

**STAŇTE SE
PĚSTOUNEM**



VYHODNOCENÍ
Plánu aktivit informační kampaně
Karlovarského kraje

„STAŇTE SE PĚSTOUNEM“
za rok 2023

B Ř E Z E N 2024

Krajský úřad Karlovarského kraje
Odbor sociálních věcí

**STAŇTE SE
PĚSTOUNEM**

Pěstoun poskytuje rodinné zázemí opuštěnému dítěti. Dítěti, které má své biologické rodiče, ale tito z nejrůznějších důvodů nejsou schopni o něj pečovat.



IDEÁLNÍ PĚSTOUN?

Nehledáme ideálního pěstouna,
neboť pravděpodobně neexistuje.

www.pestounskapecevkk.cz





Obsah

Úvod	4
Cíl a cílová skupina kampaně	7
Cíl kampaně	7
Cílová skupina kampaně.....	7
Plán aktivit na rok 2023	8
Vyhodnocení plánu	10
I. Týden pěstounství v Karlovarském kraji	10
II. Správa obsahu webové stránky	14
II.1 Zobrazení stránek	14
II.2 Uživatelé	14
II.3 Příspěvky	15
III. Facebook.....	16
IV. Tvář kampaně	19
V. Inzerce	20
VI. Sběr dat k vyhodnocení plánu aktivit	22
VII. Krabičky do života	23
VIII. Řízení kampaně.....	24
IX. Spolupráce s OSPOD ORP, ostatními organizacemi uzavírajícími dohody o výkonu pěstounské péče a stávajícími pěstouny	26
X. Spolupráce s průvodcem zájemců o NRP	27
XI. Obsah informační kampaně	28
XIII. Co se podařilo a nebylo v plánu.....	29
XIII.1 Plné hnízdo.....	29
XIII.2 Projekt MPSV	31
Sledování efektivity kampaně	32
I. Dotazník po konzultaci se zájemci o náhradní rodinnou péči.....	32
II. Dotazník po přípravách žadatelů	36
III. Vstupy	38



III.1 Finanční zdroje	38
III.2 Lidské zdroje	44
IV. Výstupy.....	45
IV.1 Statistické údaje v oblasti evidence žadatelů	45
IV.2 Statistické údaje v oblasti evidence dětí.....	47
IV.3 Statistické údaje v oblasti zprostředkování pěstounské péče	50
Shrnutí.....	52



Úvod

Vznik informační kampaně „Staňte se pěstounem“ (dále jen „kampaň“) byl reakcí na povinnost orgánů sociálně-právní ochrany dětí (dále jen „OSPOD“) vyhledávat fyzické osoby vhodné stát se náhradními rodiči za účelem naplnění základních myšlenek zákona č. 359/1999 Sb., o sociálně-právní ochraně dětí, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“) novelizovaného v roce 2013, totiž že při výkonu a realizaci opatření na ochranu ohrožených dětí mají přednost ta, která zabezpečí řádnou výchovu a příznivý vývoj dítěte v jeho rodinném prostředí a není-li to možné, pak v náhradním rodinném prostředí. Tento princip přitom odráží ustanovení několika úmluv ratifikovaných Českou republikou, zejména však Úmluvy o právech dítěte.

První kroky k faktickému zahájení kampaně byly realizovány v roce 2015, k oficiálnímu zahájení pak došlo slavnostním způsobem v lednu 2016.

Kampaň je realizovaná na základě strategického dokumentu kraje „Vyhledávání osob vhodných stát se pěstouny v Karlovarském kraji“, který vzala na vědomí Rada Karlovarského kraje usnesením č. RK 1319/12/15. Jednotlivé cíle kampaně a kroky k jejich naplnění jsou pak popisovány v plánech aktivit, které jsou tvořeny vždy na každý kalendářní rok samostatně, přičemž sestavení plánu aktivit vždy předchází vyhodnocení plánu aktivit za předchozí rok.



Hodnocení kampaně je komplikované. Jelikož se jedná o kampaň informativní, **není možné změřit, jakého konkrétního výsledku bylo dosaženo za konkrétní vynaloženou finanční částku nebo v důsledku realizované aktivity.** (Stejně jako např. nelze změřit, kolik osob se rozhodlo přestat kouřit v důsledku umístění billboardu s tematikou škodlivosti kouření.) K rozhodnutí stát se pěstounem spějí zájemci dlouhou dobu, může jít řádově i o několik let. Nelze očekávat, že bude kampaň efektivní v krátkém horizontu.



Měřitelné údaje (tzv. „tvrdá data“) týkající se kampaně jsou již několik let získávány ze dvou oblastí. Jedná se o:

1. **Statistické údaje** získané z webových stránek a z facebookového a instagramového profilu. *Zvýšení či pokles aktivity uživatelů těchto medií může ukazovat na určitou souvislost mezi zveřejňovanými tématy apod.*
2. **Data získaná prostřednictvím dotazníku** o kontaktu s žadatelem. *Žadatel uvádí, kde se o kampani dozvěděl, jak dlouhý byl interval od první informace po podání žádosti.*

Pro objektivní hodnocení kampaně a pochopení relativně malých úspěchů při vyhledávání osob vhodných stát se náhradními rodiči je neméně nutné nahlédnout na problematiku ještě z širšího úhlu pohledu.

Karlovarský kraj je v mnoha ohledech specifickým územím s obecně horšími životními podmínkami. Mezi klíčové problémy Karlovarského kraje patří vysoká rozvodovost (druhá nejvyšší z ČR), přičemž 61 % dětí se zde narodí svobodným matkám. Dále pak chudoba a vysoká zadluženost obyvatel, kdy v kraji žije nejvyšší podíl osob s nejnižšími příjmy pod 20 % a dávky sociální podpory na 1 obyvatele kraje jsou čtvrté nejvyšší v rámci celé ČR. Je zde vysoký počet žáků bez ukončeného základního vzdělání, pěstouni při výchově svěřených dětí narážejí na neznalost učitelů s prací dětí s traumatem. Téměř v pětině obcí je sociální vyloučení zásadním problémem a ve více než polovině obcí vyžaduje zvýšenou pozornost. Vysoké procento obyvatel trpí tzv. destabilizující chudobou. Závažným problémem eskalujícím v posledních letech je nedostatek zdravotního personálu a zdravotních služeb obecně, přičemž s nedostatečným personálním zajištěním se potýká také sociální oblast a řada dalších resortů.

Tento stav je dán částečně historicky. Ekonomové například hovoří o tom, že vysídlení německého obyvatelstva ze sudetského pohraničí zničilo v těchto oblastech vazby mezi lidmi a tzv. sociální kapitál, který je důležitý i pro pocit stability a zakořenění v dané lokalitě. Čím nižší je tento sociální kapitál, tím vyšší je pak migrace – obyvatele na území zkrátka nic nadržuje, nejsou tu zakořenění, a tak se stěhují pryč, zvláště pak ti, kteří se snadno uplatní jinde. Lidé tu mívají nižší vzdělání, jsou častěji nezaměstnaní a více čelí exekucím. Ruku v ruce s těmito faktory pak souvisí vyšší míra strachu obyvatel o majetek nebo třeba vyšší míra extremistického smýšlení s prvky xenofobie a rasismu, což je problematické ve vztahu k faktu, že zhruba ¾ dětí, kterým Krajský úřad Karlovarského kraje (dále jen „KÚKK“) zprostředkovává náhradní rodinnou péči, je romského původu.



Toto všechno jsou faktory, které mají zcela zřejmý dopad na úspěch kampaně. Přijetí dalšího dítěte do rodiny samozřejmě znamená finanční a časovou zátěž. V případě pěstounské péče, která je svou podstatou odlišná od osvojení (motivace žadatelů k osvojení dítěte je zcela jiná a pro účely pěstounské péče nevhodná), je např. z hlediska Maslowovy pyramidy potřeb otázkou nejvyšších pater této pyramidy. Přijetí traumatizovaného dítěte je pomocí „bližnímu“, kterou lze nabídnout ve chvíli, kdy má člověk naplněny potřeby na bazální úrovni. Naopak, pokud čelíme existenčním problémům, nejsme pevně ukotveni v rodině a v místě, těžko můžeme činit rozhodnutí, která nás duchovně přesahují a vyžadují to nejcennější, co máme – čas, další vzdělávání apod.

S ohledem na uvedené je zřejmé, že pro úspěch kampaně „Staňte se pěstounem“ je nutné začít realizovat také aktivity vedoucí ke zlepšení životních podmínek rodin v kraji a ideálně kampaň provázat s aktivitami rodinné politiky v kraji.

V následujících kapitolách se podrobně věnujeme úspěšnosti všech aktivit kampaně. Závěr hodnocení je pak zaměřen na shrnutí statistických údajů z evidence dětí a z evidence žadatelů Krajského úřadu Karlovarského kraje (dále jen „KÚKK“). Na základě závěrů jednotlivých kapitol bude sestaven Plán aktivit na rok 2024 (dále jen „plán“).



Cíl a cílová skupina kampaně

Cíl kampaně

Hlavním cílem kampaně je posílit u široké veřejnosti na území Karlovarského kraje povědomí o tzv. dlouhodobé pěstounské péči a podnítit již alespoň částečně motivované osoby k výkonu pěstounské péče.

Cílová skupina kampaně

Cílovová skupina byla odvozena s ohledem na potřebu ohrožených dětí vyrůstat ve stabilním a vyváženém rodinném prostředí. Pěstounská péče (dále jen „PP“) je jedním z opatření, kterými stát zajišťuje zvláštní ochranu ohroženým dětem, kterým se nedostává péče vlastní rodiny. Stát tedy musí garantovat péči ohroženému dítěti v náležité kvalitě. Pěstoun by měl zajistit dítěti prostředí, které bude co nejméně specifické, tj. přirozené, běžné rodinné prostředí. Pěstounství je nutné vnímat jako službu dítěti. Z letité praxe náhradní rodinné péče (dále jen „NRP“) vyplývá, že pěstounství je úspěšné, pokud ji poskytuje rodina, která má již uspokojeny své rodičovské potřeby a má ještě dostatek sil na výchovu a pomoc dalšímu dítěti. Definování cílové skupiny kampaně slouží k lepšímu zacílení marketingových aktivit. Pěstounem se však může stát i zájemce, který nežije v manželském/partnerském vztahu, případně i bezdětný zájemce. Zařazení do evidence KÚKK za účelem zprostředkování pěstounské péče podléhá tzv. odbornému posouzení, které je vysoce individuální. Informace o kritériích odborného posouzení jsou umístěny na webových stránkách www.pestounskapecevvk.cz.

Cílovou skupinou kampaně „Staňte se pěstounem“ je běžná rodina s vlastními odrostlejšími dětmi.



