

WSTĘP

Prezentowana publikacja jest przygotowana przez pracowników Zakładu Ekonomii i Finansów Wydziału Organizacji i Zarządzania, Politechniki Śląskiej w ramach badań własnych pt. „Metodyka kształtowania efektywności w cyklu życia produktu”. Badania te są częścią szerszego programu badawczego, podjętego w 2012 roku przez większość jednostek Wydziału.

W ramach realizacji programu badawczego wyodrębniono cztery etapy (zadania), dotyczące odpowiednio: metodologii oceny efektywności produktu, analizy przychodów i kosztów w cyklu życia produktu, analizy efektywności produktów w fazie schyłkowej na przykładzie przedsiębiorstw przemysłowych, stworzenia warunków racjonalizacji procesów i zasobów zorientowanych na poprawę efektywności produktu w fazie schyłkowej na podstawie przedsiębiorstw przemysłowych.

Kolejność prezentowanych w niniejszym Zeszytce Naukowym artykułów podporządkowano zadaniom realizowanym w trakcie badań. Jeśli efektem realizacji zadania było kilka artykułów, ich kolejność podporządkowano obszarom funkcjonalnym przedsiębiorstwa. Ze względu na tematykę Zeszytu, nawiązującą do zarządzania marketingowego, pierwszeństwo przyznano artykułom dotyczącym produktu i marketingu, w dalszej kolejności pojawiają się artykuły dotyczące zagadnień finansowych i personalnych. W poszczególnych podgrupach artykuły ułożono w kolejności od ogólniejszych do bardziej szczegółowych.

Rozważania w ramach zadania pierwszego rozpoczęto od teoretycznego ujęcia pojęcia efektywności i sposobów jej mierzenia w podziale na efektywność ekonomiczną i społeczną, z uwzględnieniem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Kolejny artykuł dotyczy efektywności działań marketingowych w cyklu życia produktu i zawiera podstawy metodyki ich pomiaru, tj.: identyfikację instrumentów i działań marketingowych generujących koszty w kolejnych fazach cyklu życia, sposoby ich ewidencji, sposoby szacowania ich efektów finansowych i pozafinansowych. Kolejne dwa artykuły poświęcono określeniu skuteczności i efektywności produktu oraz związków między tymi dwoma pojęciami. Następnie przedstawiono problem pomiaru efektywności w kontekście kapitału klienta. Wskazano potrzeby ukierunkowania działań przedsiębiorstwa na tworzenie wartości dla klienta i pomiaru efektywności działań z tej perspektywy. Ostatnim zagadnieniem poruszonym w ramach zadania pierwszego są parametry efektywności w cyklu życia inwestycji. Skupiono

się na ocenie efektywności inwestycji przy uwzględnieniu kolejnych faz jej realizacji i możliwych zmian kosztów kapitału.

Obszerniej odniesiono się do zadania drugiego. Publikacje w jego ramach otwiera artykuł na temat działań marketingowych jako determinant kosztów w cyklu życia produktu. Analizuje on koszty generowane przez działania marketingowe w kolejnych fazach cyklu życia produktu z perspektywy celów, których realizacji służą. Kolejny artykuł opisuje determinanty procesu innowacyjnego i strategie wdrażania innowacji produktowych. Podkreślono w nim, że innowacje są podstawowym czynnikiem podniesienia konkurencyjności przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa są zmuszone do wprowadzania innowacji produktowych m.in. z powodu nasilenia konkurencji prowadzącej do skrócenia cyklu życia produktu. Ostatni artykuł odnoszący się do produktu w ramach zadania drugiego analizuje portfel pięciu produktów znajdujących się w różnych fazach cyklu życia, składający się na ofertę przedsiębiorstwa wydobywającego surowce mineralne. Kolejne dwa artykuły dotyczą problematyki finansowej. Pierwszy z nich prezentuje możliwości poprawy efektywności działania przedsiębiorstwa z perspektywy finansowej przez pozyskanie kapitału drogą emisji obligacji korporacyjnych. Drugi dotyczy poprawy funkcjonowania giełd papierów wartościowych dzięki ich konsolidacji, co przekłada się na zwiększenie możliwości pozyskiwania środków finansowych przez przedsiębiorstwa na rynku kapitałowym. Zadanie drugie zamykają dwa artykuły odnoszące się do problematyki personalnej. W pierwszym z nich przedstawiono efektywność działań personalnych w podziale na zadania dominujące na etapie wprowadzenia i wzrostu oraz dojrzałości i schyłku produktu. W drugim z nich, na podstawie badań przeprowadzonych wśród zarządzających całością przedsiębiorstwa i kierujących komórką kadrową w sektorze MSP, poddano analizie wykorzystanie elastycznych form zatrudnienia w cyklu życia produktu.

W ramach trzeciego zadania przygotowano dwa artykuły dotyczące sektora wydobywczego. Tematem pierwszego z nich są uwarunkowania efektywności produktu w fazie dojrzałości na przykładzie węgla kamiennego. Drugi artykuł dotyczy finansowej strony działalności wydobywczej i traktuje o rachunku kosztów z perspektywy jego prowadzenia, uwzględniającego cykl istnienia wyrobiska wybierkowego.

Pierwszym artykułem opracowanym w ramach zadania czwartego jest artykuł teoretyczny na temat poziomu skuteczności produktu w kontekście przedłużenia cyklu jego życia. Kolejny artykuł nawiązuje do zadania trzeciego, zawiera poszerzone rozważania dotyczące analizy i oceny kosztów z perspektywy cyklu istnienia wyrobiska wybierkowego. Został on przyporządkowany do zadania czwartego ze względu na to, że obejmuje cały cykl eksploatacji wyrobiska wybierkowego, łącznie z jego likwidacją. Artykuł stanowiący podsumowanie rozważań w ramach zadania czwartego dotyczy racjonalizacji procesów

i sposobów wykorzystania zasobów w celu poprawy efektywności produktu w fazie schyłkowej na przykładzie wybranej kopalni piasku.

Ogólne wnioski z poszczególnych artykułów, stanowiące odpowiedzi na zadania przyjęte do realizacji w ramach projektu badawczego, zawiera zakończenie.

Mariusz Zieliński