

ROADMAP

**för att etablera samarbeten /
partnerskap mellan kommuner och
ungdomsorganisationer och sociala
företag**



2023



Introduktion

Dagens sociala utmaningar får oss att omvärdera hur vi vanligtvis adresserar problem eller behov. Lösningar behöver vara hållbara, realistiska och, nu mer än någonsin, gemensamma satsningar och samarbeten. Det är här denna roadmap, eller färdplan, specifikt riktar in sig – för att förenkla och uppmuntra partnerskap som på ett mer effektivt sätt använder resurser och erfarenhet för att uppnå ett mer resilienta samhällen.

Denna "Roadmap för att etablera samarbeten/partnerskap mellan kommuner och ungdomsorganisationer och sociala företag" ämnar kombinera lärdomar från tidigare delar av projektet och erbjuda en handlingsplan i form av en checklista som organisationer, kommuner eller andra intressenter som är intresserade av ämnet kan använda för att enkelt anpassa och implementera så att det passar situationen och partnerskapet. Det främsta syftet med detta material är att det ska erbjuda stöd och verktyg som underlättar i det dagliga arbetet hos ovan nämnda verksamheter och att det ska bidra till framgångsrika samarbeten.



Om dessa roadmaps

Följande roadmaps har tagits fram för att stötta etableringen av nya partnerskap mellan kommuner och ungdomsorganisationer, verksamheter och sociala företag. De innehåller samlad information och kunskap som har tagits fram under projektets gång.

Verktyget vi tagit fram innehåller en Guidebok som fungerar som en instruktionsmanual samt två mallar för checklistor. Dessa ska främja och underlätta implementeringen av partnerskap mellan kommuner och organisationer för att skapa tydligare processer för lokal och regional samverkan.

Checklistorna för etablering av samarbeten är uppdelade i tre steg som belyser den förberedande och analyserande fasen (Steg 1), själva etableringen av kontakt mellan olika parter (Steg 2), samt implementeringen av samarbetet och dess uppföljning (Steg 3). Alla steg i checklisten inkluderar checkpoints som fungerar som en guide för processen. Vi rekommenderar, för varje checkpoint, att användaren är så specifik som möjligt för att ta fram ett så passade samarbete som möjligt.

The tre stegen är nedan analyserade i detalj genom mallens olika checkpoints. Kom ihåg att några checkpoints bara tillämpas för en av mallarna. För att lättare förstå skillnaden använder vi dessa symboler:

-  Påstående för checklisten för organisationer
-  Påstående för checklisten för kommuner

Roadmap Guidebook

Steg 1 – Analys: Behov, lokal kontext, målbild

Definiera din målgrupp

Denna "Roadmap för att etablera samarbeten/partnerskap mellan kommuner och ungdomsorganisationer och sociala företag" ämnar kombinera lärdomar från tidigare delar av projektet och erbjuda en handlingsplan i form av en checklista som organisationer, kommuner eller andra intressenter som är intresserade av ämnet kan använda för att enkelt anpassa och implementera så att det passar situationen och partnerskapet. Det främsta syftet med detta material är att det ska erbjuda stöd och verktyg som underlättar i det dagliga arbetet hos ovan nämnda verksamheter och att det ska bidra till framgångsrika samarbeten.

Det första steget i processen är att identifiera och definiera den målgrupp man arbetar mot. Det är väldigt viktigt att detta första steg blir rätt då det framtida samarbetets resultat kan variera mycket beroende på vilken målgrupp man definierat.

Vi rekommenderar att man är så specifik man bara kan när man definierar sin målgrupp. Som exempel så har Talsi kommun identifierat en brist på tjänster och stöd för barn med funktionsnedsättningar i regionen. De har identifierat denna målgrupp som en prioriterad målgrupp och har letat samarbetspartners som kan uppfylla behoven. Som ett resultat av detta skapade man ett framgångsrikt och långsiktigt samarbete med organisationen Brīnumiņš, och barn i området kan nu ta del av högkvalitativt stöd.

Analysera behov och utmaningar hos målgruppen, kommunen och den lokala kontexten

Att analysera behov och utmaningar hos målgruppen och i den lokala kontexten är viktigt för att kunna förstå specifika utmaningar och för att kunna utforma effektiva lösningar. Genom att förstå specifika behov, kan kommuner och organisationer bättre utveckla strategier som direkt adresserar de största utmaningarna. Detta är en väsentlig checkpoint som också understryker huruvida de planerade aktiviteterna är i linje med kommunens prioriteringar eller lokala utmaningar.