Plán aktivit na rok 2023

Cíle	Plánované kroky	
Týden pěstounství v Karlovarském kraji	naplánovat termín, místo a obsah týdne pěstounství a samostatného mediálního plánu této aktivity	✓✓
	zahájit a realizovat kroky dle samostatného mediálního plánu akce	✓✓
	zapojit do realizace akce partnerské instituce a organizace	✓✓
	přednáška a beseda s pěstouny v rámci Týdne pěstounství – Rodinná konference	✓✓
	výroba osobních video - příběhů (podcastů) pěstounů - jejich cesty pěstounskou péčí, které budou představeny v průběhu Týdne pěstounství prostřednictvím sociálních sítí	✓✓
	výroba a distribuce krátkých videoprohlídek – představení OSPOD jednotlivých ORP a provázejících organizací za účelem snížení bariér pro zájemce	✓✓
Správa obsahu webové stránky, facebookového a instagramového profilu kampaně	vkládání a odstraňování příspěvků, jejich grafická úprava, sledování a případná regulace příspěvků, zjišťování potřeb v oblasti uveřejňování příspěvků	✓✓
Facebook	aktuality + autorské příspěvky (příběhy s fotkou, krátká videa atd.)	✓✓
	supervize sociálních sítí a pomoc s rozšiřováním dosahu se zaměřením na cílovou skupinu kampaně	✓✓
	moderování diskuze u příspěvků a zodpovídání dotazů	✓✓
	webináře (on-line přednášky) k často diskutovaným tématům z oblasti pěstounské péče společně s odborníky v tématech NRP	✓✓
	tvorba reklamních bannerů pro online propagaci	✓✓
	tvorba banneru – pozadí pro webináře	✓✓
web	aktuality + autorské příspěvky (příběhy s fotkou)	✓✓
	sdílení medailonků dětí z rubriky „Potřebujeme rodinu“ prostřednictvím sociálních sítí a prostřednictvím dalších organizací zabývajících se náhradní rodinnou péčí a problematikou rodiny	✓✓
Tvář kampaně	zajistit aktivní zapojení tváře kampaně do realizace jednotlivých aktivit (stories na sociálních sítích, videospot, rozhlasový spot – upoutávka na Týden pěstounství, moderování webinářů apod.)	✓✓
Inzerce	výroba nových fotografií v rámci putovní výstavy, zajištění vhodných prostor pro výstavu	✓✓
	výběr vhodných regionálních médií pro umístění reklamních článků, přiložených informačních letáků a plakátů	✓✓



	rozhlasové vysílání	✓
Sběr dat k vyhodnocení plánu aktivit kampaně	opakovaně upozorňovat OSPOD a organizace uzavírající dohody o výkonu pěstounské péče na území KK na důležitost vyplňování „Dotazníku po konzultaci se zájemcem“	✓
	pokračovat ve sběru dat prostřednictvím zpětnovazebních dotazníků účastníkům kurzu vždy na konci kurzu a o jejich zaslání na KÚKK	✓
Spolupracující organizace	zajistit aktivní zapojení OSPOD a spolupracujících organizací do realizace jednotlivých aktivit	✗
Krabíčky do života	zajištění obsahu dostatečného množství Krabiček do života	✓
	výroba a distribuce Krabiček do života pro všechny děti odcházející do NRP, včetně vydefinování specifických potřeb pro starší děti odcházející do NRP a úpravy obsahu těchto Krabiček	✓
Řízení kampaně	konceptnější řízení kampaně – vydefinování potřeb a možností	✓
	posílení lidských zdrojů při realizaci kampaně, případně její předání externímu subjektu	✓
Spolupráce s OSPOD ORP, ostatními organizacemi uzavírajícími dohody o výkonu pěstounské péče a stávajícími pěstouny	více zapojit OSPOD a organizace uzavírající dohody o výkonu pěstounské péče na území Karlovarského kraje do aktivit na získávání nových pěstounů	🟡
	definování možností na využití šíření myšlenek kampaně prostřednictvím stávajících pěstounů	✗
Spolupráce s průvodcem zájemců o NRP	sledování vývoje přístupu zájemců k jednotlivým typům péče	✗
Obsah informační kampaně	součástí kampaně by měla být také informovanost o pomoci pěstounům (odborná pomoc, organizace uzavírající dohodu o výkonu pěstounské péče, finanční ohodnocení atd.)	✓



Vyhodnocení plánu

I. Týden pěstounství v Karlovarském kraji

Popis aktivity:

Plán realizace větší kulturně společenské akce byl diskutován již od r. 2019. Z důvodů nedostatečného personálního zabezpečení a později také v důsledku opatření přijímaných v souvislosti s šířením nemoci COVID 19, nebylo možné akci zorganizovat. K faktické realizaci tedy došlo poprvé až v roce 2021, nicméně akce nebyla zhodnocena, s ohledem na nízkou návštěvnost v poměru k vysokým nákladům, za úspěšnou. V závěru hodnocení plánu kampaně již za rok 2021 bylo doporučeno strukturu týdne pěstounství revidovat a zvážit, zda je nutné realizovat rovněž závěrečnou akci, případně za jakých podmínek.

S ohledem na výše uvedené doporučení a také s ohledem na výstup hodnocení kampaně za rok 2022, byl týden pěstounství v Karlovarském kraji (dále jen „týden pěstounství“) v roce 2023 přesunut převážně do online prostředí. V týdnu od 9. 10. 2023 do 13. 10. 2023, kdy týden pěstounství probíhal, byla tedy na sociálních sítích v souladu s vlastním mediálním plánem prezentována řada rozličných příspěvků, které však byly stylizovány do jednotného vizuálu a kterými provázel známý tanečník Jan Onder, který pochází z Karlovarského kraje a kterého jsme prostřednictvím jeho bratra Jakuba Ondera (psycholog pro NRP) propojili s kampaní „Staňte se pěstounem“ již v předchozích letech.

Program se zaměřoval především na snížení bariér pro zájemce o PP již na počátku – před podáním žádosti, neboť z průběžné práce s žadateli o NRP vyplývají obavy zájemců právě z jednání na úřadech. Na sociálních sítích byly ve dnech od 9. 10. 2023 do 12. 10. 2023 prezentovány videoprohlídky oddělení sociálně-právní ochrany dětí jednotlivých pracovišť obcí s rozšířenou působností (dále jen „OSPOD ORP“) a organizací uzavírajících dohody o výkonu pěstounské péče na území Karlovarského kraje (dále jen „provázející organizace“).

Dále byly v těchto dnech na sociálních sítích prezentovány video příběhy současných dlouhodobých pěstounů. Natočeny byly dle plánu 3 příběhy pěstounů, které moderoval výše zmíněný ambasador pěstounské péče Jan Onder, přičemž jedno z videí nebylo zveřejněno, neboť prezentované zkušenosti pěstounky nebyly dostatečně vysvětleny. Zveřejnění videa by tak mohlo mít za následek zkreslení informací o průběhu pěstounské



pěče, a tedy i negativní dopad na kampaň. Po celou dobu natáčení byla navíc pěstounka otočená zády ke kameře, což nepůsobilo dobrým dojmem.

V případě natáčení video příběhů pěstounů bude v budoucnu nutné, aby byl rozhovor veden odborníkem z oblasti NRP, který může sdělované zkušenosti odborně komentovat.

Přestože došlo ke sdílení pouze dvou příběhů pěstounů, tyto příběhy měly rekordní počet shlédnutí, čemuž se budeme věnovat v příslušné kapitole.

Týden pěstounství vyvrcholil v pátek 13. 10. 2023 Rodinnou konferencí.

STAŇTE SE PĚSTOUNEM

Týden pěstounství:
**Rodinná konference
v Císařských Lázních**
PÁTEK 13. 10. 2023

Po celý den je možná konzultace s přednášejícími.

- 8:30 Prezence
- 9:00 Úvodní slovo Mgr. Roberta Pisára
- 9:15 PhDr. Jakub Onder, Ph.D. – Vývoj (k) osobnosti
V průběhu přednášky psycholog položí o klíčových fázích vývoje dítěte, ukáže, jak podporovat zdravý vývoj osobnosti a jak předcházet potenciálním obtížím.
- 10:00 PhDr. Olga Havránková, Ph.D. – Krize a krizová intervence
Přednáška přináší zamyslení nad nejvýraznějšími krizemi tohoto období a nad možnostmi krizové intervence.
- 11:00 Přestávka na kávu
- 11:15 Mgr. Lucie Baliharová – Terapeutické rodičovství
Přednáška nabízí možnost seznámit se s principy vědomého přístupu k náhradnímu rodičovství.
- 12:00 Přestávka na oběd
Promítání dokumentu ČT Plné hnízdo
Konzultace s odborníky
- 13:00 Mgr. Johana Mertová – Hledání nových cest ke zprostředkování náhradní rodinné péče
Hostitelka projektu MPSV představí konkrétní aktivity, které mají přispět ke kvalitnímu zprostředkování NRP v ČR.
- 13:45 Ing. Erika Pavlová, Dětské centrum Karlovy Vary – představení služeb
- 14:00 Mgr. Robert Pisár – závěrečné slovo, ocenění pěstounů
- 15:00 Prohlídka císařských lázní s průvodcem

www.pestounskapevkk.cz

Karlovarský kraj

Tato konference se konala v nově zrekonstruovaných reprezentativních prostorách Císařských lázní v Karlových Varech a probíhala formou několika bloků přednášek odborníků. Témata pro rodinnou konferenci byla volena tak, aby byla atraktivní jednak pro náhradní rodiče, ale zejména pro běžné rodiny s dětmi, které jsou cílovou skupinou kampaně (viz definice výše) a o jejichž přítomnost na rodinné konferenci bylo usilováno masivním šířením informace o pořadí konference. Diváci z řad veřejnosti měli možnost jednak individuálně konzultovat s přítomnými prezentujícími odborníky, ale také se zástupci KÚKK, kteří se věnují oblasti NRP, případně s pěstouny z Karlovarského kraje. Účast na

konferenci byl přínosný jak pro samotné pěstouny, tak pro přítomné odborníky.

Konferenci uvedl člen Rady Karlovarského kraje pro oblast sociálních věcí, Mgr. Robert Pisár, následovaly bloky přednášek. V polední pauze byl promítán jeden díl z dokumentárního cyklu České televize: Plné hnízdo. Jednalo se o díl popisující příběh pěstounky z Karlovarského kraje, na jehož výrobě se Karlovarský kraj finančně podílel (viz kapitola XIII.1).



Jak již bylo zmíněno, program konference byl zaměřen nejen na potencionální zájemce o NRP, ale také na podporu a poděkování stávajícím pěstounům a pracovníkům v oblasti NRP, pro něž bylo v rámci konference zjištěno bohaté pohoštění a jimž v závěru konference radní osobně za jejich práci poděkoval a odměnil je drobným dárkem.

Takzvanou třešničkou na dortu byla možnost účastníků konference prohlédnout si prostory Císařských lázní v doprovodu zkušeného průvodce.

Náklady na realizaci samotné rodinné konference činily 63.920,- Kč. Tato cena zahrnuje:

- náklady na pronájem prostor,
- občerstvení, dárky pro pěstouny (vouchery),
- květiny pro přednášející,
- lektorné.

Celkové náklady na realizaci týdne pěstounství činily 174.920,- Kč. Částka zahrnuje:

- náklady na zpracování reklamního banneru na sociální sítě před týdnem pěstounství,
- zajištění rozhlasového vysílání reklamního spotu kampaně,
- výrobu a distribuci výše popsaných krátkých video prohlídek jednotlivých OSPOD ORP a provázejících organizací,
- výrobu tří video příběhů pěstounů z Karlovarského kraje,
- fotografování a výrobu nových fotografií v rámci putovní výstavy.

Cena nezahrnuje například náklady na propagaci jednotlivých příspěvků na sociálních sítích, náklady na mordování Janem Onderem apod. Tyto náklady jsou popisovány v jiných kapitolách tohoto vyhodnocení.



Závěr:

Plán byl v tomto ohledu naplněn. Pro následující roky je nadále s ohledem na hodnocení „dotazníku po konzultaci s pěstounem“ (viz dále) doporučeno větší část aktivit týdně pěstounství ponechat v online prostoru. Aktivity, které budou realizovány mimo online prostor je nutné redukovat na maximálně dvě, přičemž je nutné zajistit jejich masivní propagaci zejména prostřednictvím sociálních sítí. Na základě hodnocení této aktivity (rekordní počet shlédnutí video příběhů pěstounů) se potvrzuje, že tzv. „hluboký lidský příběh“ je pro naši cílovou skupinu stále populárním obsahem, je tedy nutné se této aktivitě nadále věnovat pouze s doporučením, aby byl rozhovor s pěstounem napříště veden odborníkem z oblasti NRP.



II. Správa obsahu webové stránky

Popis aktivity:

Webová stránka www.pestounskapecevkk.cz, (dále jen „pěstounská péče v KK“) je statickým prvkem kampaně od roku 2015, kdy byla kampaň zahájena. Proti Facebooku se jedná o stabilnější informační kanál. Správa webových stránek nevyžaduje takovou aktivitu jako Facebook. Naproti tomu je správa webu technicky náročnější. Vkládání a odstraňování příspěvků, grafická úprava, sledování a případná regulace příspěvků jsou nedílnou součástí správy těchto komunikačních kanálů.



