



Public Value

Een introductie

Zwolle, 3 oktober 2018
Gerwin Nijeboer



EY

Building a better
working world



“...waarde creëren in het gemeenschappelijk belang voor het welzijn van het individu en de samenleving.”

Belangrijk:

Public is NIET gelimiteerd aan de publieke sector.

Value gaat NIET alleen over geld. Het gaat om een verandering in de perceptie van mensen om in een gemeenschap en samenleving te leven.

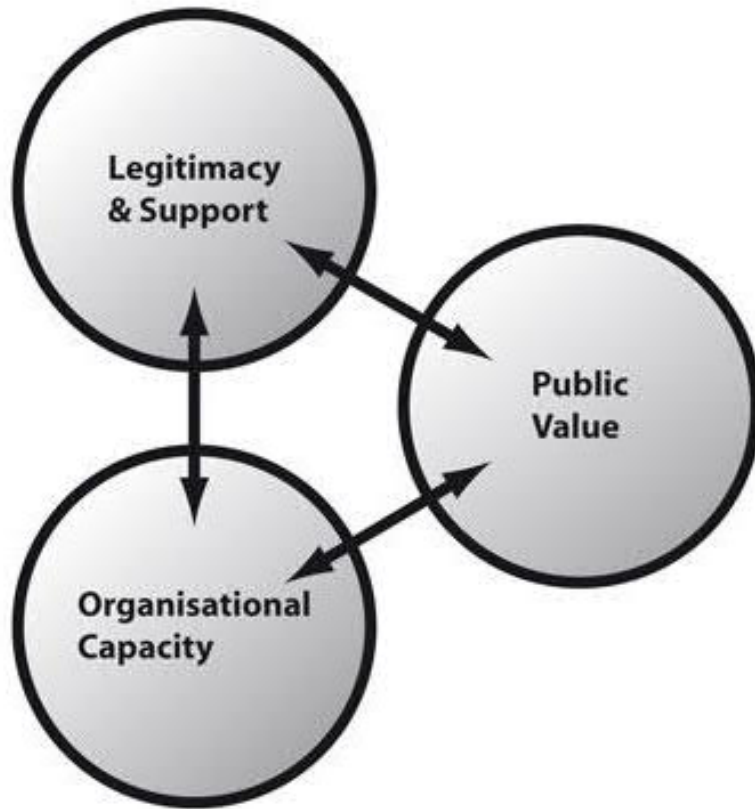
**Government is
not the solution
to our problem.
Government is
the problem.**

Ronald Reagan



Strategic Triangle

Moore (1995)



Public Value wordt gecreëerd, wanneer een strategie of actie (democratische) legitimiteit heeft, gesteund wordt door de (interne) omgeving en de operationele capaciteit op orde is.

Systeem van feedback

Aansluiting tussen de drie 'bollen' is key!

Aandachtspunten:

- Gaat voornamelijk over governance

- Interne focus (in de organisatie)

- Mist perceptie

- Niet meetbaar

Change of context

Een nieuw paradigma



	Traditionele publieke administratie	Nieuw Public Management	Public Value Management
Karakter van de organisatie	Bureaucratisch	Post-bureaucratisch, competitieve overheid	Post-competitief
Focus op	Regels	Resultaten	Relaties
Management goals	Reageren op de politici en volgen van regels en procedures	Realiseren op vastgestelde prestatie indicatoren	Meerdere doelen, waaronder reageren op de voorkeuren van inwoners/gebruikers, herzien van het mandaat en vertrouwen via kwaliteitsdiensten, stuurgroepen/netwerk.
Definitie van publiek belang bepaald door	Politici en experts	Verzamelde individuele voorkeuren	Collectieve voorkeuren
Prestatie doelstelling	Beheer van input	Management van input en output om de financiën te waarborgen en ontvankelijk te zijn naar de consument	Meerdere doelstellingen worden nagestreefd, waaronder output van diensten, tevredenheid, resultaten, vertrouwen en legitimiteit
Dominant model van accountability	Bottom-up verantwoording door afdelingen aan politici en parlement	Bottom-up accountability via prestatiecontracten; naar naar klanten via marktwerking	Meerdere verantwoordingssystemen waaronder burgers als toezichthouders van de overheid, klanten als gebruikers en belastingbetalers als financiers
Voorkeur van levering	Hiërarchische afdeling van zelfregulerend beroep	Particuliere sector of een strak afgebakend armlengte-agentschap	Menu van alternatieven die pragmatisch zijn geselecteerd

Bron: aangepast en vertaald uit Kelly et al (2002), O'Flynn (2005) en Stoker (2006)



