Support the development of intangible assets in this innovative resource is determined by knowledge of the potential and effectiveness of innovative activities. “Audit of innovation” is therefore proposed method of evaluation of innovation, including intellectual capital - the information platform for the development of players who can compare their achievements in the region.

Translated by Małgorzata Skweres-Kuchta