Hodnocení:

Plán v oblasti webových stránek zahrnoval vkládání a odstraňování příspěvků, jejich grafickou úpravu, sledování a případnou regulaci příspěvků, zjišťování potřeb v oblasti uveřejňování příspěvků. Tuto aktivitu spravuje již několik let externí spolupracovník, který v rámci dohody o provedení práce mimo jiné monitoruje dění v oblasti NRP a navrhuje relevantní obsah pro sdílení na webu.

Z hlediska statistických dat můžeme v rámci webových stránek sledovat tři oblasti. Jednak počty zobrazení, dále počty uživatelů a sledovanost jednotlivých příspěvků. K těmto třem oblastem se nyní budeme věnovat podrobněji:

II.1 Zobrazení stránek

Celkový počet zobrazení webových stránek za rok 2023 činil 3 650, což je téměř o 50 % zobrazení méně, než v roce 2022. Spolu s tímto přetrvávajícím trendem roste míra okamžitého opuštění stránek, tzn. že web nedokáže zaujmout natolik, aby na něm návštěvníci vydrželi delší dobu.

II.2 Uživatelé

Snižující se trend je zaznamenán také v počtu uživatelů stránek. Za rok 2023 činil celkový počet uživatelů webových stránek 2 172, což je o 40,6 % uživatelů méně, než v roce 2022, viz následující tabulka.



	2023	2022	Porovnání
Počet uživatelů	2 172	3 658	- 40,6 %
Noví uživatelé		3 633	+ 11,9 %
Počet zobrazení stránek	3 650	6 308	- 42,1 %
Počet zobrazených stránek na 1 návštěvu webu	1,27	1,31	- 3,1 %
Míra okamžitého opuštění	82,09 %	75,51 %	+ 8,7 %

II.3 Příspěvky

Kromě autorských příspěvků byly v roce 2023 nejčtenější tyto příspěvky z roku 2023:

- novinky: Markéta Krchová: Kontakt dětí z dětských domovů s rodinou je pro jejich budoucnost důležitý (721 zobrazení),
- podcast Divokej západ o pěstounské péči (634 zobrazení),
- dokumentární seriál Plné hnízdo z Karlovarského kraje (606 zobrazení).

Nejčtenější statickou stránkou webu byla stejně jako v předchozích letech stránka Potřebujeme rodinu (<https://www.pestounskapecevk.kc.cz/index.php/potrebujeme-rodinu>). Jedná se o rubriku, kde KÚKK zveřejňoval anonymní informace o dětech, kterým se dlouhodobě nedařilo nalézt náhradní rodinu. V loňském roce však Karlovarský kraj uzavřel memorandum s Ministerstvem práce a sociálních věcí České republiky (dále jen „MPSV“) o zapojení se do realizace projektu „Standardizace procesu zabezpečení náhradní rodinné péče o děti“, v jehož rámci je uvedená problematika řešena profesionálněji a komplexněji prostřednictvím tzv. individuálních náborů. S ohledem na tuto skutečnost byla rubrika „Staňte se pěstounem“ nahrazena právě odkazem na stránky individuálních náborů [Děti do rodin • Rodinná síť \(rodinnasit.cz\)](https://www.rodinnasit.cz).

Je zřejmé, že návštěvnost webových stránek má sestupnou tendenci, nicméně v tomto případě nelze říci, že by šlo přímo o negativní jev. Již v předchozích letech byl web kampaně hodnocen jako statický prvek, kde zájemce může najít nejzákladnější informace k otázkám NRP, zejména pak kontakty na všechny aktéry podílející se na zpracování žádosti o NRP a odborného posuzování žadatelů. Stejně tak je patrné směřování většiny kampaňových aktivit do prostředí dynamičtějších sociálních sítí, zejména na Facebook (důvody jsou uvedeny v následující kapitole). Klesající trend je tedy touto aktivitou KÚKK vysvětlitelný. Jinými slovy je zřejmé, že veřejnost v roce 2023 pro informace o kampani častěji využívala sociální sítě, na jejichž zviditelnění se v tomto roce KÚKK zaměřoval.



Na druhou stranu je nutné na webovou stránku nezapomínat a pružně a aktivně ji propojovat s dynamickým děním na sociálních sítích. V tomto ohledu byl rok 2023 velmi komplikovaný, neboť správu sociálních sítí převzal externí subjekt (podrobnější informace viz dále). Mezi správci sociálních sítí a správcem webu docházelo k prodlení při výměně podstatných informací, a to i přes veškeré úsilí koordinátora kampaně, kterého KÚKK získal 1. 3. 2023, ovšem rovněž pouze na dohodu o provedení práce.

Závěr:

Webové stránky kampaně byly v roce 2023 spravovány řádně, v souladu s plánem. Pro následující rok bude nutné usilovat o propojení správy webu se správou dalších sociálních sítí kampaně, ale také sociálních sítí samotného kraje. V tomto ohledu se jeví jako nejlepší řešení zajištění správy webu i sociálních sítí jedním pracovníkem se zkušenostmi jak z oblasti NRP, tak z oblasti marketingu.

III. Facebook

Popis aktivity:

Facebookový profil kampaně byl založen již v roce 2015. Facebook byl v předchozích letech opakovaně vyhodnocován jako nosný informační kanál, jehož prostřednictvím lze úspěšně oslovovat cílovou skupinu. Tuto skutečnost pravidelně ověřujeme prostřednictvím marketingových specialistů. Přestože Facebook obecně ztrácí na popularitě, naše cílová skupina jej nadále využívá. K modernějším sociálním sítím přecházejí mladší uživatelé. S ohledem na popsany trend je však nutné situaci nadále sledovat a začít komunikovat i s touto skupinou uživatelů, která se brzo stane naší cílovou skupinou.

V rámci facebookového profilu kampaně jsou zveřejňovány pozvánky na akce podporující rozvoj pěstounské péče, zajímavé články z médií s problematikou NRP apod. Profil je rovněž využíván k zodpovídání dotazů veřejnosti k problematice pěstounské péče. Dále jsou zde zveřejňovány webináře a on-line přednášky k tématům z oblasti pěstounské péče a je využíván na placenou reklamu se zaměřením na cílovou skupinu kampaně.

Hodnocení:

Facebook je stále stěžejním komunikačním prostředkem, který dokáže velmi operativně reagovat na aktuální situace v oblasti NRP. Stále platí, že i nejvíce dotazů a reakcí pochází z této sociální sítě. Na rok 2023 byly pro oblast Facebooku naplánovány následující aktivity:

- aktuality a autorské příspěvky (příběhy s fotkou, krátká videa atd.),



- supervize sociálních sítí a pomoc s rozšiřováním dosahu se zaměřením na cílovou skupinu kampaně,
- moderování diskuse u příspěvků a zodpovídání dotazů,
- webináře (on-line přednášky) k často diskutovaným tématům z oblasti pěstounské péče společně s odborníky v tématech NRP,
- tvorba reklamních bannerů pro online propagaci,
- tvorba banneru – pozadí pro webináře.

Aktuality a autorské příspěvky se podařilo v rámci možností naplňovat. Bylo zveřejněno 81 příspěvků, což je průměrně každé čtyři dny jeden příspěvek, přičemž sledovanost příspěvků byla obecně mnohem vyšší, než v roce 2022. Největší dosah byl zaznamenán u následujících příspěvků:

- rozhovor s pěstouny Kotlárovými (18,8 tis. a 39 reakcí),
- on-line seminář s PhDr. Jakubem Onderem Ph.D. (13,1 tis. a 132 reakcí),
- rozhovor s pěstounkou paní Novákovou (7,8 tis. a 43 reakcí),
- týden pěstounství právě započal (5,2 tis. a 36 reakcí),
- pozvánka na rodinnou konferenci (4,9 tis. a 27 reakcí).

Supervizi sociálních sítí a pomoc s rozšiřováním dosahu se podařilo naplnit až v závěru hodnoceného roku. Počátek roku 2023 byl věnován zpracování hodnocení kampaně za rok 2022 a tvorbě plánu na rok 2023. V tomto období zcela chybělo personální zajištění kampaně. Po získání koordinátora kampaně, byl jen na velmi malou část pracovního poměru, bylo nutné s ohledem na předchozí vyhodnocení zpracovat podklady pro vyhlášení veřejné zakázky prostřednictvím dynamického nákupního systému, díky kterému mohla být marketingová část aktivit převzata externím subjektem. Následovalo období, ve kterém bylo nutné zkoordinovat všechny aktéry kampaně – správce webu, pracovníky oddělení OSPOD KÚKK, pracovní skupiny ke kampaním v rámci projektu MPSV, lektory, tvář kampaně a zejména dodavatele poptávaných marketingových aktivit kampaně – ZKTV Production s.r.o. S posledně jmenovanými bylo nutné realizovat mnoho setkání k účelu kampaně a jejím specifickým potřebám. Tyto okolnosti znamenaly faktické omezení kampaňových aktivit do září 2023. Následovala příprava na týden pěstounství. K zajištění pro kampaň tolik potřebných marketingových specialistů tedy došlo na úkor kontinuity kampaňových aktivit ve smyslu přerušení kampaně z procesních důvodů.



Po překonání pospaného období však kampaň na Facebooku zaznamenala výrazný obrat k lepšímu:

- Návštěvy facebookové stránky

Termínem „návštěvy“ je míněno, kolikrát někdo navštívil facebookový profil. V roce 2023 bylo uskutečněno 6 910 takových návštěv, což je **o 400 % více, než v roce 2022.**



- Dosah facebookové stránky

V tomto případě jde o počet osob, které si prohlédly obsah na facebookovém profilu (příspěvky, příběhy, reklamy, sociální kontext od lidí, kteří na stránku reagovali apod.). Dosah facebookové stránky se na rozdíl od zobrazení liší v tom, že se do něj nezapočítává více zhlédnutí jedním uživatelem. V roce 2023 byl dosah Facebookové stránky kampaně 56 969, což je **o 9 % více, než v roce 2022.** Pozitivní zprávou je, že většina dosahu je organického typu (tj. dosah bez placené distribuce).



- Statistika „To se mi líbí“

Facebooková stránka zaznamenala 135 nových označení „To se mi líbí stránky“, což je **o 38 více, než v roce 2022.** Celkem má facebookový profil kampaně 2 681 fanoušků („To se mi líbí stránky“).



- Typický fanoušek

Typickým fanouškem facebookového profilu kampaně zůstává žena (92,8 %) ve věku mezi 35 – 54 lety, nejčastěji z Karlových Varů, případně Sokolova či Chebu. Tento jev se pravděpodobně odráží na tom, jací zájemci následně dospějí až k podání žádosti o zařazení do evidence vhodných pěstounů, viz kapitola „Statistické údaje v oblasti evidence žadatelů“.

- Placené reklamy

Dle současných metod zobrazení příspěvků je nesponzorovaný příspěvek téměř neviditelný, propadá se mezi nesponzorované příspěvky a nezobrazuje se cílové skupině. V roce 2023 byla vynaložená částka na placené reklamy ve výši 9.179,80 Kč. Počet zobrazení (kolikrát se reklamy zobrazily na displeji) činil 308.810, což je **oproti roku 2022 nárůst o 51,6 %.**



Naplánované aktivity v oblasti moderování diskuse u příspěvků a zodpovídání dotazů se však ani v roce 2023 nedařily uspokojivě realizovat, a to zejména s ohledem na výše popsanou situaci v oblasti personálního zajištění kampaně.

Webináře

Podařilo se také zajistit tvorbu banneru jako pozadí pro online vysílání webinářů.

V roce 2023 došlo k dlouhému výpadku kampaně z důvodů uvedených v hodnocení, které nebylo možné ovlivnit, proto se podařilo uskutečnit pouze jeden webinář z plánovaných čtyř.

Spolupráce s ZKTV Production s.r.o přinesla mimo úspěchu při šíření informací prostřednictvím sociálních sítí i výhodu v podobě výroby reklamních **bannerů pro online propagaci**, čímž došlo k úspoře nákladů na tuto činnost v rámci rozpočtu KÚKK.