För att kontrollera detta, rekommenderar vi följande steg:

- Lär känna den lokala befolkningen: arrangera intervjuer, fokusgrupper, eller lokala samlingsmöten för att samla in information och lärdomar.

- Lyssna på deras erfarenheter, och ta del av deras oro eller sådant de strävar mot för att få en djupare inblick i behov och utmaningar.
- Analysera den nuvarande situationen genom kartläggningar och enkäter för att samla in kvantitativa data angående målgruppens behov och utmaningar. Se till att frågeställningarna är tydliga, relevanta och att de belyser specifika orosområden, och se till att de delas genom så många kanaler som möjligt.
- Ta hjälp av lokala experter eller intressenter. Detta bör vara personer som direkt eller indirekt har koppling till er målgrupp och som kan dela med sig av värdefulla insikter.
- Gå igenom existerande information och data gällande målgruppen och den lokala kontexten för att identifiera användbar bakgrundsinformation och återkommande behov och utmaningar.
- Analysera demografisk och socio-ekonomisk data om det är relevant – t ex: fattighetsnivåer, arbetslöshetsnivåer, tillgång till resurser, och annat som kan hjälpa dig att förstå din målgrupp och dess kontext.
- Genomför studiebesök och observationer för att få djupare inblick i din målgrupps utmaningar och hur lokalsamhället ser ut.



Summera vad som behövs för att ta sig an utmaningar



Nu när vi känner vår målgrupp och dess specifika utmaningar, är nästa steg att dekonstruera sociala utmaningar och att summera och göra en lista över vad som behövs för att ta sig an utmaningarna. Målbilden är att skapa ett samarbete med en annan aktör för att hitta en lösning på en utmaning som er målgrupp har. Med detta i åtanke kan det hjälpa att fundera mer exakt på vad de är man behöver, eller vad ens verksamhet saknar för att kunna stötta målgruppen, för att förstå vad man vill ha ut av ett partnerskap.

För att kunna identifiera detta behövs god kunskap om problemet och vad som saknas, vilket är varför vi rekommenderar att följa stegen i föregående del.

Här kommer några exempel på behov och sådant ni kanske saknar inom er verksamhet:

- Resurser: Detta kan vara finansiella resurser, material såsom utrustning, transporter, personal såsom volontärer, information såsom data eller studier, och mycket annat.
- Kunskap/Erfarenhet: För att kunna ta sig an en utmaning i samhället behövs en viss nivå av förståelse, kunskap och erfarenhet inom relevanta områden för att på ett effektivt sätt kunna initiera och utföra insatser. Om detta är något du saknar finns det ofta möjlighet att få hjälp hos lokala aktörer såsom en kommun.

- Rådgivning och stöd: Precis som kunskap och erfarenhet, så kan ni behöva rådgivning och stöd gällande t ex strategisk planering för att kunna ta rätt beslut gällande mål, implementering, resursallokering och riskhantering. Professionella experter inom dessa områden kan ge värdefulla insikter för att ta fram underlag som underbygger en idé.
- Finansiering/Bidrag: Att behöva anslag eller finansiering indikerar att du behöver ekonomiska resurser för att täcka kostnaderna för att initiera, implementera och vidareutveckla din idé. Detta stöd kan också hjälpa till att skala eller utöka en verksamhet samt bidra till dess hållbarhet och långsiktiga påverkan.
- Kapacitetsuppbyggnad: Den här typen av stöd kommer när du behöver utveckling av kunskap, färdigheter, resurser och organisationens kapacitet att effektivt planera, implementera och hålla i gång en insats. Kapacitetsuppbyggnad är avgörande för att bygga den nödvändiga infrastrukturen och kapaciteten för att möta de utmaningar som kommer med insatsen.
- Marknadsföring och PR: Denna typ av stöd används ofta och kan handla om marknadsföringskanaler, samarbetskampanjer, samverkan kring policypåverkan samt tillgång till olika nätverk inom kommunen eller regionen.
- Tillgång till lokaler: Kommuner kan ofta hjälpa till med tillgång till lokaler de äger eller använder. Det kan vara platser där ni kan bedriva er verksamhet eller en plats som stödjer andra åtgärder, t ex för förvaring, för specifika evenemang eller för möten och samarbeten.

