



Iranian Scientific Association  
of Public Administration



University of  
Sistan and Baluchestan

## Co-production of public value: a way to develop society

Majid nikkhah <sup>1</sup> | Reza Vaezi <sup>2</sup>

1. Department of Public Management, Faculty of Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.

(\*Corresponding Author). majid\_nik4@yahoo.com

2. Department of Public Administration, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. theory.management@yahoo.com

### Article Info

### ABSTRACT

#### Article type:

Research Article

Public values are the result of public policies, laws, public regulations, public services and other behaviors of civil servants, which are determined by the people themselves in a democratic society.

#### Article history:

Received: 21 January 2022

Received in revised form: 6 April 2022

Accepted: 5 June 2022

Published online: 27 June 2022

Since co-production can be productive through the possibility to create synergies between the government and civil society with a positive impact on social capital and because of its potential to deal with a wide range of factors hindering the provision of public service, the present article tries to use the documentary method, and library method of resources and related management texts, first, review the key concepts, diverse and emerging meanings of public value, and finally discuss the role of co-production of public value. The paper expresses a better understanding of the concept of public value and the significant role of the co-production of public values in the development of society.

#### Keywords:

Co- Public Value, Co-rodution, Public Services, Citizen Participation, Development of Society.

**Cite this article** nikkhah, m & Vaezi, R. (2022). Co-production of public value: a way to develop society. *Governance and Development Journal*, 2 (2), 3-24.



Publisher: Iranian Scientific Association of Public Administration & University of Sistan and Baluchestan.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی



دانشگاه علمی کاربردی  
گیلان غرب

حکمرانی و توسعه

شماره نشریه: ۳۴۶۱-۲۷۸۳

Homepage: www.jipaa.ir



مجله مدیریت و نظریات  
انسان‌شناختی

## تولید مشترک ارزش عمومی: راهی برای توسعه جامعه

مجید نیکخواه<sup>۱</sup> | رضا واعظی<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) \* maid\_4nik@yahoo.com

۲. استاد، مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. theory.management@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۱</p> <p>تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۱/۱۷</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۵</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۴/۰۶</p> <p><b>واژه‌های کلیدی:</b></p> <p>ارزش عمومی، تولید مشترک، خدمات عمومی، مشارکت شهروندان، توسعه جامعه</p>	<p>ارزش‌های عمومی برآیندی از خط‌مشی‌های عمومی، قوانین، مقررات عمومی، خدمات عمومی و سایر رفتارهای کارگزاران بخش عمومی هستند که در یک جامعه مردم سالار این ارزش‌ها توسط خود مردم تعیین می‌شوند. این ارزش‌های عمومی تجلی رحجان‌ها و خواست‌های شهروندان یک جامعه است، لذا از آنجایی که تولید مشترک از طریق فرصت ایجاد هم‌افزایی بین دولت و جامعه مدنی با تأثیر مثبت بر سرمایه اجتماعی و به دلیل پتانسیل آن برای مقابله با طیف وسیعی از عوامل بازدارنده ارائه خدمات عمومی موثر می‌باشد پژوهش حاضر در تلاش است با بهره‌گیری از روش اسنادی، کتابخانه‌ای منابع و متون مدیریتی مرتبط در ابتدا مروری بر مفاهیم اصلی، معانی متنوع و نوظهور ارزش عمومی و در نهایت نقش تولید مشترک ارزش عمومی را مورد بحث قرار دهد. پژوهش حاضر، درک بهتر مفهوم ارزش عمومی و نقش به‌سزایی تولید مشترک ارزش‌های عمومی را در توسعه جامعه بیان می‌کند.</p>

استناد: نیکخواه و مجید و واعظی، رضا. (۱۴۰۱). تولید مشترک ارزش عمومی: راهی برای توسعه جامعه، حکمرانی و توسعه، ۲ (۲)، ۳-۲۴. ناشر: انجمن علمی مدیریت دولتی ایران و دانشگاه سیستان و بلوچستان.



## مقدمه

ارزش‌ها عبارتند از اصول، آرمان‌ها و استانداردهای اجتماعی نهفته در درون فرهنگ که به افراد القا می‌کنند "باید مراقب چه چیزهایی باشند" از ارزش‌ها به عنوان ملاک‌هایی برای قضاوت پیرامون درست یا نادرست بودن امور و نیز به عنوان منشورهای اخلاقی و معنوی یاد می‌شود (هادوی نژاد، ۱۳۹۰). ارزش عمومی<sup>۱</sup> (PV) به ارزشی اشاره دارد که دولت با ارائه خدمات عمومی، تدوین قوانین و مقررات و دیگر اقداماتی که سایر بخش‌های خصوصی غیرانتفاعی انجام می‌دهند آن را خلق می‌کند ( دانایی فرد، ۱۳۹۷). در چند دهه اخیر شاهد اصلاحات گسترده‌ای در ارائه خدمات عمومی بوده‌ایم. حداقل سه موج اصلاحات را می‌توان شناسایی کرد. موج اول با هدف بهبود کارایی سازمان‌های عمومی با اجازه دادن به مدیران برای استقلال بیشتر بود. دومین مورد از طریق خصوصی‌سازی و عقد قرارداد با این فرض بود که رقابت باعث کارایی بیشتر و توجه بیشتر به نیازهای کاربر خواهد شد. اخیراً، مساله اصلی به ویژه با توجه به بحران مالی فعلی و رکود در امور مالی عمومی به همکاری و مشارکت کاربران خدمات و اعضای جامعه در تولید خدمات عمومی تبدیل شده‌است. این مدل جدید ارائه خدمات عمومی، تولید مشترک نامیده می‌شود و با مشارکت جمعیت در ارائه خدمات عمومی مشخص می‌شود (پستوف و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). از آن حیث که در ادبیات مدیریت دولتی، معرفی دانش تولید شده توسط کاربر در ارائه خدمات عمومی با مشارکت شهروندان و گروه‌ها به عنوان «تولید مشترک» شناخته می‌شود (ورشوئر و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). امروزه تولید مشترک به سرعت در حال تبدیل شدن به یکی از موضوعات مورد بحث در مشارکت در خدمات عمومی و سیاست عمومی در اروپا، آمریکای شمالی و استرالیا است. در حالی که مباحث مختلفی در این بحث وجود دارد، هنوز هیچ رویکرد منسجمی در سطح دولت یا جامعه دانشگاهی برای گردآوری شواهد در مورد پتانسیل و محدودیت‌های تولید مشترک کاربران و جامعه از خدمات عمومی و سیاست‌های عمومی وجود ندارد (لوافلر و بو وایرد<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱).

به دنبال کارهای قبلی در این زمینه، به ویژه در راه و روش استورم<sup>۵</sup> تولید مشترک را می‌توان به عنوان "ترکیبی از فعالیت‌هایی که هم عوامل خدمات عمومی و هم شهروندان در ارائه خدمات عمومی مشارکت می‌کنند" تعریف کرد. اهمیت موضوع تولید مشترک، با اعطای جایزه نوبل اقتصاد

<sup>۱</sup>- public value-(PV)

<sup>۲</sup>- Pestoff & et al

<sup>۳</sup>- Verschuere et al

<sup>۴</sup>- Loeffler & Bovaird

<sup>۵</sup>- Ostrom

در سال ۲۰۰۹ که به الینور اوستروم به دلیل فعالیت در تجزیه و تحلیل کالاهای مشترک (عمومی) و نقش کاربران و انجمن‌های آنها در تولید چنین کالاهایی نشان داده شد (اوستروم، ۲۰۰۹). از آن جایی که مفهوم تولید مشترک در تقاطع بین چندین رشته دانشگاهی قرار دارد، آن را به یک هدف مورد مطالعه فزاینده توسط بسیاری از محققان تبدیل می‌کند این پژوهش در نظر دارد با مروری بر مفاهیم اصلی، معانی متنوع و نوظهور ارزش عمومی و تولید مشترک ارزش عمومی نقش آن را در توسعه جامعه را مورد بحث قرار دهد.