Závěr:

V této oblasti zůstává plán nenaplněný pouze v případě zajištění moderování diskuse u příspěvků a zodpovídání dotazů na Facebooku. Zároveň se ze 4 plánovaných webinářů podařilo uskutečnit pouze jeden. Těmto aktivitám je určitě nutné se věnovat i v dalších letech, nicméně nejedná se o aktivity v této oblasti stěžejní. Naopak se ukazuje řada dalších příležitostí ke zlepšení. Je nutné pokračovat v nastaveném trendu masivního sdílení a placené reklamy mířené na cílovou skupinu kampaně, tedy i v tvorbě adekvátního obsahu zejména pro účely uveřejňování na sociálních sítích. Za tímto účelem je nutné zajistit kontinuální průběh kampaně, proto je nadále nutné hledat řešení pro jednotnou správu, a to pro delší časový úsek, než jeden rok. Již nyní je zřejmé, že každoroční vypisování veřejné zakázky na externího dodavatele marketingových služeb je pro účely kampaně neefektivní. Vzhledem k tomu, že jde o prioritní informační kanál, musí být zabezpečení jeho chodu rovněž vnímáno prioritně.

IV. Tvář kampaně

Popis aktivity:

Plán obsahoval cíl zajistit aktivní zapojení tváře kampaně do realizace jednotlivých aktivit. Tvář kampaně je již několik let tanečník a herec Jan Onder, který pochází z Karlovarského kraje a jeho bratr Jakub Onder zajišťuje pro KÚKK psychologická posouzení žadatelů o NRP. Tato aktivita byla do plánu vložena s ohledem na mnohem větší možnosti, které tato pozice nabízí.



Hodnocení:

V této oblasti se v roce 2023 podařilo spolupráci s Janem Oderem skutečně prohloubit.

V roce 2023 konkrétně:

- provázel rodinnou konferencí a konzultačním dnem pro výkon pěstounské péče, včetně předávání drobných dáreků stávajícím pěstounům Karlovarského kraje dne 13. 10. 2023,
- moderoval rozhovory se stávajícími pěstouny Karlovarského kraje ve video příbězích pěstounů v rámci týdne pěstounství,
- realizoval virtuální pozvánky široké veřejnosti na jednotlivé aktivity týdne pěstounství prostřednictvím vlastních sociálních sítí,
- společně s bratrem Jakubem natočil sérii krátkých videí nejčastějších otázek a odpovědí v tématech pěstounské péče určené pro sociální síť,
- namluvil zvukový spot pro účely rozhlasového vysílání k propagaci rodinné konference.

Závěr:

V tomto bodu je možné považovat plán za splněný, tvář kampaně byla zapojena do kampaňových aktivit ve větším rozsahu, než v předchozích letech. Přesto i zde je potenciál pro zlepšování. Pro následující rok bude další vhodné možnosti zapojení tváře kampaně konzultovat s marketingovými speciality.

V. Inzerce

Popis aktivity:

Inzerčí míníme šíření veškerých informačních materiálů, ať již tištěných či elektronických, a dále reklamních předmětů. Plán v této oblasti zahrnoval výrobu nových fotografií v rámci putovní výstavy, zajištění vhodných prostor pro výstavu, výběr vhodných regionálních médií pro umístění reklamních článků, přiložených informačních letáků a plakátů a rozhlasové vysílání.

Hodnocení:

Distribuce elektronických informačních materiálů

Rozhlasové spoty:

- V roce 2023 byl vysílán 1 rozhlasový spot jako upoutávka na týden pěstounství. Tvorba reklamního spotu a zajištění vysílání bylo součástí smlouvy s výše popsaným externím dodavatelem ZKTV Production s.r.o.



- V předvánočním čase byl vysílán ještě jeden rozhlasový spot, který byl natočen již v předchozích letech. Jedná se o univerzální spot odkazující na potřebu dlouhodobých pěstounů pro děti z Karlovarského kraje a na webovou stránku kampaně, bez nutnosti přetáčení v důsledku běhu času. Radiový spot byl vysílán v době od 1.12.2023 do 13.12.2023 na stanicích Hitrádio FM Plus a Radio Blaník a v tomto čase byl odvysílán celkem 184x. Cena za vysílání činila 48. 996 Kč.

Videospoty:

Videospoty, k jejichž užívání dostal KÚKK svolení od autora, Nadačního fondu J&T (dnes Nadace J&T), se staly v roce 2017 trvalou součástí úvodní stránky webu „pěstounská péče v KK“ a jsou trvale umístěny také na facebookové stránce kampaně. K jejich cílené distribuci, např. na led obrazovkách v centrech



měst, v obchodních řetězcích, případně v MHD, v roce 2023 však s ohledem na časové, personální a zejména finanční možnosti kampaně opět nedošlo. Značná část finančních prostředků byla přesunuta na neplánované natáčení pokračování dokumentárního pořadu České televize k problematice NRP s názvem „Plné hnízdo II.“ (dále jen „Plné hnízdo“).

Elektronická brožura:

Brožura nebyla specifickými způsoby distribuována, nicméně je trvale umístěna na webu kampaně, některých OSPOD ORP a provázejících organizací. Počet stažení, bohužel, aktuálně nelze dohledat s ohledem na nevyhovující technické parametry stávající webové stránky kampaně a na nemožnost vstupovat do správy příspěvků ze strany pracovníků OSPOD ORP.

Tištěná média:

V červnu 2023 byl v Krajských listech otištěn článek s informacemi o výši dávek pěstounské péče vyplácených Úřadem práce ČR. Také obsahoval odkaz na dotazník „Kdy se stanete pěstounem“, který mapoval motivaci zájemců o pěstounskou péči. V září 2023 byl pak na facebookovém profilu a webových stránkách KÚKK otisknut leták na Rodinnou konferenci.

V prosinci 2023 byl v Krajských listech otištěn článek o průběhu týdne pěstounství a Rodinné konference.



Koncem roku 2023 se podařilo vytipovat vhodná regionální tištěná média pro umístění reklamních inzerátů. Vzhledem k finanční nákladnosti této aktivity bude její realizace plánována na další roky, ideálně ve spolupráci s obcemi Karlovarského kraje.

V rámci Rodinné konference byly v Císařských lázních k dispozici také tištěné informační letáky. Zájem však o ně byl mizivý. Obecně lze konstatovat, že zájem o tištěné materiály nadále klesá a pozornost se přesouvá na sociální sítě.

Putovní výstava:

Výroba nových fotografií v rámci putovní výstavy a zajištění vhodných prostor pro výstavu byla realizována rovněž dodavatelsky společností ZKTV Production s.r.o. V roce 2023 tak vznikla série nových výstavních panelů s velmi vkusně a citlivě zpracovaným tématem pěstounství. Nové fotografie byly poprvé vystaveny v rámci týdne pěstounství na Rodinné konferenci v Císařských lázních. Výstava byla následně přesunuta do prostor Obchodního centra Varyáda v Karlových Varech, kde bylo možné jí shlédnout od 13. 10. 2023 do 3. 11. 2023.

Závěr:

Plán byl v tomto ohledu naplněn. Do plánu bude vhodné znovu zahrnout zejména rozhlasové vysílání a provázanější spolupráci OSPOD ORP pro zajištění masivního šíření všech typů informačního materiálu, který má KÚKK k dispozici.

VI. Sběr dat k vyhodnocení plánu aktivit

Popis aktivity:

Plán na rok 2023 obsahoval opakované upozorňování OSPOD ORP a provázející organizace k vyplňování „Dotazníku po konzultaci se zájemcem“. Jedná se o elektronický dotazník určený pro výše uvedené instituce, které mají bezprostředně po kontaktu s novým zájemcem o NRP tento dotazník vyplnit. Dále plán zahrnoval požadavek na sběr dat také prostřednictvím zpětnovazebních dotazníků od účastníků přípravného kurzu žadatelů o NRP, který pro KÚKK zajišťují Poradny pro rodinu, manželství a mezilidské vztahy v Sokolově a Karlových Varech.

Hodnocení:

Cílem vyplňování dotazníků je získání alespoň některých měřitelných dat v oblasti kampaně, zejména s ohledem na další směřování kampaně. Statistická data získaná prostřednictvím obou dotazníků jsou zhodnocena v kapitole „Sledování efektivity



kampaně“. Tento bod plánu se zaměřoval pouze na nutnost opakovaných žádostí ve vztahu k OSPOD ORP, provázejících organizací a rodinných poraden, jejichž aktivita v této oblasti není automatická.

V rámci KÚKK bylo dohodnuto, že se této aktivitě bude kontinuálně věnovat projektový pracovník oddělení OSPOD KÚKK, který byl přijat v březnu 2023 na pozici průvodce náhradních rodičů. V průběhu roku 2023 byla důležitost vyplňování elektronického dotazníku OSPOD ORP a provázejícím organizacím připomenuta celkem 4x.

Projektový pracovník zároveň převzal odpovědnost za sběr dotazníků od účastníků přípravného kurzu, neboť je s nimi v průběžném osobním kontaktu a může tak zajistit spolehlivou návratnost dotazníků od všech účastníků kurzu.

Dotazníkový systém sběru dat v rámci informační kampaně velmi zaujal pracovníky MPSV, kteří v roce 2023 požádali zástupce KÚKK o jeho prezentaci v rámci celorepublikového setkání k realizaci kampaňových aktivit. Na základě prezentovaných zkušeností z našeho kraje zpracovali zástupci MPSV obdobný dotazník a předávají jej ostatním krajům jako příklad dobré praxe.

Závěr:

V tomto ohledu byl plán zcela naplněn. Aktivitu je vhodné zahrnout do plánu na následující rok, neboť se jedná o jednu z mála možností k získávání skutečných dat týkajících se kampaně. Nadále je nutné prostřednictvím jednoho pracovníka z řad KÚKK opakovaně připomínat důležitost vyplňování elektronického dotazníku OSPOD ORP a provázejícím organizacím. Stejně tak je nezbytné, aby byl z jednoho místa řízen sběr fyzických dotazníků od účastníků přípravného kurzu.

VII. Krabičky do života

Popis aktivity:

Od roku 2018 Karlovarský kraj předává nově narozeným dětem s trvalým pobytem v Karlovarském kraji, o které rodiče nemohou z nejrůznějších důvodů pečovat, tzv. „Krabičku do života“. Obsah krabiček je přizpůsoben potřebám dětí v oblasti utváření jejich identity. Všichni, kdo takové dítě přebírají do péče, tj. nejčastěji dlouhodobí pěstouni a pěstouni na přechodnou dobu (dále jen „PPPD“), využívají obsahu krabičky k tomu, aby zaznamenali první roky života dítěte.



Plán na rok 2023 obsahoval zajištění obsahu dostatečného množství Krabiček do života, výrobu a distribuci Krabiček do života pro všechny děti přecházející do NRP, včetně vydefinování specifických potřeb pro starší děti přecházející do NRP a úpravy obsahu těchto krabiček.

Hodnocení:

V roce 2023 se podařilo zajistit vhodnou „knihu života“ pro větší děti, která obsahuje některé údaje odlišné od „knihy života“ pro nejmenší děti. Dále se podařilo naplnit 15 Krabiček do života pro novorozené děti a 15 Krabiček do života pro starší děti.

Závěr:

V tomto ohledu nejde o aktivitu kampaně ve smyslu snahy o příliv nových pěstounů, ale spíše o podporu stávajících pěstounů, včetně PPPD. Tato aktivita má zejména pomoci samotným dětem v oblasti identity, jak je uvedeno výše a usnadnit tedy práci s dětmi již pečujícími pěstounům. S ohledem na nedostatečnou zásobu krabiček, kdy je pouze do PPPD ročně umísťováno zhruba 30 dětí, bude nutné aktivitu do plánu zahrnovat pravidelně.

