

أهداف الدرس: سيتمكن الطالب من التعرف على المدلول اللغوي، والاصطلاحي التقليدي والحديث لمصطلح القيمة، وأهم المحددات والعناصر التي تم التركيز عليها في تحديد مفهومها، وذلك استنادا إلى مساهمات وأفكار العديد من الدارسين لهذا الموضوع.

العناصر التي تتضمنها المحاضرة:

- ☉ المعنى اللغوي لمصطلح القيمة؛
- ☉ المفهوم التقليدي لمصطلح القيمة؛
- ☉ المفهوم الحديث لمصطلح القيمة؛

تمهيد: لا يمكن أن نعتبر مصطلح القيمة حديث النشأة فقد شاع استخدامه على مر العصور القديمة والحديثة وفق ما ثبت في تاريخ الفكر الاقتصادي، ولم يتفق الدراسون لهذا الموضوع على وضع مفهوم ومدلول اصطلاحى موحد له، وهذا يرجع إلى اختلاف الزوايا التي ينظر منها كل واحد منهم إلى القيمة، كما أن للتطور العلمي والتكنولوجي والعوامل البيئية المتجددة وسريعة التغير التي يتميز بها كل عصر، دور في اعتبار القيمة مفهوما متحركا ومتشعبا يمكن معالجته من ناحية المجال الذي يدرس فيه وكذا الهدف من تحقيقه، وفي هذا الدرس سيتم توضيح المعنى اللغوي والمفهوم التقليدي والحديث للقيمة.

أولا: المعنى اللغوي لمصطلح القيمة: قيم الشيء أي أعطى له وزن، مقياس، ومعيار، مقدار، أي حدد له مقابل.

كلمة قيمة تعني الشيء ذو المقدار، أو الثمن، وفي قواميس اللغة الإنجليزية تعرف كلمة (Value) بأنها تعني الشيء الثمين ذو الأهمية، ويرجع في أصله الاشتقاقي إلى الفعل اللاتيني (Valeo) الذي يدل على القوة، ومعناه الأصلي " أنا قوي " فيشمل من هذه الناحية الشجاعة والصلابة والقوة.

ثانيا: التعريف الاصطلاحي للقيمة: بما أن هناك العديد من المحددات التي تدخل في تعريف القيمة فضلا عن تعدد المجالات فلا يمكن حصر تعريفها من زاوية واحدة، حيث تدرس القيمة من الناحية الاقتصادية، الإدارية الاجتماعية وحتى الأدبية والفلسفية وبالرجوع إلى المجال والتخصص يمكن أن نعطي كذلك العديد من المفاهيم، فمن الناحية الأدبية يرتبط الأمر بالقيم المعنوية المرتبطة غالبا بالمبادئ والأخلاقيات والفنون، على عكس القيمة الاقتصادية أو المالية والمحاسبية التي تتحدد بقيم كمية ومن الناحية الفلسفية أيضا الأمر يدرس من الناحية المعنوية والروحية، أي أن القيمة من المنظور الفلسفي تتحدد بثلاث محاور **أولها: الهدف** الذي نسعى إلى تحقيقه مثلا: الأمان، السعادة، الحصول على الثروة وغيرها، **ثانيا: الفعل** الممارس مثل إنجاز عمل مريح، فعل الخير، نشر المحبة وغيرها، **والمحور الثالث** يتمثل في **الإحساس** بالشيء مثل الشعور: الراحة، الحب، الجمال وغير ذلك، معنى ذلك لو قمنا بأي محاور من المحاور الثلاث فإننا نحقق قيمة في كل مرة.

أما من الناحية الاقتصادية ففي غالب الأحيان يقترن تعريف القيمة بالسعر، حيث أن سعر السلعة هو التعبير النقدي عن قيمتها، وحتى بالنسبة لاعتبار القيمة تعني السعر أو الثمن أثبتت اشكالية، حيث حاول الباحثون إبراز الاختلافات بينها فهناك من يرى وجود معنى تطابقي بين كل من القيمة والسعر، على أساس أن:

- **سعر السوق:** يعبر عن القيمة التي يشيع التعامل بها بين الناس مع اختلافهما عن الثمن.
- **الثمن:** يمثل ما تراضى عليه المتعاقدان، وعليه فإن الثمن يمكن أن يكون مساوياً أو أكبر أو أقل من القيمة (السعر) مع ملاحظة التعبير الجماعي لمصطلح القيمة (السعر) بعكس الثمن الذي يعبر عنه في حالات فردية بين متعاقدين أو أكثر لا يصلون إلى حد الكثرة.

ما يلاحظ من هذا المفهوم أن القيمة تتحدد بالسعر ولكن هذا الأمر لا يصلح في جميع الأحوال، حيث ثبت من طرف المفكرين والفلاسفة الدارسين لموضوع القيمة أنها يمكن أن تتحدد بعوامل وعناصر أخرى بينها اسهاماتهم وأفكارهم التي تأرجحت بين العصور القديمة والعصر الحديث والتي نوجزها باختصار كما يلي:

ثالثاً: المفهوم التقليدي للقيمة: بالنسبة للقيمة كمصطلح ظهرت أهميته في عصور سألقة بظهور الحاجة إلى المبادلة (المقايضة)، أي مبادلة السلع ببعضها البعض، وكان آنذاك من الضروري معرفة الشيء الذي يجعل السلع متساوية عند تبادلها (مقياس للقيمة) وهو ما ذهبت إليه بحوث أفلاطون وأرسطو في الحضارات القديمة، حيث بين أفلاطون أن القيمة تظهر وتفسر عن تحديد قيمة تبادلية.

وقد فسر أكثر تلميذه أرسطو هذه الفكرة وفرق بين نوعين من القيمة وهما القيمة الاستعمالية والقيمة التبادلية، وأكد أن كل سلعة تكون لها قيمة استعمالية تنتج عن استخدامها في إشباع الحاجة الإنسانية، وأخرى تبادلية وهي ما نحصل عليه من سلع في السوق نتيجة لمبادلة بالسلع التي يحتاج إليها مالك هذه السلعة.

رابعاً: المفهوم الحديث للقيمة: بالنسبة للمفهوم الحديث للقيمة ترجع بوادره إلى أفكار المفكرين الاقتصاديين الذين ينتمون إلى المدارس الفكرية الاقتصادية المختلفة واضعي نظرية القيمة والتي سيتم التعرف عليها في الجزء الثاني من هذه المحاضرة، منهم من أكد أفكار أفلاطون وأرسطو، ومنهم من كان له رأي آخر حول العناصر الأساسية التي ترتبط بالقيمة مثل العمل، المنفعة، عوامل الإنتاج وغيرها، ومن جهة ثانية تؤكد النظرة الحديثة للقيمة أنه لا يجب الاكتفاء بخلق القيمة للمستهلك فحسب بل لابد من عدم الإغفال والاهتمام بخلقها إلى الأطراف الفاعلين والذين تربطهم بالمؤسسة علاقات تفاعلية باعتبارهم الأطراف ذوي المصالح المشتركة والذين لهم تأثير كبير على خلق القيمة في المؤسسة.

هذا ما سيتم توضيحه بعد التطرق إلى النظريات التي تناولت دراسة موضوع القيمة.