## ادبیات نظری پژوهش

### تولید مشترک چیست: تعاریف کلاسیک

اوستروم<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) تولید مشترک را چنین تعریف کرد: فرایندی که از طریق آن ورودی‌هایی که برای تولید کالا یا خدمات استفاده می‌شوند توسط افرادی که در همان سازمان نیستند نقش دارند. پارکس<sup>۳</sup> تولید مشترک را به شرح زیر توصیف می‌کند: ترکیبی از فعالیت‌هایی که هم نمایندگان خدمات عمومی و هم شهروندان در ارائه خدمات عمومی نقش دارند (پارکز و همکاران،<sup>۴</sup> ۱۹۸۱). در اثر تلاش برای بهبود کیفیت خدمات عمومی از طریق ایجاد تخصص در کاربران و شبکه‌های آنها؛ نیاز به ارائه خدمات عمومی با هدف بهتر و پاسخگویی بیشتر به کاربران؛ فرصت ایجاد هم‌افزایی بین دولت و جامعه مدنی با تأثیر مثبت بر سرمایه اجتماعی، تولید مشترک مورد توجه قرار گرفته و به دلیل پتانسیل آن برای مقابله با طیف وسیعی از عوامل بازدارنده ارائه خدمات عمومی موثر افزایش یافته است. در واقع، همانطور که مارشال<sup>۵</sup> (۲۰۰۴) اشاره کرد، "نکته اساسی این است که بدون مشارکت فعال شهروندان، ظرفیت دولت برای ارائه کالاهای و خدمات عمومی به شدت به خطر افتاده است". همچنین در زمینه فعلی کاهش در هزینه‌های دولتی شتاب گرفته است، زیرا "تولید مشترک پتانسیل تبدیل خدمات عمومی را دارد به طوری که آنها موقعیت بهتری برای رسیدگی به این مشکلات و رفع چالش‌های فوری مانند کاهش هزینه‌های عمومی در یک جامعه مسن و افزایش تعداد افراد با شرایط بهداشتی بلند مدت و افزایش انتظارات عمومی برای خدمات با کیفیت بالا شخصی دارند".

1- Ostrom

2- Ostrom

3- Parks

4- parks & et al

5- Marshall

تولید مشترک را می‌توان به عنوان یک مفهوم در حال بلوغ در نظر گرفت. از جمله پیامدهای تولید مشترک برای دموکراسی و شهروندی. در این مورد آلفورد تاکید کرده‌است که تولید مشترک خواستار "مفهوم پیچیده شهروندی نه تنها به عنوان حق رأی، اعمال حق و شرکت در مشورت عمومی، بلکه به عنوان کمک در تولید خدمات عمومی" است. تولید مشترک توانایی درک پیچیدگی ارائه خدمات عمومی در محیط کثرت‌گرا در قرن بیست و یکم را دارد، که در آن ارائه خدمات عمومی نیازمند مذاکره در مورد روابط بین سازمانی پیچیده و فرآیندهای سیاست‌گذاری چندعاملی است. با این حال، مطالعات قبلی عمدتاً مواردی را نشان داده‌اند که در آن تولید مشترک تنها در یک مرحله از چرخه خدمات عمومی نقش دارد یا بر عناصر درون‌سازمانی متمرکز شده‌است. چرخه خدمات عمومی اغلب توسط یک سازمان پوشش داده نمی‌شود؛ در مقابل، سازمان‌های متقاطع که در سطوح مختلف نهادی قرار دارند، مسئولیت ارائه خدمات عمومی را بر عهده دارند. در این زمینه، تصمیمات مربوط به خدمات (برنامه‌ریزی، طراحی، تحویل و ارزیابی) ممکن است بین سازمان‌ها به صورت عمودی و افقی به اشتراک گذاشته شود (برایسون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷).

آلفورد (۲۰۱۴) با پذیرش دیدگاه جمعی و فردی تولید مشترک، طبقه‌بندی نوآورانه انواع مختلف تولیدکنندگان مشترک را با توجه به نقش آن‌ها در فرآیند تولید پیشنهاد می‌کند. او سه نوع تولید کننده مشترک را متمایز می‌کند: مصرف‌کنندگان، تامین‌کنندگان و شرکا. مصرف‌کنندگان در انتهای فرآیند ارائه خدمات قرار می‌گیرند و به عنوان تولیدکنندگان مشترک در نقش ثانویه خود عمل می‌کنند، در حالی که تامین‌کنندگان و شرکا این کار را به عنوان بخشی از نقش اولیه خود انجام می‌دهند. تولید مشترک همچنین نیازمند توسعه ابزارهای موثر برای مشارکت مردم و تقویت قابلیت‌های آن است. بر این اساس، جلسات عمومی، کمیته‌های مشورتی، گروه‌های تمرکز، و نظرسنجی ممکن است در مراحل مختلف چرخه خدمات عمومی برای کسب اطلاعات بیشتر، به اشتراک‌گذاری قدرت تصمیم‌گیری و یا ارائه خدمات عمومی بهتر مورد استفاده قرار گیرند (سیلیا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶).

1- Bryson

2- Sicilia & et al

### شکل گیری نظریه ارزش عمومی

مدیریت دولتی با افزایش رشد سیاسی جامعه مدنی قدرتمند، نفوذ فزاینده فناوری‌های نوین ارتباطی و افزایش مطالبات حقوق شهروندی با چالش‌هایی همچون کاهش سرمایه اجتماعی، رشد فزاینده بی‌اعتمادی افکار عمومی به سیاستمداران، نادیده گرفتن خرد جمعی در سیاستگذاری بخش عمومی، فاصله گرفتن سیاست‌ها از منافع ملی و سوء استفاده صاحبان قدرت سیاسی و اجرایی از رأی مردم مواجه شده است. این چالش‌ها به مدیریت دولتی نوین، زمینه‌ساز پادارایم نوینی در حوزه مدیریت دولتی گردید که در ادبیات مدیریت دولتی تحت عناوین شبه پارادایم‌ها و نظریه‌های خدمات عمومی نوین، حکمرانی خوب و مدیریت ارزش عمومی مطرح می‌باشند که از لحاظ محتوایی بسیار به هم نزدیک هستند و اصول و ارزش‌های مشابه را دنبال می‌کنند (سالارزهی، ۱۳۹۹).

جدول ۱، خلاصه‌ای از مدیریت عمومی سنتی، مدیریت عمومی جدید، و رویکرد در حال ظهور را ارائه می‌دهد. این رویکرد جدید چهار موضع مهم را مشخص می‌کند که پاسخ به چالش‌های فعلی و کاستی‌های قدیمی را نشان می‌دهند. این موارد عبارتند از: تأکید بر ارزش عمومی و ارزش‌های عمومی؛ به رسمیت شناختن این امر که دولت نقش ویژه‌ای به عنوان ضامن ارزش‌های عمومی دارد؛ اعتقاد به اهمیت مدیریت عمومی به طور کلی و خدمت به مردم و برای مردم؛ و تأکید بیشتری بر شهروندی و حاکمیت دموکراتیک و مشارکتی دارد (برایسون و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴).