VIII. Řízení kampaně

Popis aktivity:

Plán na rok 2023 obsahoval požadavek na koncepčnější řízení kampaně (vydefinování potřeb a možností) a posílení lidských zdrojů při realizaci kampaně, případně její předání externímu subjektu.

Hodnocení:

Kampaň se od jejího počátku potýká s nedostatečným personálním zajištěním, což má jednoznačně dopady na její výsledky. Kampaň je řízena z oddělení OSPOD KÚKK a její směřování a koncepční řízení zajišťuje vedoucí tohoto oddělení, což ovšem s ohledem na značné pracovní vytížení pro kampaň znamená malou pružnost.

Z tohoto důvodu byla v březnu 2023 znovu obnovena pozice koordinátora kampaně, nicméně pouze v režimu dohody o provedení práce, jak již bylo uvedeno výše. Tato pozice byla již v rámci oddělení zřízena, dokonce v režimu částečného pracovního úvazku, nicméně s ohledem na personální restrukturalizaci oddělení byla tato pozice v roce 2022



zrušena. S ohledem na objem práce koordinátora se však ukazuje, že částečné zajištění prostřednictvím dohody o provedení práce je nedostatečné.

Kromě problematiky zajištění dostatečné personální kapacity je však nutné řešit také odbornost koordinátora, který by měl být specialistou nejenom v oblasti NRP, ale také v oblasti marketingu, což velmi limituje možnost nalezení skutečně vhodného koordinátora.

S ohledem na tento fakt bylo v roce 2023 přistoupeno k předání marketingové části kampaně externímu subjektu (výše popsané vyhlášení veřejné zakázky na dodavatele marketingových aktivit kampaně prostřednictvím dynamického nákupního systému Karlovarského kraje, kterým se stala společnost ZKTV Production s.r.o.).

V důsledku složitého procesu při vyhlásování veřejné zakázky však došlo k faktickému předání kampaně až v polovině roku. Následovalo období, ve kterém bylo nutné zkoordinovat všechny aktéry kampaně – správce webu, pracovníky oddělení OSPOD KÚKK, pracovní skupiny ke kampaním v rámci projektu MPSV, lektory, tvář kampaně a zejména dodavatele poptávaných marketingových aktivit kampaně – ZKTV Production s.r.o. S posledně jmenovanými bylo nutné realizovat mnoho setkání k účelu kampaně a jejím specifickým potřebám. Tyto okolnosti znamenaly faktické omezení kampaňových aktivit do září 2023. Následovala příprava na týden pěstounství. K zajištění pro kampaň tolik potřebných marketingových specialistů tedy došlo na úkor kontinuity kampaňových aktivit ve smyslu přerušování kampaně z procesních důvodů.

Po zapojení ZKTV Production s.r.o do marketingových aktivit zaznamenala kampaň sice podstatný nárůst sledování příspěvků na sociálních sítích, nicméně došlo k extrémnímu navýšení nutnosti koordinace aktivit všech výše uvedených aktérů kampaně, což nebylo možné v režimu dohody o provedení práce zvládnout a některé aktivity se tak přesouvaly na další pracovníky oddělení OSPOD KÚKK, případně nebylo možné je splnit. Externí dodavatel je navíc finančně velmi nákladnou variantou a celoroční zajištění marketingových aktivit tímto způsobem je nad možnosti finančního rozpočtu kampaně.

Závěr:

Bylo vyvinuto maximální úsilí k naplnění plánu v tomto bodě. Nicméně i přes veškerou snahu nelze říci, že je řízení kampaně zajištěno jak z hlediska dostatečného počtu, tak z hlediska dostatečné odbornosti pracovníků. Za tímto účelem bude do následujícího



plánu zahrnut požadavek na vyjednávání o personálním posílení řízení kampaně, s ohledem na finanční nákladnost ideálně z řad jiných odborů KÚKK, přičemž tato aktivita musí být s ohledem na blížící se zákaz umístování dětí do 4 (7) let do pobytových zařízení naprostou prioritou kampaně.

IX. Spolupráce s OSPOD ORP, ostatními organizacemi uzavírajícími dohody o výkonu pěstounské péče a stávajícími pěstouny

Popis aktivity:

Plán předpokládal zajištění aktivního zapojení OSPOD ORP a spolupracujících organizací do realizace jednotlivých aktivit a definování možností k využití šíření myšlenek kampaně prostřednictvím stávajících pěstounů.

Hodnocení:

V roce 2023 byla vyvíjena snaha o vyšší míru zapojení jednak OSPOD ORP a provázejících organizací do kampaně. S ohledem na již zmiňované nedostatečné personální zajištění kampaně byla tato aktivita směřována pouze do pobízení těchto subjektů k vyplňování dotazníků po konzultaci se zájemci, případně k propagaci informačních letáčků prostřednictvím lokálních deníků, zejména v rámci týdne pěstounství.

Je pravdou, že fyzické informační letáky kampaně jsou již součástí všech prostor jednotlivých OSPOD ORP a provázejících organizací, nicméně samostatná aktivita těchto subjektů není v praxi pozorována. S ohledem na tento fakt a zároveň s ohledem na nově připravovanou legislativu v oblasti zákazu umístování dětí do 4(7) let do pobytových zařízení, byla v závěru roku avizována na metodické poradě pro pracovníky OSPOD ORP samostatná porada k nutnosti naplnění zákonných povinností OSPOD ORP při vyhledávání osob vhodných stát se náhradními rodiči, která je naplánovaná na první měsíce roku 2024. V rámci této porady budou zmapovány dosavadní aktivity OSPOD ORP a bude dohodnuta konkrétní podoba zapojení se do probíhající kampaně.

Provázející organizace realizující své činnosti na území Karlovarského kraje mají většinou pověření k výkonu sociálně-právní ochrany dítěte v oblasti vyhledávání fyzických osob vhodných stát se osvojiteli nebo pěstouny a oznamovat je ORP, proto bude nutné se v roce 2023 zaměřit na zmapování těchto aktivit a na snahu o propojení uvedených aktivit s aktivitami „krajské kampaně“.



K otázce zapojení samotných pěstounů do kampaně je nutné nejprve uvést, že informace od samotných pěstounů byla v předchozích letech identifikována jako jeden z důležitých informačních kanálů (viz výstupy z analýzy zpětnovazebních dotazníků v kapitole „Sledování efektivity kampaně“). V této oblasti je rovněž nadále hledán optimální způsob využití. V letošním roce podpořili pěstouni kampaň jednak ochotou k video rozhovorům, dále pak k focení další série putovní výstavy a zejména k zodpovídání dotazů k výkonu PP v rámci Rodinné konference v Císařských lázních. Pro účely kampaně by však mohlo být využití stávajících pěstounů mnohem větší, proto bude vhodné tuto aktivitu v dalším plánu zachovat a rozvíjet.

Závěr:

Aktivita byla naplněna částečně. S ohledem na její potenciál se nadále doporučuje ponechat snahu o participaci dalších aktérů také do dalšího plánu. V roce 2024 je nutné zmapovat možnosti aktivní spolupráce, specifikovat konkrétní požadavky na spolupráci a tuto spolupráci aktivně zahájit.

X. Spolupráce s průvodcem zájemců o NRP

Popis aktivity:

Plán na rok 2023 obsahoval spolupráci s průvodcem zájemců ve smyslu sledování vývoje přístupu zájemců k jednotlivým typům péče. Cílem aktivity je zmapování důvodů, proč se zájemci dle výstupů z dotazníků po konzultaci se žadatelem zajímají více o pěstounskou péči, přičemž je každoročně přijímáno více žádostí o osvojení.

Hodnocení:

Pro účely této aktivity bylo využito nové pozice projektového pracovníka OSPOD KÚKK, který byl přijat v březnu 2023 a jehož primárním úkolem je podpora a zvyšování kvality žadatelů v procesu odborného posuzování od podání žádosti do adaptace přijatého dítěte v náhradní rodině. Z objektivního hlediska byla tato volba vhodná, průvodce pracuje se zájemci kontinuálně a má nejvíce příležitostí pro osobní rozhovory a pro zjišťování faktické motivace zájemcům pro určitý typ NRP.

Předpoklady využití potenciálu nově zřízeného místa však nebyly naplněny s ohledem na nutnost intenzivního zaučování přijatého pracovníka, který v době nástupu do pozice neměl žádné zkušenosti v oblasti NRP. Průvodce byl sice v roce 2023 postupně



propojován s kampaňovými aktivitami, nicméně v tomto roce nebylo možné dosáhnout plného propojení na analytické úrovni, které tato aktivita vyžaduje.

Závěr:

Přestože nebyl naplněn hlavní cíl této aktivity, bude s ohledem na její analytický potenciál vhodné v této aktivitě nadále pokračovat i v příštích letech.

XI. Obsah informační kampaně

Popis aktivity:

Plán na rok 2023 počítal s lepším zajištěním obsahu informační kampaně. Součástí kampaně by měla být také informovanost o možnostech pomoci pěstounům (odborná pomoc, provázející organizace, finanční ohodnocení atd.).

Hodnocení:

Aktivita byla zařazena do plánu na rok 2023 s ohledem na supervizní dotaz, který realizátoři kampaně opakovaně kladou jednak sobě, ale jednak příbuzným, známým i kolegům, tj.: „Co by mě/vás přimělo k tomu stát se pěstounem?“

Tato otázka byla mimo jiné sdílena také prostřednictvím článku v Krajských listech, kde byl umístěn odkaz na dotazník s názvem „Motivace k pěstounské péči“.

Tento dotazník vyplnilo 54 respondentů.

Jako motivační formu pomoci si respondenti nejčastěji zvolili kontakt na odborníka (32 respondenti), pomoc s hlídáním dětí a volnočasové aktivity pro děti (24 respondenti), dostupnější odbornou pomoc (21 respondent) a finanční podporu nad rámec finančních prostředků (2 respondenti).

Na základě všech dostupných odpovědí byly vydefinovány 4 oblasti, které se jeví pro motivaci k pěstounství jako nezbytné:

- finanční zajištění,
- podpora a pomoc ve chvílích, kdy to bude potřeba,
- zajištění dostatku prostoru pro odpočinek,
- práce musí dávat smysl.



V roce 2023 byl kladen důraz na šíření těchto témat především v rámci sociálních sítí. I přes skutečnost, že kampaň více než půl roku stagnovala, se dařilo se tyto obsahy vynášet na veřejnost, což ukazuje sledovanost jednotlivých příspěvků.

Závěr:

Vzhledem k tomu, že tato oblast je pro obsah kampaně klíčová, bude vhodné ji do plánů aktivit zahrnovat opakovaně.

XIII. Co se podařilo a nebylo v plánu

XIII.1 Plné hnízdo

Popis aktivity:

V rámci jednání Komise Rady Asociace krajů České republiky pro sociální věci (dále jen "komise") byl členům komise v lednu 2022 představen projekt ČT s pracovním názvem "Plné hnízdo". ČT navrhla natočení dokumentárního televizního pořadu, který představí profesi pěstounství pohledem samotných pěstounů a podpoří tak další osoby k výkonu této profese. Záměrem představení projektu bylo zajištění spolupráce jednotlivých krajů a MPSV při výrobě tohoto pořadu, a to zejména prostřednictvím finanční spoluúčasti, ale také navržením konkrétních pěstounských rodin, které dle jednotlivých krajů vykonávají profesi pěstounství na vysoké úrovni. Tato aktivita měla výrazně napomoci realizaci kampaní na vyhledávání osob vhodných stát se pěstouny v rámci celé České republiky.

Záměr dokumentu je přiblížit široké veřejnosti problematiku pěstounství formou konkrétních lidských příběhů. Každý z dílů je věnován pěstounské rodině z jiného kraje, přičemž každá rodina se potýká s jinými problémy. Příběhy rodin a řešení rozdílné problematiky je v rámci dokumentu prokládáno názory odborníků pohybujících se v oblasti NRP. Pořad poukazuje na stěžejní témata NRP, která je ve společnosti nutné nadále otevírat a diskutovat. Jedná se zejména o téma identity dětí v NRP a jejich kontaktů s biologickou rodinou, téma etnicity, ale také téma poruch primární citové vazby, která se u dětí projevuje "poruchami chování". Tyto projevy dětí působí potíže nejenom samotným dětem, ale i jejich vychovatelům a jsou předmětem častých řešení komplikovaných vztahů např. ve školách, v dětských kolektivech apod. Dokumentární pořad může pomoci porozumět chování traumatizovaných dětí a přispět tak ke změně přístupu k těmto dětem i ze strany odborné veřejnosti. Dokumentární pořad je tedy svým zaměřením v souladu s kampaní.



