

2.3 組織績效

2.3.1 價值

2.3.1.1 價值的意義



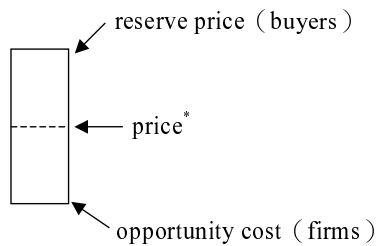
企業經營的最終目標在創造價值；(一)何謂價值？(二)創造什麼價值？以及(三)如何創造價值？分別詳述之。
(93年中興；15%)

【解碼】

Michael Porter的「價值說」——「創造價值」是組織之所以生存的關鍵。

【編碼】

釐清：「成交价格」、「保留價格」(reserve price)與「機會成本」的關係。



【參考答案】

(一)價值可以視為「利益」和「犧牲」之差。也就是「消費者所認知到的利益」和「顧客必須支付的代價」的差額。

(二)企業所要創造的價值應是由顧客來界定。即企業應致力於增加「顧客所認知到的價值」——即提高「消費者所認知到的利益」和降低「顧客必須支付的代價」以及二者的「差額」。

管仲老師的叮嚀

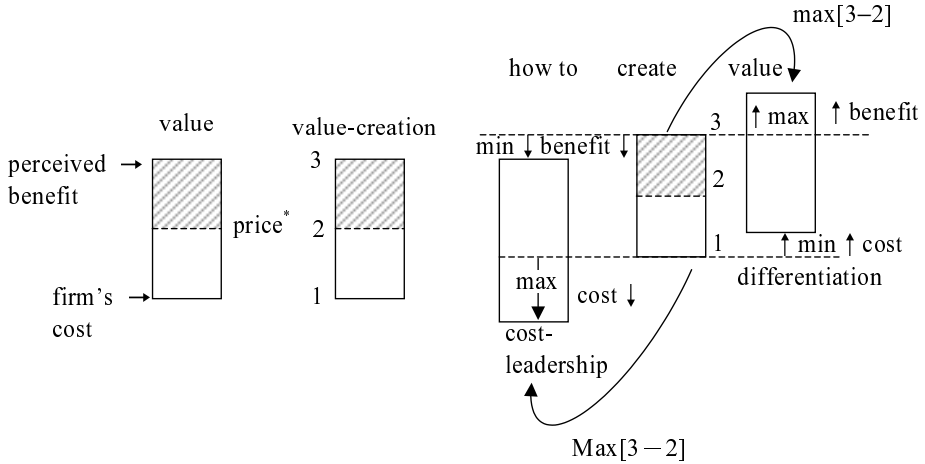
「價值」不只是一個「一般化的名詞」，而是「專門術語」。



(三)以Michael Porter競爭策略 (generic strategies) 的概念來說，企業可藉由成本領導 (cost-leadership) 和差異化 (differentiation) 兩種基本的作為來創造價值：

1. 成本領導策略：減少某些顧客較不重視卻又占廠商成本比重很大的產品或服務功能、屬性、特色等，使成本大幅壓低，卻對顧客認知產品利益的影響不大，此時，降低售價來回饋顧客，將可使顧客認知的價值提高。
2. 差異化策略：透過塑造產品或服務的獨特性 (uniqueness)，使得顧客認為該產品是為自己量身訂做的，其願意支付的價格將大幅提高，減去反映成本而提高的售價之後，顧客認知到的價值仍可增加。

【延伸學習】



由value-creation得知：

$$\therefore \text{value} = 3 - 2$$

$$\therefore \text{value} - \text{creation 即 Max}[3-2]$$

故 \uparrow perceived benefit $\rightarrow V \uparrow$

\downarrow firm's cost $\rightarrow \downarrow$ price $\rightarrow V \uparrow$