جدول ۱: مقایسه چشم اندازها؛ مدیریت دولتی سنتی، مدیریت عمومی جدید و رویکرد نوظهور مدیریت دولتی

ابعاد	مدیریت دولتی سنتی	مدیریت دولتی نوین	رویکرد نوظهور به مدیریت دولتی
مفهوم محیطی و زمینه فکری			
شرایط مادی و ایدئولوژیک	اعتماد زیاد به نظریه سیاسی دولت، مدیریت علمی، علوم اجتماعی ساده، عمل‌گرایی	نگرانی از شکست دولت، بی‌اعتمادی به دولت بزرگ، اعتقاد به کارآمدی و کارایی بازارها و عقلانیت، تفویض اختیارات و تفویض اختیارات	نگرانی در مورد بازار، عمق بخشیدن به نابرابری، حاکمیت شبکه‌ای و مشارکتی، فن‌آوری اطلاعات
مبانی نظری و معرفت‌شناختی اولیه	نظریه سیاسی، مدیریت علمی، علوم اجتماعی، عمل‌گرایی	نظریه اقتصادی، علوم اجتماعی پیچیده	نظریه دموکراتیک، نظریه مدیریت عمومی و غیرانتفاعی
دیدگاه پیش‌گیرانه عقلانیت و مدل رفتار انسان	عقلانیت هم‌اندیشی، "انسان اداری"	عقلانیت فنی و اقتصادی، "انسان اقتصادی"	عقلانیت رسمی، آزمایش‌های متعدد عقلانیت (سیاسی، اداری، اقتصادی، حقوقی، اخلاقی)
حوزه یا قلمرو عمومی			
تعریف کالای عمومی، ارزش عمومی، منافع عمومی	توسط مقامات منتخب یا خبرگان فنی تعیین می‌شود	توسط مقامات منتخب یا با جمع‌آوری ترجیحات فردی که با شواهدی از انتخاب مصرف‌کننده پشتیبانی می‌شوند، تعیین می‌شود	آنچه عمومی است فراتر از دولت است، گرچه دولت نقش ویژه‌ای به عنوان ضامن ارزشهای عمومی دارد.

<sup>1</sup> - Bryson & et al

تولید مشترک ارزش عمومی: راهی برای توسعه جامعه...

مشارکت فعالانه در ایجاد آنچه برای عموم مردم ارزشمند است و برای مردم مفید است دیده می‌شوند	مشتری	رای دهنده، مشتری، رای دهنده	نقش شهروندی
دولت و اداره عمومی			
گاهی فرمانده، گاهی پاروزنی، گاهی شراکت، گاهی ممانعت کننده	هدایت	پاروزدن	نقش ادارات دولتی
ایجاد ارزش عمومی	مدبران ورودی‌ها و خروجی‌ها را به گونه‌ای مدیریت می‌کنند که اقتصاد و پاسخگویی به مصرف‌کنندگان را تضمین کند	اجرای مدیریت شده توسط کارمندان عمومی نظارت از طریق نظارت بوروکراتیک و مقامات منتخب انجام می‌شود	اهداف اصلی
کارآیی، اثربخشی ارزشهای دموکراتیک و قانون اساسی	کارایی و اثربخشی	بهره‌وری	مقادیر کلیدی
پاسخگویی به مقامات منتخب، شهروندان و مجموعه سهامداران دیگر	پاسخگو به مقامات و مشتریان منتخب	پاسخگو به مقامات منتخب، رای دهندگان و مشتریان. اختیار محدود به مقامات اداری	نقش مدیر دولتی
چند وجهی	بازار محور	سلسله‌مراتبی	رویکرد پاسخگویی

Sources: Adapted principally from Denhardt and Denhardt (2011, 28–29); with further (2011). adaptations from Stoker (2006, 44; Kelly, Mulgan, and Muers 2002), and Boyte

مدیریت ارزش عمومی بر بازتاب خدمات عمومی نوین در جامعه، بهبود مستمر و رضایت شهروندان اعتقاد دارد. ثبات و ایستایی که وجه مشخصه غالب پارادایم مدیریت دولتی سنتی است، در گفتمان مدیریت ارزش عمومی اعتباری ندارد و ثبات جای خود را به تغییر و نوآوری می‌دهد. مدیریت ارزش عمومی با تاکید بر جامعه مدنی، مردم‌سالاری، همکاری و شهروندسالاری به دنبال آن است تا منافع عمومی جامعه را در اولویت اصلی مدیریت دولتی قرار دهد. مدیریت ارزش عمومی معتقد است که هدف غایی برنامه‌ها، اهداف و فعالیت‌های بخش دولتی، خلق ارزش‌های عمومی و تحقق آن ارزش‌ها است (رهنورد، ۱۳۹۰).

در واقع مدیریت دولتی در بافت مدیریت ارزش عمومی متأثر از زمینه‌های ارزشی و اخلاقی است و دامنه گسترده‌ای از ارزش‌های عمومی را مورد توجه قرار می‌دهد (نرگسیان، ۱۳۸۷). در پارادایم مدیریت ارزش عمومی که قرابت زیادی با خدمات عمومی نوین نیز دارد بر رفتار شهروندی، حکمرانی شبکه‌ای و مشارکتی و استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی پیشرفته توجه شده است. امروزه پل ارتباطی دولت با شهروندان با رشد شبکه‌های اجتماعی و نفوذ فزاینده تلفن‌های همراه هوشمند و دسترسی آحاد مردم به شبکه‌های اجتماعی تسهیل شده است و همچنین شبکه روابط سازمان‌های دولتی با یکدیگر و با بخش‌های جامعه مدنی و بخش‌های تجاری آسان‌تر شده است. پیامد گسترده رشد شبکه‌های اجتماعی باعث شده است تا ارزش‌های عمومی راحت‌تر و سریع‌تر در معرض قضاوت افکار عمومی قرار بگیرند (سالارزهی، ۱۳۹۹).

### دیدگاه های فکری ارزش عمومی

باب شدن رویکرد ارزش عمومی به عنوان محور فعالیت دولت‌ها به اهرمی برای ارتقاء مشروعیت آن فعالیت‌ها در منظر مردم و جامعه بشری تبدیل شده است. بر این اساس چند نحله مطالعاتی درباره ارزش عمومی برجسته شده است که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

### مارک مور<sup>۱</sup> و ارزش عمومی

مارک مور بر مدیران عمومی تمرکز می‌کند. او همچنین نگران کاهش ارزش دولت و مدیران عمومی در عصر فردگرایی اقتصادی و افزایش بازار است، در ابتدا ارزش عمومی را به عنوان معادل مدیریت عمومی ارزش سهام در نظر گرفت. او هم به دنبال لفاظی مجاب‌کننده است و هم به دنبال روشی برای تشخیص، دفاع و دستیابی به ارزش عمومی، یا چیزی است که آن را خلق ارزش عمومی می‌نامد. مور معتقد است که شهروندان از دولت‌هایشان ترکیبی از موارد زیر را می‌خواهند که با هم ارزش عمومی را در بر می‌گیرند: (۱) بروکراسی‌های عمومی با عملکرد بالا، (۲) سازمان‌های عمومی که در دستیابی به نتایج اجتماعی مطلوب کارآمد و موثر هستند و (۳) سازمان‌های عمومی که عادلانه و منصفانه عمل می‌کنند و منجر به شرایط عادلانه در جامعه می‌شوند. تعریف مور از ارزش عمومی می‌تواند شامل ورودی، فرآیند، خروجی، و معیارهای پیامد باشد (موره<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳).