Hodnocení:

Karlovarský kraj s návrhem ČT souhlasil. Na výrobě pořadu se podílel částkou 164.560 Kč včetně DPH, z rozpočtu kampaně na rok 2022. Vysílání první série započalo dne 1. 2. 2023. Poslední díl byl odvysílán dne 3. 5. 2023. Díl, na kterém se finančně podílel Karlovarský kraj a který představil pěstounku z KK, byl odvysílán jako šestý v řadě dne 8. 3. 2023. Upozornění na vysílání pořadu i konkrétního dílu probíhalo prostřednictvím sociálních sítí kampaně. Díl z Karlovarského kraje pak byl využit také v rámci Rodinné konference v Císařských lázních (viz kapitola k týdnu pěstounství).

Dne 17. 3. 2023 obdrželo vedení Karlovarského kraje žádost Mgr. Jakuba Třešňáka, vedoucího projektu "Plné hnízdo" o stanovisko Karlovarského kraje k opětovnému finančnímu zapojení kraje do uvedeného projektu, neboť ČT má zájem natočit druhou sérii dokumentu.

Karlovarský kraj uzavřel s ČT smlouvu o spolupráci i v tomto případě a na natáčení druhé řady dokumentárního pořadu se podílel částkou 242.000 Kč, včetně DPH, a to z rozpočtu kampaně na rok 2023, což znamenalo nutnost výrazné revize plánovaných aktivit.

Druhou sérii pořadu začne ČT vysílat od 4. 3. 2024. Konkrétní díl, na kterém se Karlovarský kraj finančně podílel, a ve kterém přiblíží svůj život zkušením dlouhodobí pěstouni mž. Fénešovi, bude odvysílán v pondělí 20. 5. 2024 ve 22:10 hod. na ČT1 a dále jej opět bude možné shlédnout v archivu vysílání ČT.

Dle informací ČT bylo vysílání celorepublikově úspěšné. K hodnocení sledovanosti první řady pořadu zaslala ČT samostatnou prezentaci, viz samostatná příloha hodnocení. Nicméně z tohoto dokumentu není možné zhodnotit přínos vysílání samostatně pro Karlovarský kraj. ČT sice na žádost KÚKK přislíbila zaslat tato regionální data zaslat, nicméně KÚKK dosud potřebné informace ze strany ČT neobdržel. Počet zájemců o NRP byl i po odvysílání pořadu stabilní, nedošlo ani k žádnému výraznému zvýšení zájmu o tuto problematiku na sociálních sítích.

Závěr:

S ohledem na finanční náročnost této aktivity, která odčerpává značnou část rozpočtu kampaně, přitom však nemá charakter prioritního způsobu oslovování budoucích náhradních rodičů tak, jak je definováno na základě opakovaných hodnocení, se nedoporučuje případné další zapojení do obdobných projektů.



XIII.2 Projekt MPSV

Popis aktivity:

V průběhu roku 2023 uzavřel Karlovarský kraj s MPSV Memorandum o spolupráci při realizaci systémového projektu „Standardizace procesu zabezpečení náhradní rodinné péče o děti“. Mezi klíčové aktivity projektu byly zařazeny také aktivity, jejichž cílem je posílit zájem o výkon NRP, jejichž cílem je posílit zájem o výkon NRP a sdílet dobrou praxi v poskytování NRP pro zájemce o NRP a další potenciální zájemce o zprostředkování NRP.

Hodnocení:

Klíčová aktivita byla spuštěna v posledním čtvrtletí roku 2023 prostřednictvím dvou pracovních setkání koordinátorů kampaně všech krajů. Pracovní setkání přinesla sdílení informací a dobré praxe mezi jednotlivými kraji a zejména bylo definováno, že klíčovým prvkem všech kampaní napříč republikou je stabilní a zkušený koordinátor. Pro Karlovarský kraj je to potvrzením, že je tato činnost obsahově velmi široká, časově náročná a není možné ji vykonávat v rámci malé části úvazku.

Závěr:

S ohledem na zapojení Karlovarského kraje do projektu prostřednictvím výše popsaného memoranda bude nezbytné v aktivitě pokračovat do ukončení projektu MPSV.



Sledování efektivity kampaně

I. Dotazník po konzultaci se zájemci o náhradní rodinnou péči

Popis:

Dotazník po konzultaci se zájemci (dále jen „dotazník“) byl vytvořen v roce 2016.

Dotazníkové šetření k PP v KK

Přihlaste se do Googlu, abyste mohli uložit dosavadní postup. Další informace

*Povinné pole

Uveďte název organizace *

V případě, že zvolíte možnost "Jiné", uveďte název organizace.

- OSPOD Aš
- OSPOD Cheb
- OSPOD Karlovy Vary
- OSPOD Kraslice
- OSPOD Mariánské Lázně
- OSPOD Ostrov
- OSPOD Sokolov
- Centrum pro dítě a rodinu Valíka, z.s.
- Náhradním rodinám, o.p.s.

Vyplnění dotazníku je na jednotlivých OSPOD ORP a provázejících organizacích. Tyto organizace přicházejí do styku se zájemci o NRP jako první. Vyplněný dotazník může poskytnout mnoho cenných informací k dalšímu cílení kampaně. Dotazník je vyplňován elektronicky a jeho vyplnění nezabere více než 5 min.

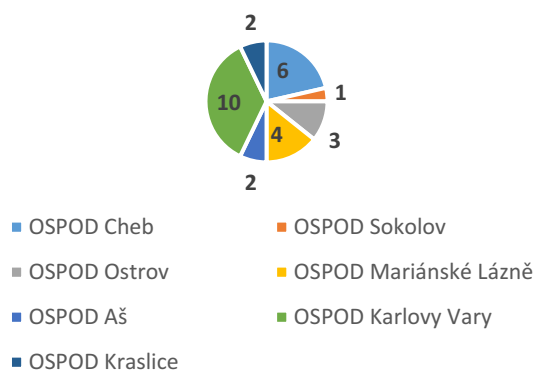
Hodnocení:

Grafy vložené níže znázorňují výsledky získané vyplňováním dotazníku uvedenými subjekty v roce 2023. Nejčastěji dotazník využil OSPOD Karlovy Vary, který v roce 2023 zaznamenal celkem 10 odpovědí. Následuje OSPOD Cheb se 6 odpověďmi, OSPOD Mariánské Lázně se 4 odpověďmi, OSPOD Sokolov vyplnil dotazník 3x a zbylé OSPOD Aš, Kraslice a Ostrov zaznamenaly po 2 odpovědích. V roce 2023 se zapojily provázející organizace celkem v 17 odpovědích. Dotazník vyplnila Dobrá rodina, o.p.s. 6x, Prima Vizus, o.p.s. 4x, SOS Dětské vesničky, z.s. 3x, „Dětský úsvit“, z.s. 2x a Služby pro rodiny, z.ú. společně s organizací Náhradním rodinám, o.p.s. 1x.

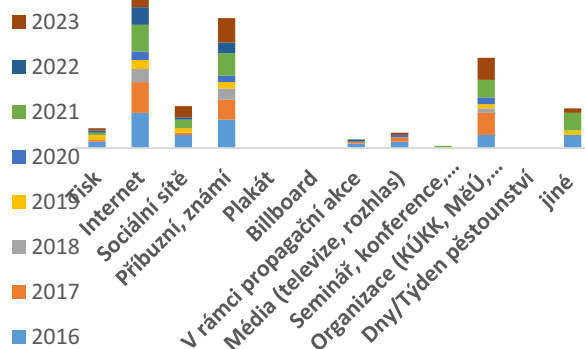


Nejcennější informací získávanou prostřednictvím dotazníku je informace o tom, kde zájemce získal prvotní informaci o NRP. Za rok 2023 byl nejčastěji uváděným zdrojem internet, včetně sociálních sítí. Na druhém místě byli jako zdroj uváděni příbuzní a známí.

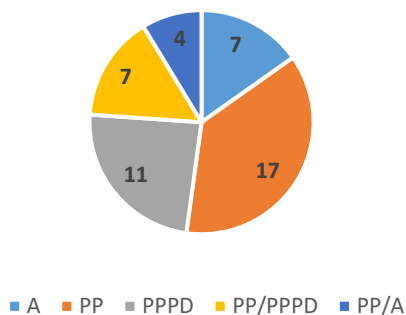
Počet záznamů jednotlivých organizací



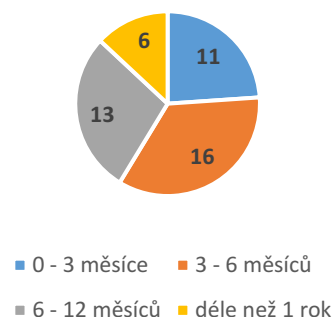
Kde získal zájemce prvotní informaci



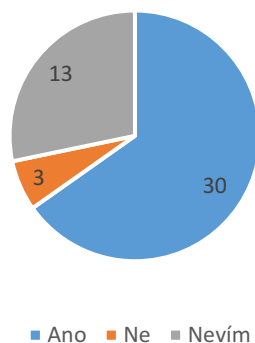
Typ péče, na který se přišli zájemci informovat



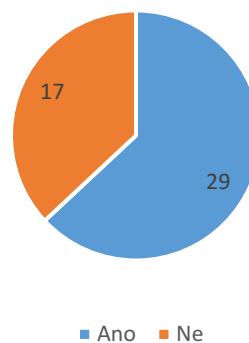
Jak dlouho se zájemci k podání žádosti rozhodovali



Dospěli zájemci k rozhodnutí stát se náhradním rodičem?



Zaznamenali zájemci kampaň "Staňte se pěstounem?"





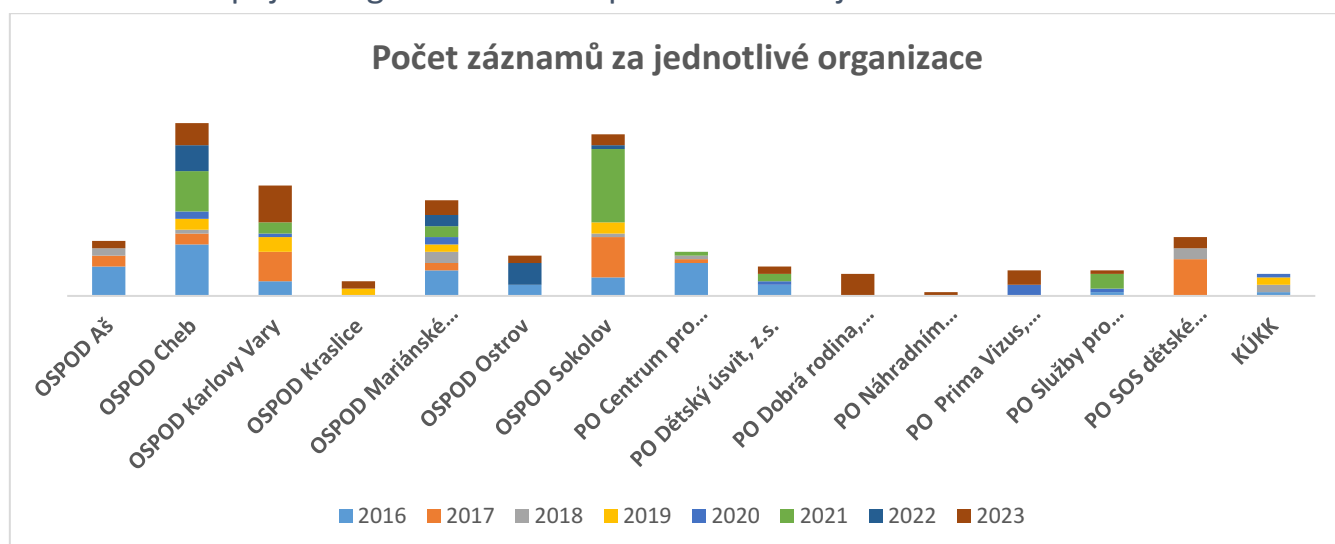
S ohledem na to, že data prostřednictvím dotazníku jsou získávána již několik let, je nutné sledovat také jejich vývoj. Za tímto účelem byla data za jednotlivé roky porovnána.