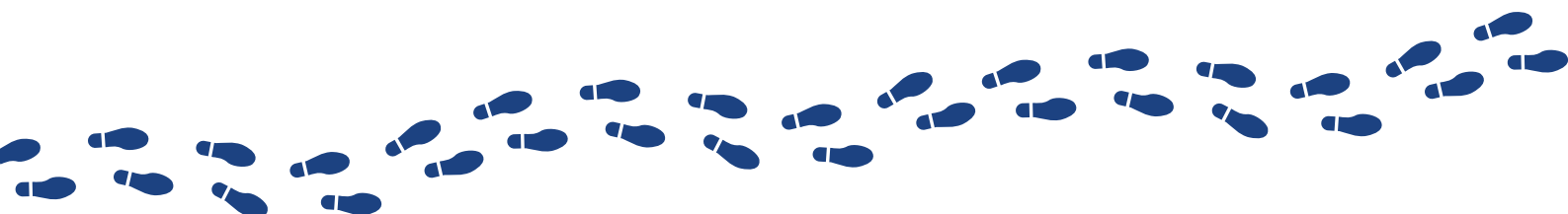


Analysera lokala aktörer, ungdomsverksamheter och andra



Efter att ha analyserat och dekonstruerat de sociala utmaningar din målgrupp har och vad deras behov är, är nästa steg att analysera det lokala sammanhanget och dess aktörer – kommuner, ungdomsorganisationer, företag eller andra – och att analysera det arbete de redan har gjort eller arbete de håller på att utveckla. Detta är en viktig analys som låter dig:

- Identifiera befintliga luckor: Att analysera lokala program och aktiviteter hjälper dig att förstå om det finns några luckor eller områden som inte åtgärdas tillräckligt av nuvarande initiativ. Det låter dig identifiera specifika områden som kanske inte fungerar på ett effektivt sätt, vilket hjälper dig att skräddarsy ditt tillvägagångssätt för att åtgärda dessa.



- Undvik dubbel-jobb: Genom att undersöka befintliga program och aktiviteter kan du undvika att duplicera insatser eller replikera åtgärder som redan finns. Detta säkerställer att resurser och ansträngningar inte slösas bort och att ditt partnerskap kan få en unik och meningsfull effekt. Samtidigt kan det också visa sig som en möjlighet att gå med och samarbeta i ett befintligt program snarare än att skapa ett nytt partnerskap.
- Att lära av bäst praxis: Att studera framgångsrika lokala program och aktiviteter ger en möjlighet att lära av deras goda exempel och strategier. Ni kan få insikter i effektiva tillvägagångssätt, innovativa lösningar och framgångsrika implementeringsmodeller, som kan informera och förbättra era egna.
- Differentiera ert tillvägagångssätt: Att analysera befintliga program och aktiviteter kan hjälpa er att differentiera ert tillvägagångssätt och hitta unika value propositions. Det låter er identifiera luckor eller områden där ni kan ta med ett nytt perspektiv, innovativa lösningar eller riktade insatser som kompletterar eller förbättrar befintliga insatser.

Denna analys kan hjälpa er att förstå huruvida ni faktiskt behöver ett nytt samarbete eller om ni snarare bör titta på att förändra en process i en pågående aktivitet.

Alternativt kan det också hjälpa er att inse och bekräfta att det arbete som utförs inte är tillräckligt och pålysa och bevisa det mervärde ert partnerskap/samarbete kan skapa.

Se över möjligheterna att testa idén i förväg för att visa på potential

Innan ni går in i ett samarbete är det bra att ha validerat idén i förväg genom att, om möjligt, köra tidiga tester. Vi rekommenderar att ni använder minimala externa resurser eller ekonomiskt stöd då detta bara är ett lokalt test för att få extra feedback och respons från den målgrupp ni tänker arbeta med i framtiden och genom det partnerskap ni vill etablera. Dokumentera de lärdomar, utmaningar och insikter ni fått under testprocessen. Denna dokumentation kommer vara värdefull när ni presenterar ert projektförslag, eftersom det visar på ett genomtänkt och evidensbaserat tillvägagångssätt. Den feedback och de insikter som samlats in under testfasen kan användas för att uppdatera och förbättra projektförslaget. Inkorporera lärdomarna och gör nödvändiga justeringar för att förbättra projektets genomförbarhet, inverkan och hållbarhet.