مور (۲۰۱۴) مبانی فلسفی رویکرد خود را به ارزش عمومی به عنوان مقدمه‌ای برای ایجاد آنچه او "حسابداری ارزش عمومی" می‌نامد، توسعه می‌دهد. وی سه ادعا می‌کند: اول، تعریف عمومی که از طریق فرایندهای دموکراتیک تعریف می‌شود، داور مناسب ارزش عمومی در هنگام استفاده از دارایی‌های دولت با مالکیت جمعی است. ثانیاً، دارایی‌های تحت مالکیت جمعی نه تنها شامل پول دولت بلکه شامل اقتدار دولت نیز می‌شوند. سوم، ارزیابی ارزش تولید دولت متکی به جمع هزینه‌ها و سودهایی است که به طور کلی تصور می‌شود. بلکه در مورد تعیین جمعی در مورد رفاه دیگران، وظایف نسبت به دیگران، و برداشت از یک جامعه خوب و عادلانه است (موره<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳).

<sup>1</sup>- Mark Moore

<sup>2</sup>- Moore

<sup>3</sup>- Moore



## بری بوزمن<sup>۱</sup> و ارزش‌های عمومی

بوزمن (۲۰۰۷)، بر سیاست یا سطح اجتماعی تمرکز می‌کند. او می‌نویسد: "ارزش‌های عمومی یک جامعه، ارزش‌هایی هستند که در مورد آن‌ها اجماع هنجاری ایجاد می‌کنند: (۱) حقوق، مزایا، و الزاماتی که شهروندان باید (نباید) نسبت به آن‌ها محق باشند؛ (۲) تعهدات شهروندان نسبت به جامعه، دولت و یکدیگر (جورگنسن و بوزمن، ۲۰۰۷). آنچه بوزمن آن را شکست ارزش‌های عمومی می‌نامد زمانی رخ می‌دهد که نه بازار و نه بخش عمومی کالا و خدمات مورد نیاز را فراهم نمی‌کنند. خلق ارزش عمومی، میزان برآورده شدن معیارهای ارزش‌های عمومی است، که در آن، این معیارها ترکیبی از معیارهای ورودی، فرآیند و خروجی هستند. بنابراین ارزش‌های عمومی برای بوزمن قابل‌اندازه‌گیری هستند، اگرچه به وضوح عدم توافق در مورد نحوه مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری ارزش‌ها وجود دارد (دیوویس و وست، ۲۰۰۹،<sup>۳</sup>؛ مولتون، ۲۰۰۹،<sup>۴</sup>؛ جکوبز، ۲۰۱۴،<sup>۵</sup>؛ کلم بوکیدیز، ۲۰۱۴،<sup>۶</sup>).

## تیمو مینهارت<sup>۷</sup> و ارزش عمومی

مینهارت (۲۰۰۹)، در یک رویکرد مهم اما کمتر شناخته‌شده، معتقد است که ارزش عمومی از ارزش‌های مشخص‌کننده رابطه بین یک فرد و جامعه، تعریف کیفیت رابطه ساخته می‌شود. ارزش عمومی برای مینهارت نیز می‌تواند به معیارهای ورودی، فرآیند، خروجی، و پیامد اشاره کند. مینهارت چهار بعد اساسی (یا مقوله‌های محتوایی) ارزش عمومی را در ارتباط نزدیک با نظریه روانشناسی نیازهای اساسی (اپیستین،<sup>۸</sup> ۱۹۸۹) و مرتبط با اقتصاد و رفاه فرض می‌کند. "ارزشی" که یک فرد برای یک تجربه قائل است براساس این است که تجربه به همان اندازه نیازهای اساسی وی را ارزیابی می‌کند که در برابر این ابعاد ارزیابی شود. توجه داشته باشید که ارزیابی یک واکنش ذهنی، هیجانی - انگیزشی و خشمگین به تجربه نوعی "عمومی" است، مانند مواجهه با یک برنامه دولت، انتخابات یا بازدید از یک فضای عمومی (برایسون، ۲۰۱۴).

<sup>1</sup> - Barry Bozeman

<sup>2</sup> - Jørgensen & Bozeman

<sup>3</sup> - Davis & West

<sup>4</sup> - Moulton

<sup>5</sup> - Jacobs

<sup>6</sup> - Kalambokidis

<sup>7</sup> - Timo Meynhardt

<sup>8</sup> - Epstein

### جان بنینگتون<sup>۱</sup> در حوزه عمومی

فراتر از ارزش‌های عمومی و خلق ارزش عمومی، حوزه عمومی نیز وجود دارد. جان بنینگتون (۲۰۱۱) حوزه عمومی را به عنوان "یک فضای دموکراتیک" می‌بیند که شامل شبکه ارزش‌ها، مکان‌ها، سازمان‌ها، قوانین، دانش و دیگر منابع فرهنگی مشترک مردم از طریق تعهدات و رفتارهای روزمره خود و در اعتماد دولت و نهادهای عمومی نگهداری می‌شود. این چیزی است که به جامعه حس تعلق، معنا، هدف و تداوم می‌دهد و مردم را قادر به رشد و تلاش در میان عدم قطعیت می‌کند. از نظر عملیاتی، هم برای متخصصان و هم محققان، تعیین اینکه "عموم" چه کسی و چه چیزی است می‌تواند مشکل‌ساز باشد (فردریکسون ۱۹۹۱). با این حال، مینهارت (۲۰۰۹) مشاهده می‌کند که عموم یک داستان عملیاتی ضروری برای عمل و جهت‌گیری در یک محیط پیچیده است. به عبارت دیگر، با افزایش پیچیدگی، عموم تبدیل به یک ساختار اجتماعی می‌شود که برای عمل ضروری است، اما درک آن دشوار است (برایسون، ۲۰۱۴).

### شناسایی ارزش‌های عمومی

به اعتقاد استوکر ارزش عمومی از طریق مشارکت مقامات منتخب و منسوب به دولت و همینطور ذینفعان کلیدی به صورت جمعی خلق می‌شود. ارزش ممکن است از طریق رونق اقتصادی انسجام اجتماعی یا توسعه فرهنگی خلق شود در نهایت شهروندان، قاضی ارزش‌ها ارائه‌دهندگان خدمات هستند شهروندان این کار قضاوت را از طریق فرایند دموکراتیک نه صرفاً از طریق رأی دادن بلکه از طریق مشارکت در مشاوره‌ها، پیمایش و... انجام می‌دهند. در ادبیات ارزش‌های عمومی تعدادی از رویکردهای مختلف برای شناسایی یا پیشنهاد ارزش‌های عمومی یافت می‌شود. می‌توان ارزش‌های عمومی را با روش‌های علمی به طور استقرایی استخراج کرد (چورگونسن و بزمن، ۲۰۰۷).