Záznamy v dotazníku vykazují nesourodá data. Výsledky však nelze interpretovat jako nezájem o konzultace k NRP. Může jít také o nízkou angažovanost jednotlivých organizací, které KÚKK o vyplňování dotazníku opakovaně žádá. Pravidelné připomínání nutnosti vyplňování dotazníků bylo zahrnuto do plánu na roku 2023, tento plán byl splněn - viz informace

v kapitole „Sběr dat k vyhodnocování plánu aktivit“, což se evidentně odrazilo také v navýšení počtu záznamů v dotazníku.

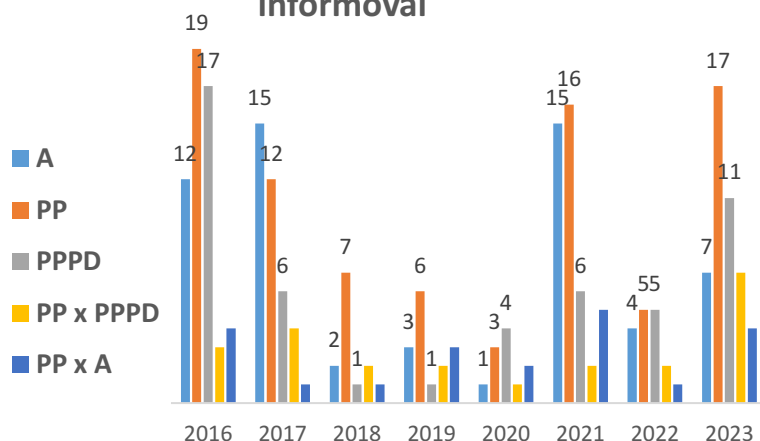
Nejméně aktivity po celou dobu sledování dat vykazují provázející organizace, přičemž zapojení právě těchto organizací do krajské kampaně by mělo pro kampaň velký význam. Tato aktivita se však dlouhodobě nedaří (viz kapitola „Sběr dat k vyhodnocování plánu aktivit“). Mezi organizacemi panuje spíše konkurenční prostředí, žádosti o aktivitu v této oblasti pojmají organizace individuálně. Je zde i nadále prostor pro vyvíjení dalších aktivit vedoucích k zapojení organizací do kampaně v následujících letech.



Zajímavé je také porovnání typu formy NRP, na který se zájemce přišel zeptat. Obecně nejvíce zájemců se totiž dotazuje na PP, konkrétně pak na dlouhodobou PP.



Typ pěce, na který se zájemce informoval

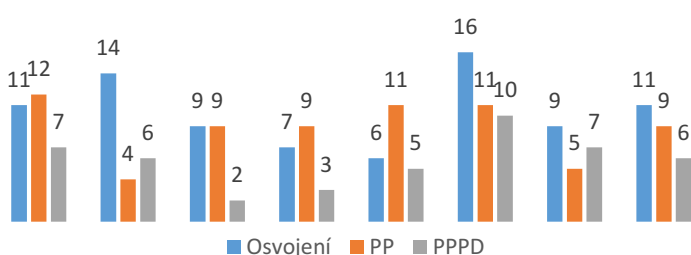


Typ pěce, na který se zájemce informoval (souhrn let 2016-2023)

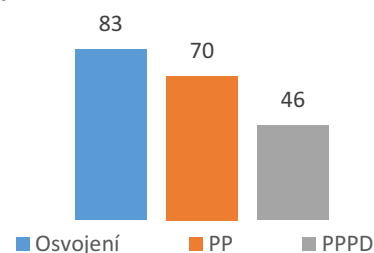


Data z grafu přijatých žádostí v porovnání s daty získanými z evidence KÚKK tento trend nepotvrzují. V následujícím grafu například vidíme, že v roce 2023 byl organizacemi zaznamenán nejvyšší počet zájemců, kteří se přišli informovat na PP. V součtu s počty zájemců, kteří se informovali na PPPD, se jednalo o velkou převahu nad zájemci o informace z oblasti osvojení. Ve stejném roce však bylo přijato nejvíce žádostí právě o osvojení. Sledování tohoto fenoménu bylo zahrnuto do plánu samostatně. Hodnocení sledování je popsáno v kapitole „Spolupráce s průvodcem zájemců o NRP“ výše.

Přijaté žádosti v jednotlivých letech



Počty žádostí dle typu pěce v letech 2016 - 2023



Informace o zdrojích, v jejichž rámci získal zájemce prvotní informace o NRP jsou každoročně vykazovány zhruba stejně. Jak je uvedeno výše, jde o nejcennější informaci zaznamenávanou dotazníkem ve vztahu k dalšímu směřování kampaně. Jak vidíme v následujícím grafu, internet a sociální sítě jsou v odpovědích zaznamenávány jednoznačně nejčastěji.

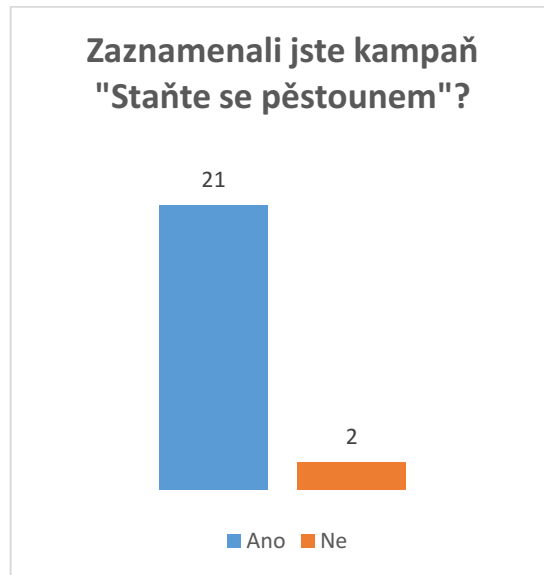
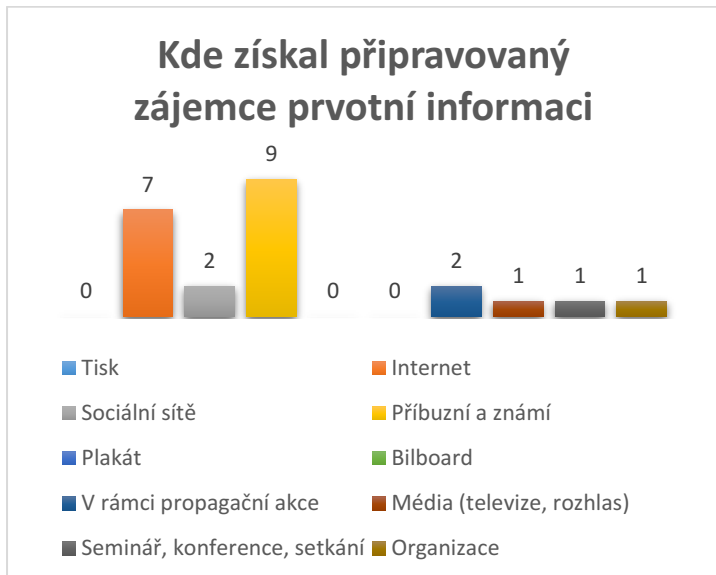


Zajímavým a nutno říci, že stále málo využívaným zdrojem, jsou příbuzní a známí zájemců o NPR.

II. Dotazník po přípravách žadatelů

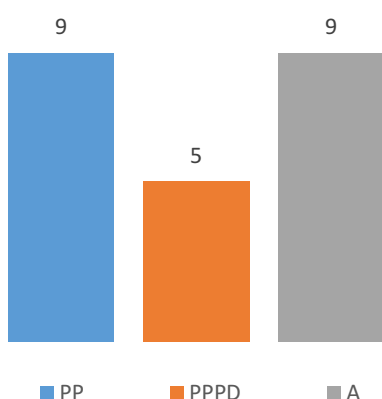
Pro značný přínos dotazníku po konzultacích se žadatelem přistoupil KÚKK v roce 2022 ke zjišťování dat vytvořením ještě jednoho dotazníku. První dotazník, který vyplňují zástupci spolupracujících institucí se vyplňuje o všech osobách, které se přijdou osobně informovat na NPR, ať již jsou pro podání žádosti rozhodnutí, či nikoliv. Dotazník po přípravách žadatelů zjišťuje obdobný rozsah informací, ale pouze od žadatelů, kteří již žádost podali a jsou v procesu odborného posuzování.

Jak bylo uvedeno výše, sběrem dotazníků od účastníků přípravného kurzu byl pověřen projektový pracovník OSPOD KÚKK – průvodce žadatelů, neboť právě on je s žadatelí v průběžném osobním kontaktu a může zajistit spolehlivou návratnost dotazníků od všech účastníků kurzu. Výstupy z dotazníků po přípravách žadatelů jsou zaznamenány v následujících grafech.

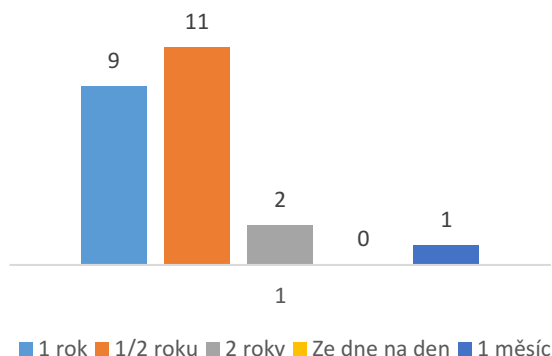




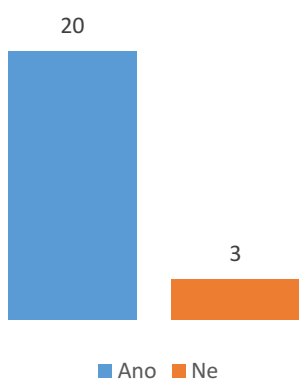
Forma NRP, pro kterou je zájemce připravován



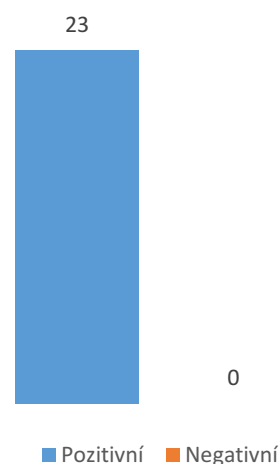
Jak dlouho se připravovaný zájemce rozhodoval, než podal žádost



Znáte někoho, kdo již vykonává NRP



Hodnocení příprav



Z těchto dat můžeme usuzovat, že výsledky odpovídají výsledkům dotazníků zájemců. Drobné odchylky v poměrech jednotlivých odpovědí můžeme připsat skutečnosti, že od vyplnění dotazníku zájemcem může uplynout více než jeden kalendářní rok k vyplnění dotazníku po přípravách. Obecně ale lze říci, že všechna data vykazují shodně prioritní výsledky (např. největší zájem je o dlouhodobou pěstounskou péči a osvojení, zájemci nejčastěji získávají informace z internetu a od příbuzných a známých).

Závěr:

Analýza dotazníků potvrzuje již výše uvedená doporučení k zacílení kampaňových aktivit do oblasti internetu. Pro příští plán je možné zamyslet se nad konkrétněji cílenými otázkami na online prostor, kde zájemci informace získávají (internet je široký pojem).



Zároveň zde opět vyplývá potřeba využití stávajících pěstounů k šíření informací a důležitost zapojení OSPOD ORP a provázejících organizací do probíhající kampaně.