Ett exempel på ett test är Cidade Curiosa, en organisation som ville skapa en plats för ungdomar i Braga och deras familjer för att främja utbildning och fritidsaktiviteter genom brädspel. Innan ett officiellt partnerskap inleddes (som ledde till en egen lokal tillhandahållen av Braga kommun) testade organisationen intresset och effekten av denna plats i Braga i mindre skala med små sammankomster. Resultaten var tydliga och potentialen validerades, vilket ledde till en enklare etablering av ett samarbete med kommunen.

Förbered en presentation av er verksamhet och ert partnerskapsförslag

Innan ni tar kontakt med den kommun ni vill samarbeta med är det bra att förbereda en tydlig och engagerande presentation av er verksamhet och vad det är ni vill skapa. För att göra denna presentation så bra som möjligt, rekommenderar vi följande:

- Presentera en väl förberedd och visuellt tilltalande presentation. Var kortfattad och tydlig, och visa er passion och engagemang för projektet. Engagera kommunens företrädare, svara eftertänksamt på potentiella frågor och var öppen för feedback och förslag.
- Skräddarsy presentationen till kommunen genom att visa på hur er vision överensstämmer med kommunens värderingar, prioriteringar och lokala sammanhang (som analyserats i tidigare steg). Använd språk och exempel som är relevanta för deras specifika område och visa förståelse för deras unika behov och utmaningar och hur stor positiv påverkan ett partnerskap kan skapa.
- Visa tydligt den sociala fråga eller problem ert projekt syftar till att ta sig an, och lyft fram dess relevans och inverkan på samhället. Presentera en övertygande och evidensbaserad lösning som beskriver hur ert partnerskap effektivt kan tackla problemet och åstadkomma positiv förändring.
- Betona fördelarna och hur ert partnerskap kan skapa positiva resultat och hur partnerskapet kommer öka välbefinnandet för er målgrupp.

Till sist, erbjud ett samarbetsförslag genom att visa upp hur partnerskapet kan dra nytta av kommunens resurser, kompetens och befintliga initiativ och hur du kan stödja och förstärka deras pågående arbete för att få större genomslag. Sammanfattningsvis, att förbereda en presentation när ni träffar kommunen gör det möjligt att effektivt kommunicera ert projekt, ta itu med problem, visa upp anpassningar till deras mål och säkra stöd eller resurser. Det är en möjlighet att argumentera för ert sociala projekt och lämna ett bestående avtryck hos de kommunföreträdare ni möter.



Steg 2 – Etablering av Partnerskap

Lär känna de organisationer som verkar i regionen

Att vara medveten om de organisationer som verkar i er stad eller region är viktigt för att bättre kunna bestämma vilka man ska etablera ett partnerskap med. Det gör att ni får en bättre bild av vilka som arbetar mot samma mål, vilka som har erfarenhet och vilka som skulle vara bäst aktör att samarbeta med för att främja de utmaningar ni vill ta er an. Det finns flera sätt att samla in denna information:

- Gör research, undersökningar, granska offentlig data eller skicka ut enkäter till organisationer för att samla in data om deras aktiviteter, uppdrag och påverkan.
- Arrangera nätverksträffar, workshops eller konferenser som specifikt syftar till att föra samman lokala organisationer och verksamheter. Dessa evenemang ger organisationer möjlighet att visa upp sitt arbete, nätverka med andra och diskutera frågor direkt med kommunföreträdare.
- Upprätta en lista eller databas över organisationer som verkar inom området och inkludera information om organisationerna såsom deras kontaktuppgifter, uppdrag, program och tjänster som erbjuds. Som ett exempel kan du ta en titt på den databas över organisationer som vi utvecklat i vårt projekt.
- Uppmuntra organisationer att registrera eller anmäla sin verksamhet frivilligt. Detta kan ske genom en formell registreringsprocess eller genom att skapa incitament för organisationer att dela sin information med kommunen. Genom att göra registreringen eller rapporteringen enkel och fördelaktig kan kommunen samla in omfattande uppgifter om de organisationer som verkar inom deras område eller region.
- Satsa på uppsökande verksamhet, delta i lokala evenemang, möten och forum där organisationer är närvarande. Detta ger en möjlighet att interagera direkt med organisationer, lära sig om deras arbete och etablera relationer.
- Etablera formella kommunikationskanaler, såsom en dedikerad e-postadress eller en kontaktperson, för att uppmuntra organisationer att nå ut och ge information om sina aktiviteter. Detta proaktiva tillvägagångssätt hjälper till att underlätta kontinuerlig kommunikation och informationsutbyte.