### خلق ارزش عمومی

ایجاد ارزش عمومی یک موضوع جذاب برای محققان و دست‌اندرکاران مدیریت دولتی است. چرا؟ چه خبر شده؟ ما معتقدیم که پاسخ این سوال در ادامه تکامل تفکر و عملکرد مدیریت دولتی

<sup>1</sup> -John Benington

<sup>2</sup> - Jørgensen & Bozeman

نهفته است. درست همانطور که مدیریت دولتی جدید جایگزین مدیریت عمومی سنتی در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ به عنوان دیدگاه غالب شد، یک جنبش جدید در جریان است که احتمالاً آن را تحت الشعاع قرار می‌دهد. رویکرد جدید دارای یک نام توافقی نیست، اما بسیاری از نویسندگان به نیاز به یک رویکرد جدید و جنبه‌های ظهور آن در عمل و نظریه اشاره می‌کنند. در حالی که کارایی نگرانی اصلی مدیریت عمومی سنتی بود و کارایی و اثربخشی نگرانی اصلی مدیریت دولتی نوین هستند، ارزش‌هایی فراتر از کارایی و اثربخشی دنبال می‌شوند، بحث، چالش و ارزیابی در این رویکرد در حال ظهور است. در این راستا، رویکرد در حال ظهور مجدداً بر نگرانی‌های مربوط به ارزش دوره‌های قبلی تأکید کرده و آن‌ها را مطرح می‌کند که همیشه وجود داشتند، اما غالب نبودند. این توجه مجدد به آرایه وسیع‌تری از ارزش‌ها، به‌ویژه به ارزش‌های مرتبط با دموکراسی، آشکار می‌سازد که چرا سوالات مربوط به خلق ارزش عمومی، ارزش‌های عمومی به طور کلی و حوزه عمومی برجسته شده اند (برایسون، ۲۰۱۴). ارزش عمومی توسط عموم تبیین و تأیید می‌شود اما به وسیله سازمان‌های خدماتی عمومی ایجاد شده و افزایش می‌یابد و این سازمان‌ها در مورد خدمات قابل ارائه تصمیم می‌گیرند. سیاستمداران و مدیران دولتی باید برای چنین سازمان‌هایی تخصیص منابع را توجیه کنند و به توسعه روش‌های مدیریتی سازگار با خلق ارزش عمومی بپردازند.

در ابتدا باید به این توجه کرد که مور در مفهوم CPV خود به چه چیزی دست یافته است: اول، مثلث استراتژیک خود را به عنوان یک راهنمای اکتشافی مفید و قابل درک برای استدلال عملی از سوی مدیران دولتی یا غیرانتفاعی، و شاید هم برای مدیران کسب‌وکار نشان داده است (موره، ۲۰۱۳). این مساله این واقعیت را برجسته می‌کند که تمام اقدامات برای پرداختن به نگرانی‌های عمومی نیازمند درک این موضوع است که چه ارزش عمومی ممکن است در یک موقعیت خاص، مجوز و مشروعیت برای ایجاد آن، و ظرفیت تولید آن باشد. بنابراین، ما باید به دنبال حفظ بیش‌ترین میزان سادگی ممکن در تطبیق مفهوم CPV مور با زمینه پیچیده‌تر با بسیاری از بازیگران استراتژیک، زمینه‌های سازمانی و درک ارزش عمومی در بازی باشیم. دوم، دلیل عمده مفید و بهره‌ور بودن رویکرد ارزش عمومی این است که بر چگونه روحیه کارآفرینی، اقدامات استراتژیک و رهبری برای ارتقا دوباره ارزش عمومی، برخلاف تئوری‌های سنتی مدیریت دولتی، و مطابق با نظریه‌های اخیر مدیریت و رهبری تأکید می‌کند. با این حال، استفاده سنتی از مثلث استراتژیک دارای نواقصی است. اول اینکه، تمایل به مدیریت عمومی در دنیایی متمرکز می‌شود که در آن مقامات و بازیگران منتخب

<sup>1</sup> - Moore

از بسیاری از بخش‌های دیگر خواسته می‌شود که رهبری را در دست بگیرند، یا در غیر این صورت به تولید ارزش عمومی کمک کنند. دوم اینکه، در حالی که آن مدیران عمومی را در نقش فعال و سازنده قرار می‌دهد، این گرایش تمایل دارد نقش‌های بازیگران دیگر را کم‌اهمیت جلوه دهد. سوم، یک نظریه عمومی نیز باید این واقعیت را در نظر بگیرد که کارآفرینی ارزش عمومی در محیط‌های چند عاملی و چند سطحی اغلب به شکل هم‌کاری بین سازمانی و تولید مشترک در داخل و یا در سراسر بخش‌ها است. چهارم اینکه، این مثلث درباره انواع شیوه‌های لازم برای تولید ارزش عمومی کاملاً ساکت است (سانسینو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶) و در نهایت، استفاده غیرانتقادی از این مثلث، ارزش عمومی را اساساً به عنوان یک خروجی یا نتیجه در نظر می‌گیرد، درحالی‌که در واقع بسیاری از ارزش‌ها و عملکردهای مهم عمومی و شاید به ویژه دموکراسی و اقدامات دموکراتیک فقط وسیله نیستند، بلکه خود هدف هستند (دهال و سوس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). به عنوان مثال فهرست ارزش‌های عمومی نشان می‌دهد که بسیاری از ارزش‌های عمومی رویه‌ای هستند (جورگنسن و بزمن<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). بنابراین تعدادی از مسائل باید در توسعه یک نظریه عمومی از تولید ارزش عمومی مورد توجه قرار گیرند که شامل نقش‌های رهبری، از جمله نقش‌های رهبری، بسیار پویا هستند؛ که تولید مشترک و هم‌کاری بین سازمانی اغلب درگیر هستند.

### تولید مشترک ارزش عمومی

تولید مشترک به «ایده مشارکت افراد خارج از سازمان‌های دولتی در تولید خدمات عمومی و همچنین استفاده یا بهره‌مندی از آن‌ها» اشاره دارد (آلفورد<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲: ۳۲) و دلالت بر مشارکت بین ارائه‌دهندگان حرفه‌ای خدمات عمومی و مشتریان دارد (فار، ۲۰۱۲). این مفهوم به شهروندان، به عنوان عوامل خدمات عمومی یعنی «تولیدکنندگان عادی» و شهروندان به طور مشترک در تولید خدمات عمومی مشارکت دارند و تلاش‌های کم و بیش همزمان برای تولید کالاها یا خدمات را انجام می‌دهند نقش فعالی می‌دهد (پرسی، ۱۹۸۴). بنابراین، «همکاری» در تولید مشترک به کنشی که به طور متقابل توسط تولیدکنندگان معمولی طراحی می‌شود، نه لزوماً از طریق تعامل مستقیم تلاش‌های آنها اشاره دارد (پاستوف، ۲۰۰۶).

<sup>11</sup>- Sancino

<sup>2</sup>- Dahl & Soss

<sup>3</sup>- Jørgensen & Bozeman

<sup>4</sup>- Alford

دانش ما در مورد تولید مشترک به سرعت در سال‌های اخیر پیشرفت کرده‌است، به دنبال تحقیقات توسط آلفورد (۲۰۰۹؛ ۲۰۱۷)، پاستوف<sup>۱</sup> (۲۰۰۶؛ ۲۰۰۹). بر اساس یک گزارش، تولید مشترک می‌تواند توانایی بیشتری در ریشه‌یابی مسائل و توسعه راه‌حل‌های متناسب فراهم کند. افزایش نوآوری و بهره‌وری خدمات هنگامی که بر اساس نیازهای کاربران ساخته می‌شوند. رضایت بیشتر کاربر؛ ایجاد جوامع منسجم‌تر با احساس مالکیت محلی بیشتر؛ ایجاد اعتماد به نفس و ظرفیت افراد و جوامع؛ استفاده بهتر از منابع عمومی. این روش به عنوان یک راه‌حل احتمالی برای کاهش مشروعیت بخش عمومی و کاهش منابع، با دسترسی به منابع جامعه بیشتر در نظر گرفته می‌شود. بعلاوه، این به عنوان بخشی از انگیزه احیای مجدد مشارکت داوطلبانه و تقویت انسجام اجتماعی در جامعه‌ای است که به طور فزاینده‌ای پراکنده و فردی شده است (برندسن و هونای<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶).

