

## ZAKOŃCZENIE

Realizując badania „Metodyka kształtowania efektywności w cyklu życia produktu” członkowie zespołu badawczego starali się spojrzeć na omawianą problematykę w możliwie interdyscyplinarny sposób, wykraczający poza rozważania czysto ekonomiczne. Wśród opracowań dominują te o charakterze teoretycznym, co wynika głównie z dominacji artykułów zgłoszonych jako realizacja dwóch pierwszych zadań projektu. Publikacja składa się z osiemnastu artykułów, odpowiadających tematycznie zainteresowaniom naukowym członków zespołu. Ogólne wnioski wynikające z poszczególnych artykułów zostały przedstawione według kolejności zadań przyjętych do realizacji w ramach projektu badawczego.

W ramach zadania „metodologia efektywności produktu” poddano analizie różnice w postrzeganiu efektywności w ujęciu ekonomicznym i społecznym. W pierwszym z nich nie ma wątpliwości co do określenia działań efektywnych, przyjmuje się jako takie działania przynoszące nadwyżkę efektu (przychodów) nad nakładem (kosztami). W ujęciu społecznym, w którym należy uwzględnić wpływ przedsiębiorstwa na otoczenie, pojęcie efektywności przestaje być jednoznaczne. Przedsiębiorstwo może poświęcić efektywność w ujęciu ekonomicznym, podejmując działania poprawiające swój wizerunek w otoczeniu. Większość działań zaliczanych do CSR przedsiębiorstwo może potraktować jako inwestycje w długoterminowy rozwój. Efektywność działań marketingowych można szacować na podstawie porównania ich kosztów i efektów z perspektywy budowania lojalności klienta, tj. pozyskiwania klientów, ich utrzymania i wykreowania ich więzi z firmą, opierającej się na wartości reprezentowanej przez produkt. Przedsiębiorstwo powinno skupić się na poprawie relacji między efektami i kosztami, rezygnując z podejścia jednostronnego (maksymalizacji efektów lub minimalizacji kosztów). W dziedzinie określania kierunków działań poprawiających marketingową stronę funkcjonowania przedsiębiorstwa rodzi się pewna trudność nomenklaturowa, która może komplikować porozumiewanie się poszczególnych pracowników. Kłopoty w nazewnictwie wynikają z tego, że często efektywność produktu definiuje się przez jego skuteczność, rozumianą jako zdolność produktu do generowania założonych efektów. W praktyce należy skupić się na określeniu sposobu identyfikacji oceny i interpretacji danych dotyczących poszczególnych produktów, pozwalających określić opłacalność ich wytwarzania. Trudności występują także w dziedzinie pomiaru efektywności

działań i procesów ukierunkowanych na kreowanie kapitału klienta. Możliwości jego określenia na podstawie informacji dostarczanej przez tradycyjny system rachunkowości są niewielkie. Ocenę wpływu działań nakierowanych na wzrost kapitału klienta umożliwiłoby zastosowanie procesowej ewidencji zdarzeń gospodarczych. Ostatni artykuł w ramach zadania pierwszego dotyczy oceny efektywności inwestycji przy uwzględnieniu faz jej realizacji. W związku z ryzykiem zmiany kosztu kapitału proponuje się w nim zastosowanie zmodyfikowanej metody NPV w celu oceny efektywności inwestycji.