Ett exempel på detta är t ex Aglantzia kommun som rekommenderar att etablera ett ungdomsråd inom kommunen, för att skapa täta möten med ungdomsorganisationer och att utse en ansvarig tjänsteman som fungerar som kontaktperson.

Fastställ vilken kommun ni vill arbeta med och identifiera den mest lämpliga förvaltningen

Innan ni kontaktar den kommun ni vill arbeta med, se till att hitta den mest lämpliga förvaltningen, avdelningen eller representanten som kan stödja ert arbete. Det kan vara den avdelning med flest resurser som ni behöver, eller den avdelning som passar bäst till den idé ni har. För att göra detta rekommenderar vi att ni kontaktar kommunen, söker rekommendationer eller omdömen från andra organisationer, deltar i lokala möten eller evenemang som anordnas av kommunen eller genom att försöka hitta rätt information på deras hemsida. Att känna till den representant eller avdelning som är bäst att kontakta kommer också, förhoppningsvis, spara tid då byråkrati och komplicerade strukturer ofta kan försvåra kontakt.

Samla in idéer och förslag från organisationer och verksamheter

Att samla in idéer och förslag från lokala organisationer och verksamheter är ett sätt att knyta an till lokala aktörer och ge en röst åt de aktörer som också representerar det samhälle och de målgrupper ni arbetar med. Detta kommer ge er olika insikter angående hur ni kan ta er an en samhällsutmaning eller ett socialt behov och kommer hjälpa er att ta beslut när ni ska bestämma vilka organisationer ni vill samarbeta med. Några sätt att göra detta på kan vara genom att skapa följande strukturer eller processer:

- Dedikerade onlineplattformar och portaler där lokala organisationer kan skicka in sina idéer eller förslag. Detta kan vara en webbplats, ett system för inlämning av formulär eller ett interaktivt communityforum online. Uppmuntra regelbundet deltagande och ge utrymme för pågående dialog och idéutbyte.
- Evenemang och workshops för att sammanföra lokala organisationer för att ta upp specifika ämnen eller utmaningar. Strukturera dessa evenemang för att uppmuntra aktivt deltagande, delning och spridning av idéer, och gemensam problemlösning. Dokumentera de idéer och förslag som genereras under dessa evenemang, och ni kan även skapa incitament såsom ett pris för den bästa idén som presenteras.
- Kommittéer eller styrelser som består av representanter från lokala organisationer. Dessa styrelser kan fungera som en plattform för regelbundna diskussioner, idédelning och rekommendationer. Uppmuntra styrelseledamöter att aktivt bidra med sina idéer och förslag baserat på deras erfarenheter och expertis.

I Aglantzia kommun hittar vi exemplet med det kommunala ungdomsrådet som skapar genomslag för ungdomar och är ett organ som arbetar nära ungdomarna i samhället och genomför workshops, aktiviteter och evenemang som involverar ungdomarna och riktar sig till ungdomar. Detsamma gäller för olika lokala idrottsföreningar och föreningar som har ungdomar i sina lag och arbetar för att unga ska engageras i olika sociala aktiviteter.

Ta reda på om kommunen erbjuder program som möter era behov

Kommuner erbjuder ofta ett brett utbud av program och aktiviteter för att stödja lokala organisationer i deras dagliga verksamhet. Det är viktigt att analysera om det stöd ni efterfrågar inte redan ges genom något av dessa program. Vi rekommenderar att undersöka detta i ett tidigt skede för att förstå om det redan finns sådana program på plats. Detta kan t ex göras genom att:

- Göra research genom kommunen egna kommunikationskanaler
- Analysera kommunens budget och strategiska handlingsplaner
- Be om råd från andra organisationer eller verksamheter i regionen som tidigare har fått stöd från kommunen
- Bevaka nyheter, meddelanden och utskick från kommunen

Genom vår research och våra intervjuer har vi kunnat se att det kan vara fördelaktigt att helt enkelt bjuda in en kommunrepresentant till ett möte för att få en chans att berätta om sina behov och planer. Vi har sett exempel i både Lettland och Litauen där denna typ av proaktivitet kan spela stor roll för att få stöd och initiera samarbeten.