در فرایندهای حکمرانی همکارانه که دولت در آنها نقش دوگانه همکار و بسترساز (ناظر) را به صورت همزمان بر عهده دارد، تولید ارزش عمومی که به نفع عموم جامعه بوده و از سوی همه بخش‌های همکار تحت نظارت و سرپرستی دولت انجام گیرد، باید نقطه اصلی پیوندهای همکارانه باشد و به صورت همگرا از سوی همه بخش‌ها در یک فرایند واحد ایجاد شود. در این جهت، یکی از ویژگی‌های مؤثر همکاری‌های مبتنی بر حکمرانی همکارانه، بالا رفتن توانایی کشف و حل مسائل عمومی است که از چالش‌های اصلی مدیریت دولتی امروز است. بنابراین توسعه سیستم‌هایی که قادر به ادغام افقی سازمان‌ها، سیستم‌ها و فرایندها در قالب حکمرانی همکارانه از بخش‌های مختلف هستند، تخصصی و کاربردی شدن حل مسائل عمومی را به دنبال خواهند داشت و تولید ارزشی عمومی را که همان پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری دولت در قبال مسائل عمومی است در پی خواهد داشت (واعظی و قیطرانی، ۱۳۹۸). بر اساس تحقیق لوفلر<sup>۳</sup> و بووارد بین تولید مشترک فردی، که در آن منافع اساساً به تولیدکننده مشترک می‌رسد، و تولید مشترک جمعی، که در آن منافع به گروه گسترده‌تری می‌رسد، تمایز قائل می‌شود. این نشان می‌دهد که رفتار شهروندان به احتمال زیاد منجر به تولید مشترک فردی می‌شود، مگر اینکه سازوکارهایی تشویق شوند که منجر به تولید مشترک بیشتر شود.

<sup>1</sup> - Pestoff

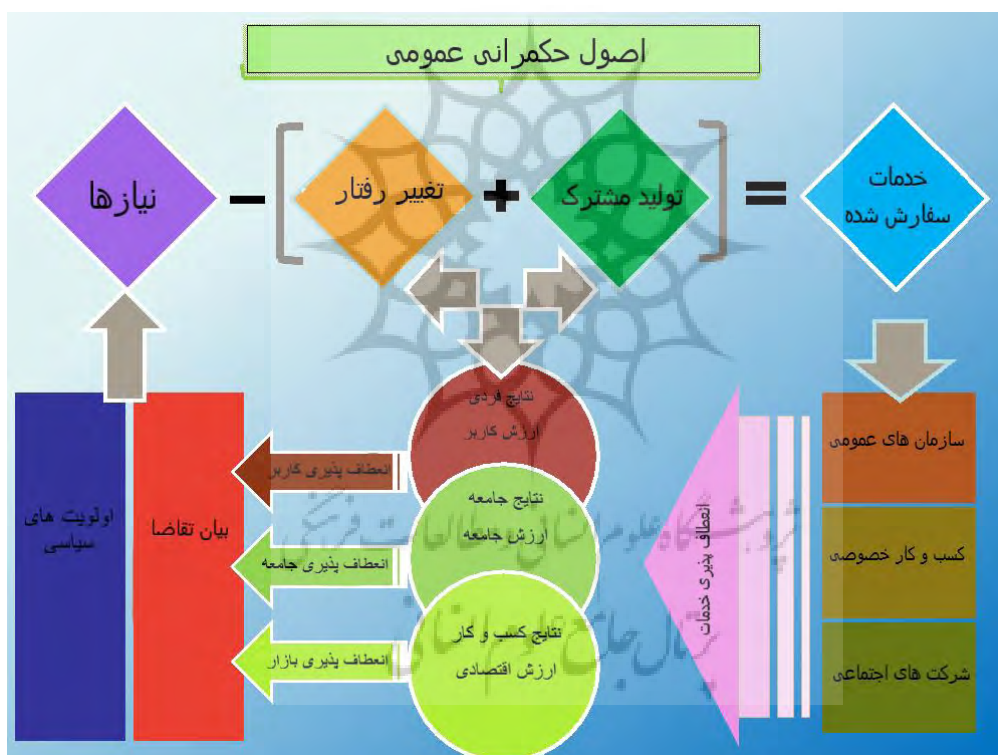
<sup>2</sup> - Brandsen & Honingh

<sup>3</sup> - Loeffler

### مدل ارزش عمومی برای تولید مشترک خدمات عمومی

به منظور تعیین جایگاه نقش نظری تولید مشترک در خدمات عمومی، به یک چارچوب مفهومی نیاز داریم که مشخص کند چگونه تولید مشترک می‌تواند ارزش عمومی را افزایش دهد. ما ارزش عمومی را به عنوان تعادل بین دستیابی به نتایج عمومی دارای اولویت و اصول حاکمیت عمومی دارای اولویت تعریف می‌کنیم. مدل ارزش عمومی در شکل ۱ ارائه شده است (لئوفلر و بووایرد، ۲۰۱۹).

شکل ۱. مدل ارزش عمومی بین‌المللی حکمرانی از راه‌اندازی نتایج عمومی



این مدل ارزش عمومی با تاکید بر این که نتیجه عمومی نه تنها از طریق خدمات عمومی راه اندازی شده بلکه به طور مستقیم از طریق تولید مشترک با کاربران خدمات و جوامع محلی و از طریق تغییر رفتار در بخشی از شهروندان حاصل می شود، یک چارچوب مفهومی برای راه اندازی و تولید همزمان فراهم می کند. ما تولید مشترک کاربر و جامعه را به عنوان "متخصصان و شهروندانی که از دارایی ها، منابع و مشارکت های یکدیگر برای دستیابی به نتایج بهتر یا بهبود کارایی استفاده بهتری می کنند" تعریف می کنیم (لثوفلر و بووایرد، ۲۰۱۹). این تعریف آشکار می سازد که تولید مشترک شامل هم کاری بین سازمان ها نمی شود بلکه بر هم کاری بین کسانی که در خدمات عمومی کار می کنند (چه توسط بخش دولتی یا سازمان های بخش خصوصی) و شهروندان، هم در فعالیت های خود به عنوان کاربران خدمات و یا جوامع محلی تمرکز می کند. نقطه شروع مدل ارزش عمومی، تقاضای بیان شده برای خدمات توسط شهروندان است. در دموکراسی های منتخب، سیاستمداران این درخواست ها را اولویت بندی می کنند، که پس از آن به عنوان "نیازها" شناخته می شوند. برخی از نیازها با تغییر رفتار شهروندان برآورده می شوند، بنابراین به خدمات کمتری نیاز دارند. به عنوان مثال، اگر مردم شروع به اتخاذ سبک زندگی سالم تر کنند، به احتمال زیاد مدت بیشتری سالم می باشند و به خدمات بهداشتی و درمانی کمتری نیاز دارند. مجدداً، برخی از نیازهای شناسایی شده سیاسی توسط تولید مشترک شهروندان برآورده می شوند، به طوری که خدمات عمومی به دخالت کمتر بخش دولتی نیاز دارند. این معادله که در مدل ارزش عمومی برجسته شده است، روشن می سازد که تولید مشترک تنها یک "افزودن" به برخی خدمات اختیاری، در بالای خدمات اصلی قانونی ارائه شده توسط سازمان های خدمات عمومی نیست بلکه در مقابل، مشارکت شهروندان اغلب "باید" باشد تا تقاضا برای خدمات عمومی قانونی (و گاهی اوقات اختیاری) کاهش یابد.

شکل ۱ نشان می دهد که راه اندازی باید بر بهبود نتایجی که تولید مشترک به کاربران خدمات فردی، جوامع و اقتصاد و بهبود انعطاف پذیری که تولید مشترک می تواند به سیستم ارزش عمومی تزریق کند تمرکز کند، در حالی که اطمینان حاصل می کند که رویکردهای تولید مشترک با اصول حاکمیت عمومی مطابقت دارند. این اصول شامل مشارکت شهروندان، شفافیت، پاسخگویی، انصاف و فرآیند مناسب، دستور کار برابری و پایداری است (لثوفلر و بووایرد، ۲۰۱۹).

