

تابع مفهوم القيمة

يعتمد مفهوم القيمة على العلاقة بين إشباع العديد من الاحتياجات المختلفة والموارد المستخدمة لتحقيقها. كلما قل استخدام الموارد أو زاد إشباع الاحتياجات ، زادت القيمة."

قد يكون لأصحاب المصلحة المختلفين آراء مختلفة حول معنى القيمة. يتمثل الهدف من إدارة منظمة الأعمال للقيمة في جعل وجهات نظر المتعددة لأصحاب المصالح متطابقة قدر الإمكان وإتاحة إمكانية تحقيق تقدم كبير نحو الأهداف المحددة وهذا باستخدام الحد الأدنى من الموارد.

ومن هنا خلق القيمة يرتبط بمحاولة منظمة الأعمال تحقيق التوافق ما بين ما بين القيمة المدركة من جميع

المفهوم الخاص للقيمة لأصحاب المصالح:

- فالنسبة للمساهم ، فإن المال المستثمر في استثمار معين له توقعات أعلى من الأرباح مما سيتم استثماره في مكان آخر ؛

- بالنسبة لصاحب المشروع الذي ينتج سلعة ، فإن نفس المال الذي يستثمره في الآلات أو العمالة يسمح له بخلق قيمة أكثر أو أقل ، أي الهامش ، حسب درجة الكفاءة وإنتاجية هذه الموارد. اختيار

- أنواع المنتجات التي سيتم تصنيعها وأسواقها والحلول المعتمدة وأنواع الموارد اللازمة لحشدها بالنسبة لموظف الشركة ، سيكون القرار هو ما إذا كانت ساعات عمله هنا ستجلب له فوائد أكثر مما لو وضعه في مكان آخر.

- بالنسبة للعميل ، المشتري المحتمل للمنتج ، سيكون سؤالاً لمعرفة ما إذا كان المال المستثمر في الشراء المعني يحقق المزيد من الفوائد فيما يتعلق بالخدمات المقدمة من أي شراء أو قرار آخر (على وجه الخصوص عدم الشراء).

- بالنسبة للسلطة المحلية أو مجموعة البيئة ، سيتم الحكم على المشروع المدعوم أو المتنازع عليه من خلال مقياس المزايا أو العيوب التي سيولدها مع العلم أن الفرنك الاستثماري الجماعي المصاحب لتنفيذ المشروع يمكن ربما أفضل وضع في مكان آخر.

وبالأخذ بوجهة نظر مختلف أصحاب المصالح لمفهوم القيمة يمكن تعريفها على هذا النحو: هي مجموعة المزايا المتعددة التي يتم رؤيتها وتصنيفها (وفقاً لنظام القيم أو التفضيلات) من قبل ممثل أو مجموعة من الجهات الفاعلة في موقف صنع القرار في سياق محدد ، لوحدة جهد (التكلفة ، الوقت ، ...) للاستثمار في مشروع معين (منتج ، إجراء) مقارنة بالمشاريع الأخرى

الخصائص العامة لمفهوم القيمة

- القيمة هي دائماً نتيجة ربط المنافع (الخدمات المقدمة مقابل المنافع والفوائد) والجهود المبذولة (الاستثمارات ، التكاليف ، الوقت ، مقابل الإيرادات أو الأرباح؛

- القيمة هي إدراك ؛ ومن ثم لا بد من أن تكون ذات طابع شخصي ، بالنسبة إلى الفاعل الذي يجب عليه المشاركة في القرار ومن يحاول إدراك هذه القيمة وتحديدها. فمثلاً لنفس المشروع الاستثماري ، يمكن للجهات الفاعلة (مختلف أصحاب المصالح) إدراك قيمة مختلفة؛

- يتم تحديد القيمة وترتيب أولوياتها وفقاً لنظام تفضيلات أو قيم محددة لصاحب المصلحة؛

- القيمة هي توقع و أمل في الحصول على مزايا ، وبالتالي يتحمل صاحب المصلحة الخطر لحظة اتخاذ قراره. فهي في وقت اتخاذ القرار مازالت مجرد توقع بالنسبة له (قد تصبح مجموعة مزايا

له و بالنسبة للفاعلين الآخرين الذين سيستفدون من المزايا، أوقد تتحول إلى خطر ويعاني منه جميع أصحاب المصالح). لذلك يبدو من الضروري تقدير القيمة في أبعادها المتعددة، علماً أن سيتم إدراك القيمة المتحصل عليها بعد استخدامها؛

- القيمة سياقية، تعتمد على البيئات التي يتواجد فيها أصحاب المصالح يكون فيها الممثلون المعنيون، إن قيمة كوب من الماء ليست هي نفسها اعتماداً على ما إذا كان أحدها في أوروبا أو إفريقيا ، فهو ليس الشيء نفسه بالنسبة للجهات الفاعلة ذات مستويات المعيشة المختلفة؛ قد تختلف القيمة المدركة لنفس المشروع وفق التغيرات التي تحدث في بيئة المشروع التي تتميز عادة بالديناميكية؛

- تكون القيمة المدركة بشكل تفاضلي فقط، مثلاً المقارنة التي تنشأ بين مشروعين، وهذان المشروعان يولدان مجموعات مختلفة من المزايا أو العيوب ، وستتم مقارنتهما على أساس وحدة الجهد المطلوب بذلها، مجموعة المزايا ، الخطر، وتجدر الإشارة إلى أن قرار التقييم الأساسي للمقارنة يتكون من الاختيار بين القيام ، تأخير ، أو عدم القيام به.

- تكون القيمة متعددة الأبعاد (متعددة المعايير) وتتوافق مع مجموعة مزايا يمكن إدراكها، ونادراً ما تكون أحادية الأبعاد؛

- القيمة ليست بالضرورة قابلة للقياس (استخدام المقاييس) ، على الأكثر يمكننا التعبير عن تقييم مقارن تفاضلي (إنشاء علاقات ترتيب بين الأشياء أو الإجراءات التي يتم النظر فيها). ومع ذلك ، يمكن أن يتم إدراكها من خلال تفسير الأبعاد المختلفة أو المكونات التي تميزها؛

- القيمة ليست كياناً محدداً وثابتاً. إنه قابل للتطوير بشكل لا نهائي ، غير مغلق ، غير محدود: يمكننا دائماً اكتشاف فوائد جديدة (أو منافع مضادة) للمشروع ، وكل ذلك يعتمد على حساسية أو دقة إجراءات التقييم. لذلك سيكون من الضروري تحديد حدود بشكل واضح لممارسة تقدير القيمة التي نقوم بها.