Ta kontakt med organisationer och verksamheter ni vill samarbeta med

När ni kommit till denna punkt i processen, efter en genomgång av alla tidigare steg, bör ni kunna identifiera ett antal potentiella kandidater för ett partnerskap för er satsning. Om ni inte kan det rekommenderar vi att ni går tillbaka i processen och är än mer specifika vid varje checkpoint.

När detta är gjort tar ni sedan kontakt med de organisationer som verkar mest lämpade för att diskutera vidare och utveckla en dialog.

Gör en lista med fördelarna partnerskapet kan ge båda parter

När man etablerar ett partnerskap med en annan organisation är det avgörande att effektivt lyfta fram de fördelar samarbetet kan ge. När ni lyfter dessa i er presentation till kommunen bör ni:

- Hänvisa till de gemensamma mål som ert förslag och kommunen delar. Lägg extra vikt på hur samarbetet kan hjälpa båda parter att uppnå sina respektive uppdrag mer effektivt och ändamålsenligt.
- Visa hur ert förslag, i kombination med kommunens resurser och expertis, kan ha en betydande positiv påverkan på målgruppen och samhället i stort.
- Visa hur samarbetet kan utnyttja dessa synergier för att skapa en större kollektiv påverkan och leverera bättre resultat än vad någon av parterna skulle kunna uppnå ensam.
- Visa hur resursdelning kan leda till kostnadsbesparingar och ökad effektivitet
- Betona hur både ert projekt och kommunen kan dra nytta av att dela insikter, god praxis och lärdomar. Detta kan leda till förbättrade strategier, mer informerat beslutsfattande och utveckling av innovativa lösningar.
- Belys de tydliga och de mer långsiktiga och 'mjuka' värden och fördelar kommunen kan få av samarbetet, såsom förbättrat välbefinnande i samhället, förbättrat anseende, ökat medborgarengagemang och möjligen positiva sociala och ekonomiska resultat.

Steg 3 – Implementering och uppföljning

Definiera en handlingsplan med tydliga tidsramar, mål och ansvariga

För att inleda partnerskapet kan en detaljerad handlingsplan säkerställa ett mer organiserat samarbete med en tydlig bild av hur varje steg kommer se ut och därmed minska missförstånd och bättre hantera alla parter resultat och förväntningar. Handlingsplanen bör vara utformad utifrån projektplanen med tydliga tidsramar för alla steg i implementeringen.

Checklistan visar en förenklad tabell som ni kan använda så många gånger som ni behöver och på det sätt som är mest användbart för er. Tabellen låter er definiera vilken åtgärd ni ska vidta, vem som är ansvarig för en specifik åtgärd, de mål som specifika aktiviteter och åtgärder ska uppnå, och vid vilken tidpunkt varje aktivitet ska ske.

Aktivitet	Ansvarig	Mål	Tidpunkt

Skapa en kommunikationsplan för att hålla alla uppdaterade O K

Det är viktigt att alla parter alltid är uppdaterade i ett projekt så ett första steg bör vara att etablera kommunikationskanaler och ge tydliga riktlinjer för hur dessa kanaler kommer att användas när det gäller kommunikationsfrekvens och format. Kommunikationskanalerna bör definieras i en gemensamt utformad kommunikationsplan. Planen bör främja öppen och transparent kommunikation, där alla parter känner sig bekväma med att dela uppdateringar, ta upp frågor eller ge feedback. Uppmuntra konstruktiv dialog och aktivt deltagande från alla inblandade parter. Ge även möjlighet till ad-hoc-uppdateringar närhelst betydande ändringar sker, såsom milstolpar eller oväntad utveckling i projektet. Snabb kommunikation säkerställer att alla parter informeras snabbt och kan anpassa sina handlingar därefter. Slutligen, om det finns utmaningar eller hinder i partnerskapet, meddela dem omgående till alla inblandade parter. Diskutera potentiella lösningar, sök input från intressenter och samarbeta för att hitta den bästa vägen framåt.