## نتیجه گیری

هدف از پروژه تولید مشترک می‌تواند از طریق ایجاد ارزش عمومی برای توسعه جامعه، از طریق تلاش مشترک متخصصان سطح خیابان و شهروندان، مفهوم‌سازی شود. ارزش عمومی را می‌توان به معنای عام به عنوان آنچه توسط مردم ارزشیابی می‌شود و حوزه عمومی را ارتقا می‌بخشد تعریف کرد (برایسون، ۲۰۱۷ و بینایتون و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). که حاکی از آن است که هم منافع فردی و هم منافع عمومی گسترده‌تر مهم هستند. منافع شخصی، یعنی مزایای تجربه شده ناشی از پروژه، یکی از دلایل اصلی تولید مشترک شهروندان است. همانطور که پاستوف توضیح می‌دهد، آنچه برای شهروندان مهم است ارزش خدمات برای شهروندان، خانواده و دوستانشان است. تأییراتی که تولیدکنندگان مشترک در زندگی شخصی خود تجربه می‌کنند به عنوان مثال احساس قدرت و کسب اعتماد به نفس، در نتیجه مشارکت آنها در تولید مشترک است در توسعه جامعه نقش دارد. بدون در نظر گرفتن ورود و توانمندسازی تولیدکنندگان مشترک، نمی‌توان به ارزش عمومی دست یافت. در توسعه جامعه، شهروندان شرکای کاملی هستند و مشارکت آنها برای موفقیت پروژه ضروری است (برایسون، ۲۰۱۷).

تولید مشترک یک موضوع بسیار مهم هم برای تحقیق و هم برای عمل است. اهمیت آن برای تولید ارزش عمومی قابل توجه است، اما کم‌تر مورد مطالعه قرار گرفته است، از جمله پیامدهای تولید مشترک برای دموکراسی و شهروندی می‌باشد. در این مورد آلفورد تأکید کرده است که تولید مشترک خواستار "مفهوم پیچیده شهروندی نه تنها به عنوان رأی، اعمال حق و شرکت در مشورت عمومی، بلکه به عنوان کمک در تولید خدمات عمومی" است. در حالی که بووارد و همکاران (۲۰۱۶) اشاره کرده‌اند که چگونه تولید مشترک دلالت بر توزیع مجدد قدرت در میان متخصصان و شهروندان دارد و مسائل مهم مربوط به پاسخگویی را به یاد می‌آورد.

تولید مشترک می‌تواند توانایی بیشتری در ریشه‌یابی مسائل و توسعه راه‌حل‌های متناسب و در پی آن توسعه جامعه را فراهم کند. افزایش نوآوری و بهره‌وری خدمات هنگامی که بر اساس نیازهای کاربران باشد؛ رضایت بیشتر کاربر؛ ایجاد جوامع منسجم‌تر با احساس مالکیت محلی بیشتر؛ ایجاد اعتماد به نفس و ظرفیت افراد و جوامع؛ استفاده بهتر از منابع عمومی را به همراه دارد. این روش به عنوان یک راه حل احتمالی برای کاهش مشروعیت بخش عمومی و کاهش منابع، با دسترسی به منابع جامعه بیشتر در نظر گرفته می‌شود. بعلاوه، به عنوان بخشی از انگیزه احیای مجدد مشارکت

<sup>1</sup>- Benington & et al



داوطلبانه و تقویت انسجام اجتماعی در جامعه‌ای که به طور فزاینده‌ای پراکنده و فردی شده است می‌باشد و این انسجام و مشارکت داوطلبانه می‌تواند عاملی جهت توسعه جامعه باشد. به عنوان مثال، برنسن و همکاران (۲۰۱۸) به والدینی اشاره می‌کنند که به آماده‌سازی تئاتر مدرسه به عنوان مثالی از "تولید مشترک مکمل در اجرای خدمات" کمک می‌کنند. در حالی که چنین فعالیت‌های فوق برنامه‌ای توسط والدین معمولاً ماموریت اصلی مدرسه نیستند (به جز در مورد مدارس هنر و تئاتر) اما ممکن است شالوده اصلی مسیرهای یادگیری برخی از دانش‌آموزانی باشد که در کلاس‌های دیگر عملکرد خوبی ندارند یا حتی در خطر ترک تحصیل هستند. اگر این تولید مشترک دانش‌آموزان را به طور مؤثر درگیر کند، ممکن است نیاز آنها به کلاس‌های حمایتی اضافی در مدرسه را کاهش دهد و عملکرد آنها را بهبود بخشد و چشم انداز اشتغال و دورکردن آنها از رفتارهای مجرمانه یا ضد اجتماعی را فراهم کند. بنابراین، این نتایج حاصل از تولید مشترک ممکن است برای بخش عمومی مفید باشد (برنسن و همکاران، ۲۰۱۸).

همیشه برای دولت‌ها در جلب توجه به "ارزش تعامل شهروندان" یک خطر وجود دارد؛ یعنی زمانی که آن‌ها اینکار را انجام می‌دهند، این احتمال وجود دارد که متهم به این گردند که انجام این پروژه به منظور کاهش اقدام برای خدمات عمومی است. این تاسف‌بار و گمراه‌کننده است و براساس یک دوگانگی اشتباه که دولت وظیفه خود را بر می‌دارد یا از شهروندان می‌خواهد که به نمایندگی از آن‌ها عمل کنند. بحث اینجا این است که هر دو موضوع "خدمات عمومی مؤثر همراه با مشارکت خردمندان کاربران و شهروندان" و "بهترین ارزش عمومی" مهم هستند. علاقه روزافزون به تولید مشترک به عنوان روشی برای خدمات عمومی با کیفیت بالاتر و مزایای فرض شده مشارکت شهروندان، ما را مجبور می‌کند که به نگاه دقیق‌تر و انتقادی به این پدیده ادامه دهیم.

### پیشنهادها:

- فرضیاتی که به تولید مشترک نسبت داده می‌شوند، مانند تولید سرمایه اجتماعی، روابط جدید و رفتار تعاونی، کیفیت بیشتر خدمات عمومی و کاهش هزینه‌ها و مزایای بیشتر برای افراد درگیر را مورد تحقیق قرار گیرد.
- از آنجایی که تحقیقات قابل‌توجهی در مورد عوامل انگیزشی که توانایی کاربران و جوامع را برای مشارکت را افزایش دهد و میزان تاثیر آن در توسعه جامعه وجود ندارد پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به این مقوله‌ها بیشتر پرداخته شود.

- لازم است که مطالعه تولید مشترک را برای پیشرفت سیستماتیک، به طور صریح‌تری به نظریه‌های عمومی که به طور گسترده در علوم اجتماعی پذیرفته شده‌اند پیوند دهیم.