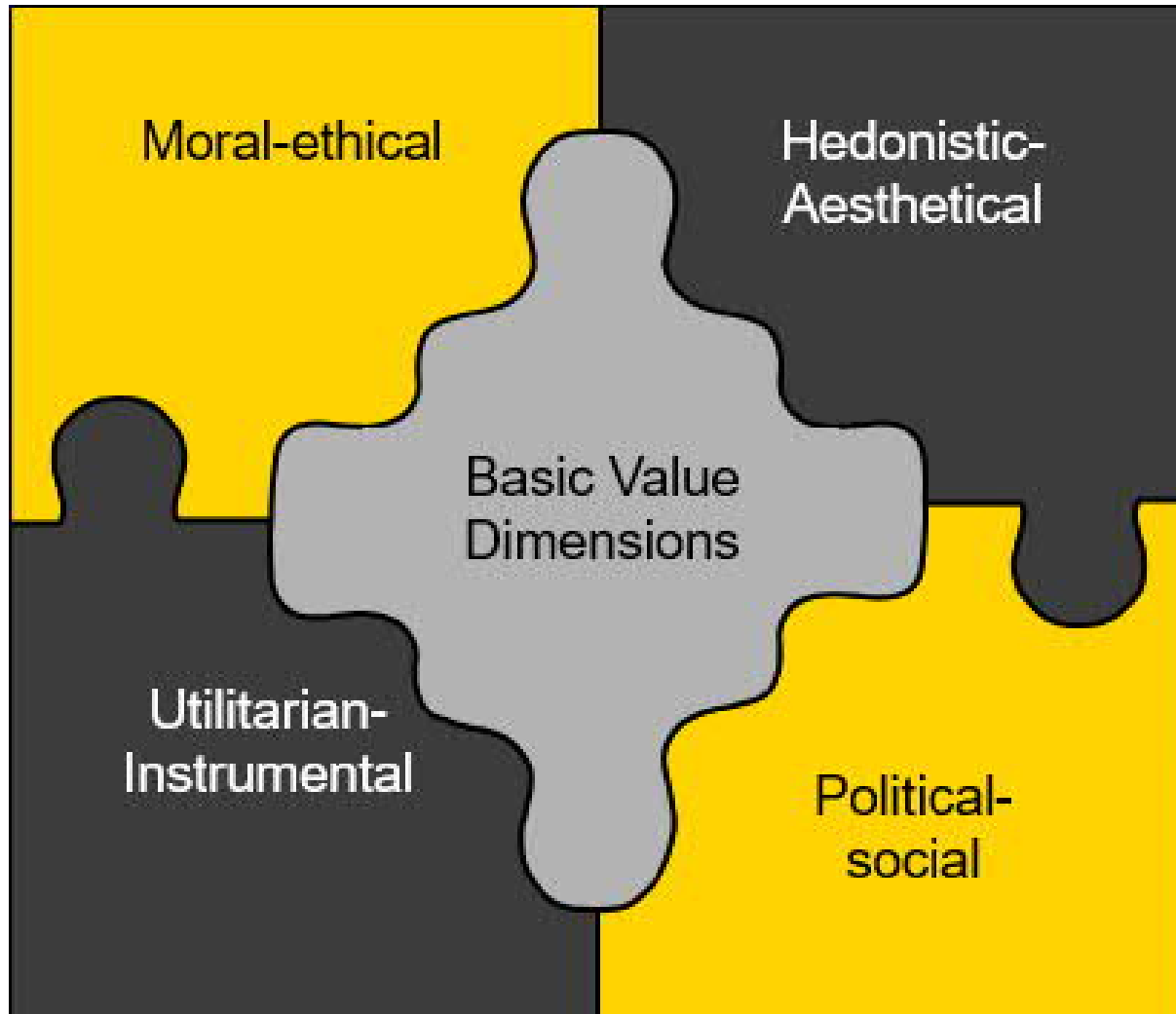
Tools

Public Value
Scorecard



Psychologische verbanden

De Public Value scorecard heeft zijn basis in de psychologie

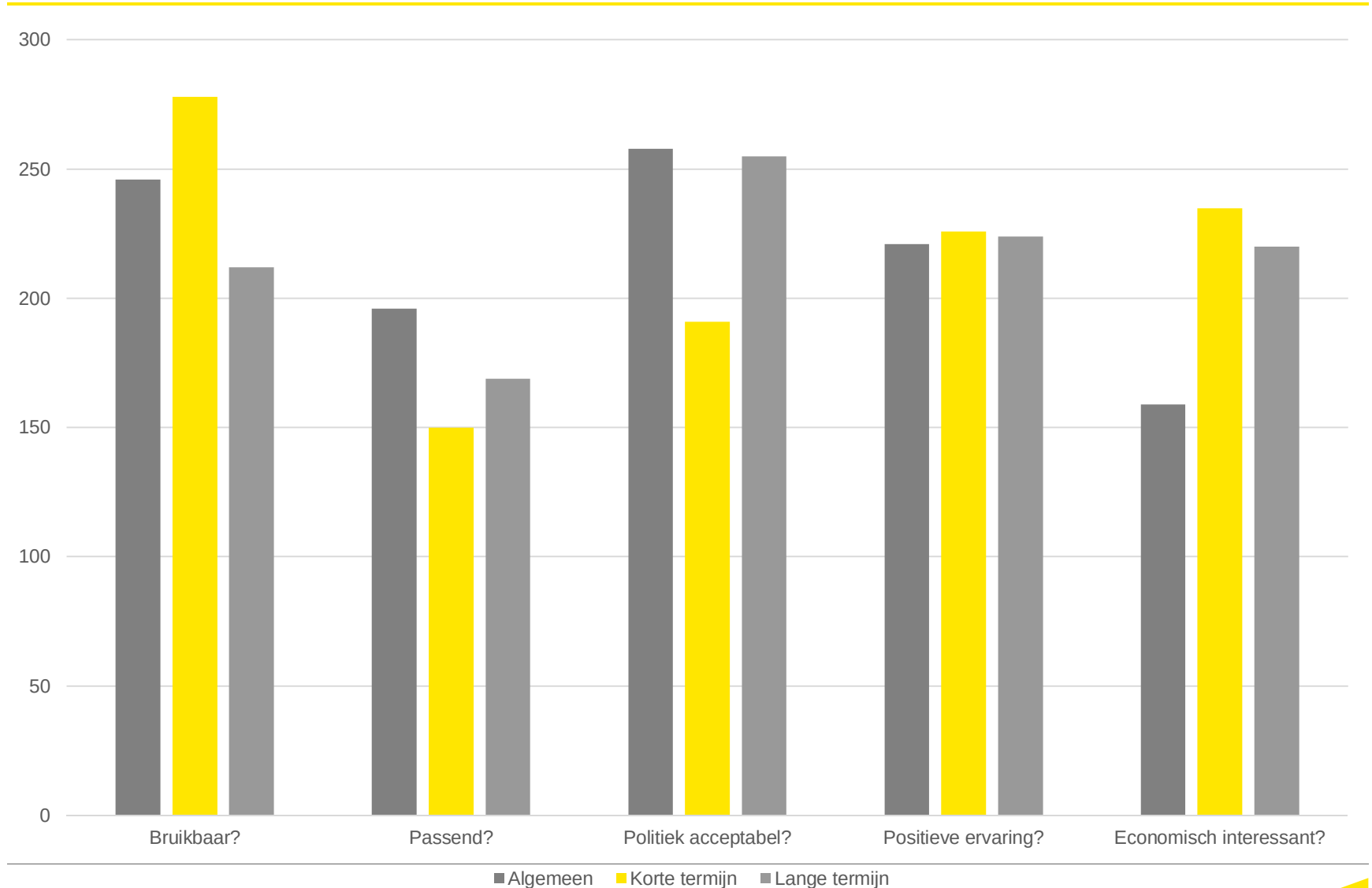


Public Value Scorecard



Public Value Scorecard

Termijnontwikkeling



Public Value Scorecard

Toepasbaarheid

- Samenwerking
- Toetsen haalbaarheid business case
- Evaluatie dienst of product
- Projectbeoordeling
- Impact van een initiatief
- Herconfiguratie van een proces of volledige organisatie

Effecten

- Legitimiteit
- Draagvlak creëren
- Input van partijen rondom de organisatie
- Screenen behoeften
- Bepalen leidende principes en kernwaarden
- Prioriteren kansen en risico's
- Open discussie
- Connecties
- Transparantie
- Verkennen wat de maatschappelijke bijdrage is
- Vooraf bepalen i.p.v. achteraf evalueren

Samengevat

- ✓ ...waarde creëren in het gemeenschappelijk belang voor het welzijn van het individu en de samenleving.
- ✓ ... vertegenwoordigt gevolgen voor de bredere samenleving, waaronder, maar juist niet beperkt tot resultaten of winst.
- ✓ ... herdefinieert het hele idee van waardecreatie door rekening te houden met morele en politieke, maar ook utilitaire en hedonistische aspecten van waardecreatie (psychologie).
- ✓ ... gaat over het bestaansrecht van een organisatie. De relevantie van organisaties wordt in de eerste plaats afgewogen aan hun purpose; hun maatschappelijke bijdrage.
- ✓ ... een wetenschappelijk verantwoorde methodologie om Public Value in beeld te brengen.



“When complexity is
the question, public
value is the answer”

- Prof. dr. T. Meynhardt (2017)

Gerwin Nijeboer

gerwin.nijeboer@nl.ey.com

+31 (0) 6 21 25 16 05