Definiera utvärderingstillfällen genom hela partnerskapet O K

Boka in utvärderings- eller kontrolltillfällen under implementeringen samt efter avslutad partnerskapsimplementering. Detta låter er bedöma framsteg och effektivitet i projektet och avgöra om samarbetet når de avsedda målen, möter de behov som ursprungligen definierades och levererar de förväntade resultaten. Regelbundna utvärderingstillfällen ger insikter om vad som fungerar bra och vilka områden som kan behöva justeras eller förbättras. Utvärderingstillfällena kommer också ge er möjlighet att utvärdera effektiviteten i kommunikation och samverkan mellan organisationen och kommunen och identifiera eventuella luckor eller brister i kommunikationskanaler, beslutsprocesser eller samordningsinsatser.

Detta arbete kommer också främja transparens genom att ge en möjlighet att dela information, resultat och lärdomar.

Utvärdering bör vara en iterativ process under hela partnerskapets varaktighet. Upprepa utvärderingsprocessen regelbundet eller vid specifika milstolpar för att spåra framsteg, bedöma förändringar och säkerställa kontinuerliga förbättringar. Använd varje utvärderingscykel för att bygga vidare på tidigare lärdomar och anpassa utvärderingsmetoden efter behov.

Utvärderingen bör skräddarsys för partnerskapets specifika mål, omfattning och sammanhang. Det är viktigt att involvera alla relevanta parter och det är även fördelaktigt att använda sig av en kombination av kvantitativa och kvalitativa metoder för en mer övergripande bedömning och analys.

Definiera metoder för att utvärdera samarbetets effekt och uppfyllelse av mål

De tidigare nämnda utvärderingsmomenten bör även tas fram ihop med metoder för att även utvärdera effekten som har skapats eller skapas och uppfyllelsen av de satta målen. Här är några förslag på hur det kan göras:

- Mät Key Performance Indicators (KPI:er) för att bedöma framstegen mot målen. T ex, om målet är att minska ungdomsarbetslöshet, spåra den procentuella förändringen i ungdomssysselsättningsgraden före och efter partnerskapet (kvantitativ metod). Följande artikel kan också vara till hjälp eftersom den identifierar en lista med effektindikatorer som hjälper dig att fastställa, mäta och kommunicera de positiva förändringar ni vill uppnå: <https://sua.lv/en/impact-indicators-list/>
- Genomför intervjuer eller fokusgrupper med relevanta parter för att samla in deras uppfattningar om påverkan och effekt. T ex, och med samma exempel från ovan, fråga ungdomsdeltagare om förändringar de har upplevt när det gäller jobbmöjligheter och kompetensutveckling som ett resultat av partnerskapet.
- Samla in feedback från samhället, målgruppen/direkta brukare genom enkäter eller formulär för att bedöma den upplevda effekten av partnerskapet.
- Ta fram goda exempel som belyser specifika framgångssagor eller insatser inom partnerskapet/samarbetet.
- Anlita en extern utvärderare eller oberoende organisation för att göra en utvärdering av partnerskapets påverkan. Deras bedömning kan ge ett opartiskt perspektiv och expertis för att utvärdera resultat och effekt.

Om projektet

Syftet med projektet "LOCAL-Y-MPACT" är att stärka samverkan mellan lokala ungdomsverksamheter, sociala företag och lokala myndigheter, samt att utveckla samhälls-entreprenörskap som ett effektivt verktyg för att minska ekonomisk ojämlikhet, främja social integration och inkludering för att bygga ett hållbart samhälle och uppmuntra aktivt deltagande i samhället.

Projektpartnerna samarbetar med flera regioner: Lettlands Social Entrepreneurship Association etablerade partnerskap med Talsi kommun i Lettland, den svenska organisationen SE Forum med Region Dalarna, den portugisiska ungdomsorganisationen CXJV Conexão Jovem Associação samarbetar med Braga kommun, det cypriotiska utbildnings- och forskningscentret Synthesis testar projektets lärdomar i Aglantzia kommun, med den litauiske partnern Geri Norai LT har valt kommunen Trakai.

Finansieras av Europeiska Unionen. Åsikter eller ståndpunkter som uttrycks är dock endast författarnas och återspeglar inte nödvändigtvis de från Europeiska Unionen eller European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Varken Europeiska Unionen eller EACEA kan hållas ansvariga för dem.