### منابع

- دانایی فرد، حسن، (۱۳۹۵). گفتارهای جدید در خط مشی گذاری عمومی؛ تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- دانایی فرد، حسن، (۱۳۹۷). جلد دوم نهضت‌های مدیریتی در بخش دولتی گذشته، حال و آینده؛ تهران: سمت
- رهنورد، فرج اله، (۱۳۹۰). الگوی مدیریت دولتی برای تحقق حاکمیت تراز چشم انداز ۱۴۰۴. چشم انداز، مدیریت دولتی، ۲ (۶)، ۴۳-۵۸
- <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=186432>
- سالارزهی، حبیب الله. (۱۳۹۹). مدیریت ارزش عمومی: پارادایم نوین در مدیریت دولتی بر پایه ارزش‌های عمومی. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۳ (۴۷)، ۱۸۹-۲۱۸. doi:10.22111/jmr.2020.33851.5036
- نرگسیان، عباس. (۱۳۸۷). نگاهی به سیر تطور مدیریت دولتی. مدیریت فرهنگ سازمانی. ۶ (۱۷)، ۱۹۵-۱۵۷.
- واعظی، رضا و قیطرانی، فاطمه. (۱۳۹۸). حکمرانی همکارانه؛ رویکردی نو در مدیریت ارزش عمومی، توسعه علوم انسانی؛ دوره اول، شماره ۲: ۶۱-۸۳.

Alford J, Douglas, S, Geuijen ,K & Hart Paul, 't. (2017). Ventures in public value management: introduction to the symposium, *Public Management Review*, 19:5, 589-604.

Alford, J. (2008), *The Limits to Traditional Public Administration, or Rescuing Public Value from Misrepresentation. Australian Journal of Public Administration*, 67:357-366.

- Alford, J. O'Flynn, J. (2009) Making Sense of Public Value: Concepts, Critiques and Emergent Meanings, *International Journal of Public Administration*, 32:3-4, 171-191.
- Benington, J. (2011). *From Private Choice to Public Value*. In M. M. H. Benington J. (Ed.), *Public Value Theory & Practice* (pp. pp. 31-51).
- Bovaird, T., Stoker, G., Jones, T., Loeffler, E., & Pinilla Roncancio, M. (2016). Activating collective co-production of public services: influencing citizens to participate in complex governance mechanisms in the UK. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 47–68.
- Bozeman, B. (2007). *Public values and public interest: Counterbalancing economic individualism*. Georgetown University Press.
- Bozeman, B., & Johnson, J. (2015). The Political Economy of Public Values: A Case for the Public Sphere and Progressive Opportunity. *The American Review of Public Administration*, 45(1), 61–85.
- Brandsen, T., Steen, T., & Verschuere, B. (2018). *Co-production and co-creation: Engaging citizens in public services* (p. 322). Taylor & Francis.
- Brandsen, T. & Honingh, M. (2016), Distinguishing Different Types of Coproduction: A Conceptual Analysis Based on the Classical Definitions. *Public Admin Review*, 76: 427-435.
- Bryson, J.M., Crosby, B.C. and Bloomberg, L. (2014), Public Value Governance: Moving Beyond Traditional Public Administration and the New Public Management. *Public Admin Review*, 74: 445-456.
- Bryson, J. Alessandro Sancino, John Benington & Eva Sørensen (2017), Towards a multi-actor theory of public value co-creation, *Public Management Review*, 19:5, 640-654.
- Dahl, A. & Soss, J. (2014), Neoliberalism for the Common Good? Public Value Governance and the Downsizing of Democracy. *Public Admin Review*, 74: 496-504.

- Davies S.C. Closs, , Bartels, K.P.R. & Merkl-Davies, D.M. (2020), "The frog in the pan": relational transformation of public values in the UK tax authority", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- Epstein, S. (1989). Values from the perspective of cognitive-experiential self-theory. *Social and moral values: Individual and societal perspectives*, 3-22.
- Farr, M. C. (2012). Understanding participation and power within collaborative processes: Jointly involving staff and citizens in changing public services (Doctoral dissertation, University of Bath).
- Frederickson, H. G. (1991). Toward a Theory of the Public for Public Administration. *Administration & Society*, 22(4), 395–417.
- Jacobs, L.R. (2014), The Contested Politics of Public Value. *Public Administration Review*, 74: 480-494.
- Jørgensen, T. B., & Bozeman, B. (2007). Public Values: An Inventory. *Administration & Society*, 39(3), 354–381.
- Jørgensen, T. B., & Rutgers, M. R. (2015). Public Values: Core or Confusion? Introduction to the Centrality and Puzzlement of Public Values Research. *The American Review of Public Administration*, 45(1), 3–12.
- Kalambokidis, L. (2014), Creating Public Value with Tax and Spending Policies: The View from Public Economics. *Public Administration Review*, 74: 519-526.
- Loeffler E., Bovaird, T. (2021). *User and Community Co-production of Public Value*. In: Loeffler E., Bovaird T. (eds) *The Palgrave Handbook of Co-Production of Public Services and Outcomes*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Marshall MJ. (2004). Citizen participation and the neighborhood context: A new look at the coproduction of local public goods. *Political Research Quarterly*, 57(2): 231–244.

- Meynhardt, T. (2009). Public value inside: What is public value creation? , *Intl Journal of Public Administration*, 32(3-4), 192-219.
- Meynhardt, T. (2015). Public value: Turning a conceptual framework into a scorecard.
- Moore, M. H. (2000). Managing for Value: Organizational Strategy in for-Profit, Nonprofit, and Governmental Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(1\_suppl), 183–204.
- Moore, M. H. (2013). *Recognizing public value*. Harvard University Press.
- Moore, M.H. (2014), Public Value Accounting: Establishing the Philosophical Basis. *Public Admin Review*, 74: 465-477.
- Moulton, S. (2009), Putting Together the Publicness Puzzle: A Framework for Realized Publicness. *Public Administration Review*, 69: 889-900.
- Moynihan, D.P. (2009), “Our Usable Past”: A Historical Contextual Approach to Administrative Values. *Public Administration Review*, 69: 813-822.
- Nabatchi ,T .(2011), Exploring the public values universe: Understanding values in public administration. Public Management Research Conference Maxwell School, Syracuse University.
- O’Flynn, J. (2007). From New Public Management to Public Value: Paradigmatic Change and Managerial Implications. *The Australian Journal of Public Administration*, 66(3): 353-366.
- Ostrom E (1996) Crossing the great divide: Coproduction, synergy, and development. *World Development* ,24(6): 1073–1087.
- Ostrom, E. (1986).An Agenda for the Study of Institutions. *Public choice*, 48 (1): 3-25.
- Parks RB, Baker PC, Kiser L, Oakerson R, Ostrom E, Ostrom V, Percy SL, Vandivort MB, Whitaker GP and Wilson R .(1981), Consumers as

- coproducers of public services: Some economic and institutional considerations. *Policy Studies Journal*, 9(7): 1001–1011.
- Pestoff, V. (2009). Towards a paradigm of democratic participation: Citizen participation and co-production of personal social services in Sweden. *Annual of Public and Cooperative Economics*, 80(2): 197–224.
- Pestoff, V., S. P. Osborne & T. Brandsen. (2006). Patterns of Co-Production in Public Services: Some Concluding Thoughts. *Public Management Review*, 8(4): 591-595.
- Pestoff, V. (2012). Co-production and Third Sector Social Services in Europe: Some Concepts and Evidence. 23(4), 1102-1118. doi:10.1007/s11266-012-9308-7.
- Sancino, A. The Meta Co-production of Community Outcomes: Towards a Citizens' Capabilities Approach. 27, 409–424 (2016).
- Sicilia, M., Guarini, E., Sancino, A., Andreani, M., & Ruffini, R. (2016). Public services management and co-production in multi-level governance settings. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 8–27.
- Stoker, G. (2006). Public Value Management: A New Narrative for Networked Governance? *The American Review of Public Administration*, 36(1), 41–57.
- Verschuere, B., Brandsen, T., & Pestoff, V. (2012). Co-production: The State of the Art in Research and the Future Agenda. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1083–1101.
- Wilson, W. (1887). The study of administration. *Political Science Quarterly*, 2(2): 197-222.