Zadanie „analiza przychodów i kosztów w cyklu życia produktu” wzbudziło największe zainteresowanie członków zespołu badawczego. W jego ramach poddano analizie działania marketingowe jako determinanty kosztów w cyklu życia produktu. Szczególną uwagę zwrócono na etap wprowadzania produktu na rynek ze względu na jego deficytowość. Przedstawiono także cele i intensywność działań marketingowych w kolejnych fazach cyklu życia produktu. Kolejnym poruszonym problemem są determinanty procesu innowacyjnego i strategie wdrażania innowacji produktowych. Konkluzją tej części rozważań jest stwierdzenie, że innowacje produktowe pozwalają wejść na nowe rynki zbytu, pozyskać dodatkowe przychody lub obniżyć koszty, co prowadzi do uzyskania przewagi konkurencyjnej. W artykule zamykającym rozważania na temat produktu w ramach zadania drugiego zidentyfikowano fazy cyklu życia pięciu produktów oferowanych przez przedsiębiorstwo wydobywające surowce mineralne oraz oceniono atrakcyjność segmentów rynku, na których oferowane są te produkty, przy wykorzystaniu metody pięciu sił konkurencyjnych Portera. We wnioskach wskazano produkty, na których powinno koncentrować się przedsiębiorstwo. Kolejne dwa artykuły dotyczą zagadnień finansowych. W pierwszym oceniono pozyskiwanie kapitału drogą emisji obligacji korporacyjnych z perspektywy jego wpływu na efektywność przedsiębiorstwa. Artykuł oparto na analizie wybranej spółki akcyjnej emitującej obligacje korporacyjne. Następny artykuł analizuje procesy konsolidacji giełd papierów wartościowych z perspektywy poprawy efektywności ich funkcjonowania. Zwrócono w nim uwagę, że giełdy zaczęły funkcjonować jak przedsiębiorstwa rynkowe, zainteresowane są zatem wzrostem efektywności, czego oczekują ich akcjonariusze. Kolejne dwa artykuły dotyczą funkcji personalnej przedsiębiorstwa. W pierwszym z nich zidentyfikowano najistotniejsze działania personalne w poszczególnych fazach cyklu życia produktu, zaproponowano mierniki oceny ich efektywności, określając stwarzane przez nie możliwości i ograniczenia. Kolejny artykuł odnosi się do wykorzystania elastycznych form zatrudnienia w sektorze MSP z uwzględnieniem cyklu życia produktu. Jego część badawcza odnosi się do obszarów funkcjonalnych, grup pracowniczych, w stosunku do których są wykorzystywane elastyczne formy zatrudnienia, oraz oceny korzyści wynikających z ich zastosowania.

W ramach zadania trzeciego zajęto się bardzo istotnym dla Górnego Śląska problemem efektywności wydobywania węgla kamiennego. Węgiel jako produkt znajduje się w fazie dojrzałości, niewielkie są zatem możliwości zwiększenia przychodów uzyskiwanych z jego sprzedaży, natomiast eksploatując coraz bardziej wymagające pokłady, trudno ograniczać koszty produkcji. Bez zwiększenia efektywności funkcjonowania sektora wydobywczego grozi węglowi kamiennemu przejście w fazę schyłkową. Do powyższej problematyki nawiązuje kolejny artykuł, wskazujący, że używanie jedynie tradycyjnego rachunku kosztów w górnictwie uniemożliwia racjonalizację kosztów w górnictwie. W związku z tym proponuje się zastosowanie koncepcji rachunku kosztów w cyklu istnienia wyrobiska wybierkowego dostosowaną do potrzeb przedsiębiorstw górniczych.

Wprowadzeniem do realizacji zadania czwartego jest opracowanie teoretyczne na temat koncepcji pomiaru skuteczności produktu w kontekście przedłużenia jego cyklu życia. Zaproponowano pomiar skuteczności produktu z uwzględnieniem warstwowej struktury produktu (rdzeń, produkty rzeczywiste i poszerzony). Proponowaną procedurę omówiono na przykładzie. Kolejny artykuł powraca do problematyki oceny i analizy kosztów w sektorze wydobywczym. Zawiera pogłębioną analizę cyklu istnienia wyrobiska wybierkowego i propozycje modyfikacji istniejącego rachunku kosztów pod kątem tego cyklu. Propozycje te zmierzają do poprawy funkcjonowania rachunkowości zarządczej w sektorze wydobywczym. Ostatni artykuł bazuje na przykładzie kopalni piasku, odnosząc się do działań poprawiających efektywność produktu znajdującego się w fazie schyłkowej. Analiza w artykule jest przeprowadzona z perspektywy istniejących w przedsiębiorstwie procesów i zasobów oraz ich korekty, w celu przedłużenia cyklu życia rozpatrywanego produktu.

Niniejsza publikacja jest skierowana do osób zajmujących się omawianą problematyką na gruncie teoretycznym, praktyków gospodarczych (ekonomistów, zarządzających podmiotami gospodarczymi) oraz wszystkich zainteresowanych rzeczywistością gospodarczą. Może być także interesująca dla studentów wszystkich stopni nauczania szeroko rozumianych kierunków ekonomicznych.

Mariusz Zieliński