III. Vstupy

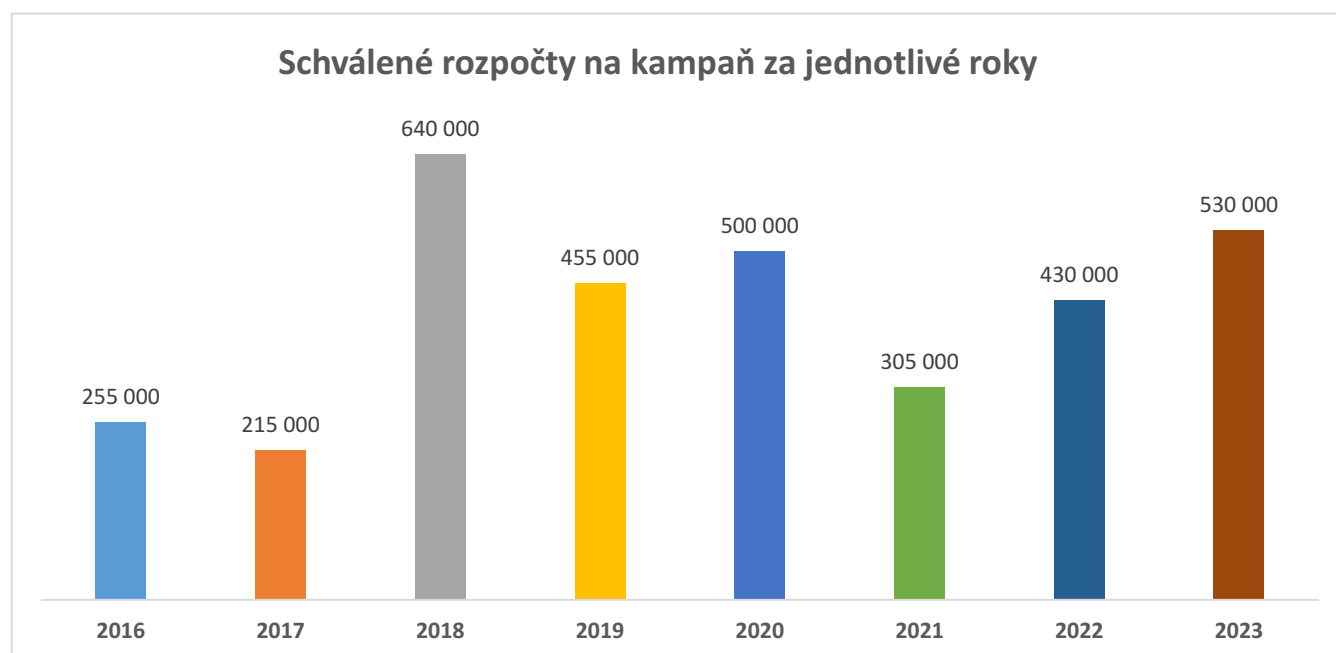
Pro kompletní zhodnocení kampaně je nutné hodnotit také vstupy, čili investice. Za vstupy pro účely kampaně považujeme zejména **vstupy finanční** a s nimi související **lidské zdroje**.

III.1 Finanční zdroje

Kampaň „Staňte se pěstounem“ je financována výhradně z rozpočtu Karlovarského kraje, respektive z rozpočtů jednotlivých odborů KÚKK, a to v návaznosti na §§ 1, 19a, 22 zákona č. 359/1999 Sb., o sociálně-právní ochraně dětí, ve znění pozdějších předpisů.

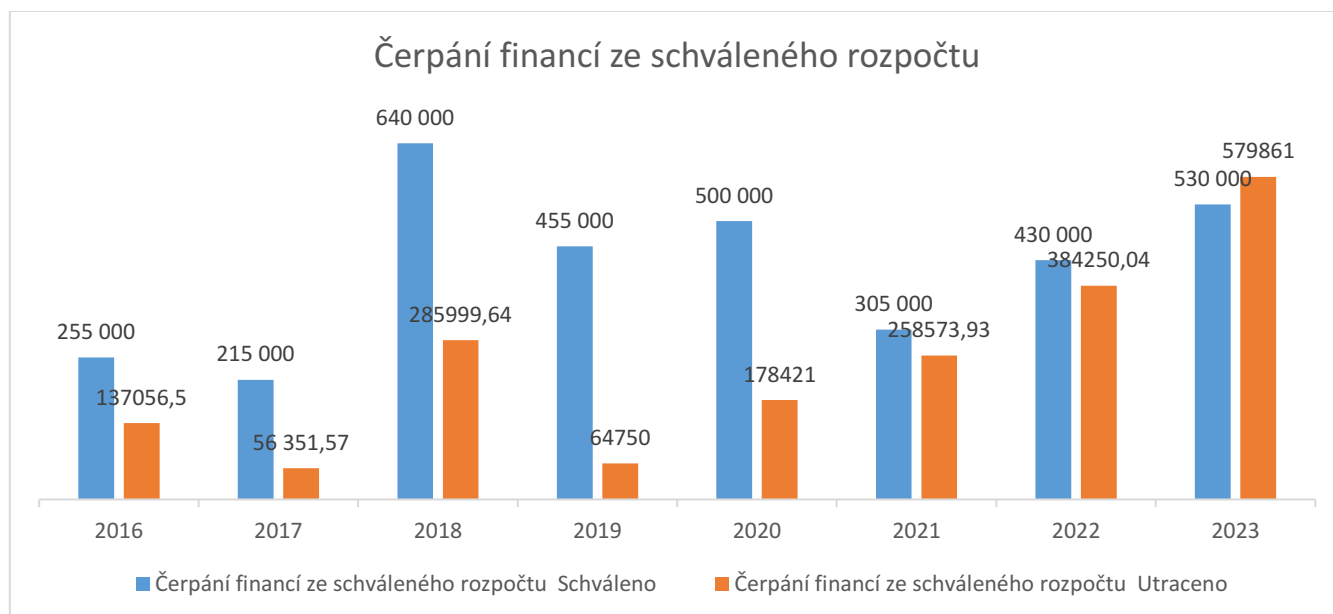
V úvodu hodnocení finančních vstupů uvádíme původní záměry výše finančních prostředků, které měly být v jednotlivých letech na realizaci kampaně použity. Na rok 2015 nebyla schvalována žádná samostatná částka pro účely kampaně.

V roce 2023 byl, s ohledem na další neplánované natáčení seriálu Plné hnízdo, které bylo ale v zájmu kampaně dobré podpořit, rozpočet navýšen o 100.000,- Kč z jiných zdrojů.





Následující tabulka a graf níže znázorňují, kolik finančních prostředků bylo v jednotlivých letech proti schváleným rozpočtům skutečně čerpáno.



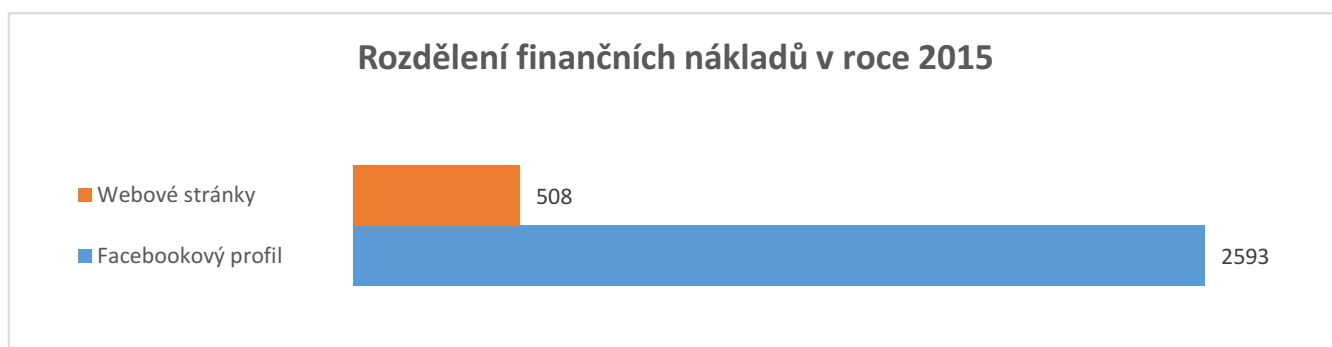
Z grafu vyplývá, že do roku 2020 se nedařilo finanční prostředky alokované na konkrétní aktivity v daném roce čerpat. Tato skutečnost nesouvisela se špatně odhadnutou výší finančních prostředků, které budou na daný rok potřeba. Naopak jednotlivé plány byly vždy připravovány velmi pečlivě, včetně finanční rozvahy. Problematickým prvkem bylo právě nedostatečné personální zajištění a složitost administrativních úkonů při schvalování a následném plnění plánu. Jak vidíme, tento trend se změnil až v roce 2021, kdy byla ovšem vynaložena značná částka z nízkého rozpočtu na větší společenskou akci, která zcela nespĺnila očekávání realizátorů. Stejně tak je nutné nahlížet na roky 2022 a 2023, kdy byly nejvyšší částky z rozpočtů vynaloženy na financování výroby dokumentárního pořadu Plné hnízdo. Jak už bylo popsáno výše, kampaň se nadále potýká s problematickým řízením a pro její efektivitu je nutné tento bod řešit přednostně.

Zde uvádíme přehled čerpání finančních prostředků z kampaně za jednotlivé roky od roku 2015. Na základě směřování finančních zdrojů do jednotlivých oblastí kampaně je možné vidět změny, které byly v rámci jednotlivých plánů realizovány v souvislosti se závěry vyhodnocení plánů předchozích let. Patrným trendem postupujícím rovněž celým hodnocením za rok 2023 je opakované zjištění, že stěžejním místem pro realizaci kampaně je online prostor.



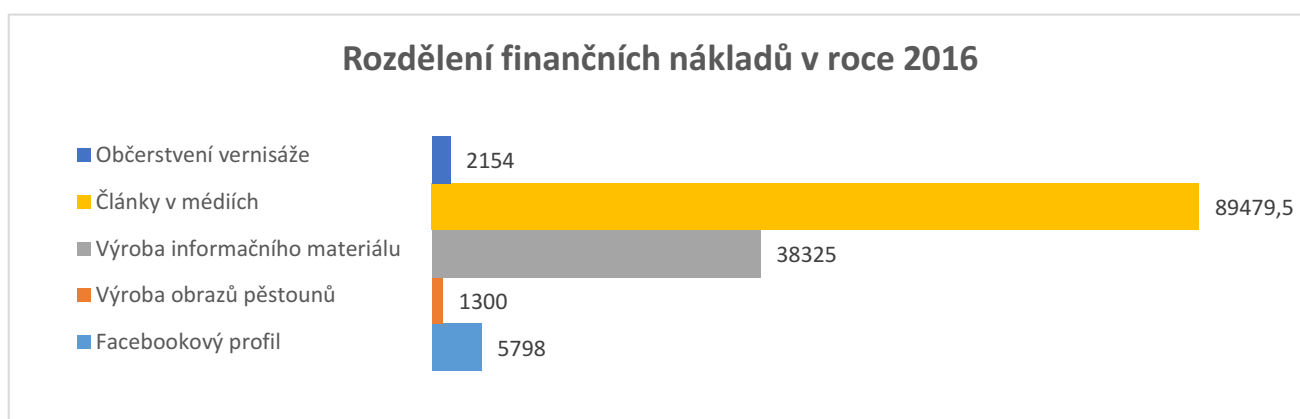
Komentář k finančním zdrojům v roce 2015

V roce 2015 byly finanční prostředky vynakládány výhradně k zajištění provozu webové a facebookové stránky kampaně. V tomto roce probíhala příprava k oficiálnímu zahájení kampaně, byl konstruován základní strategický dokument a byly připravovány tištěné materiály ke kampani. Tyto aktivity zajišťovali pracovníci KÚKK svépomocí. Finanční náklady tak byly minimální.



Komentář k finančním zdrojům v roce 2016

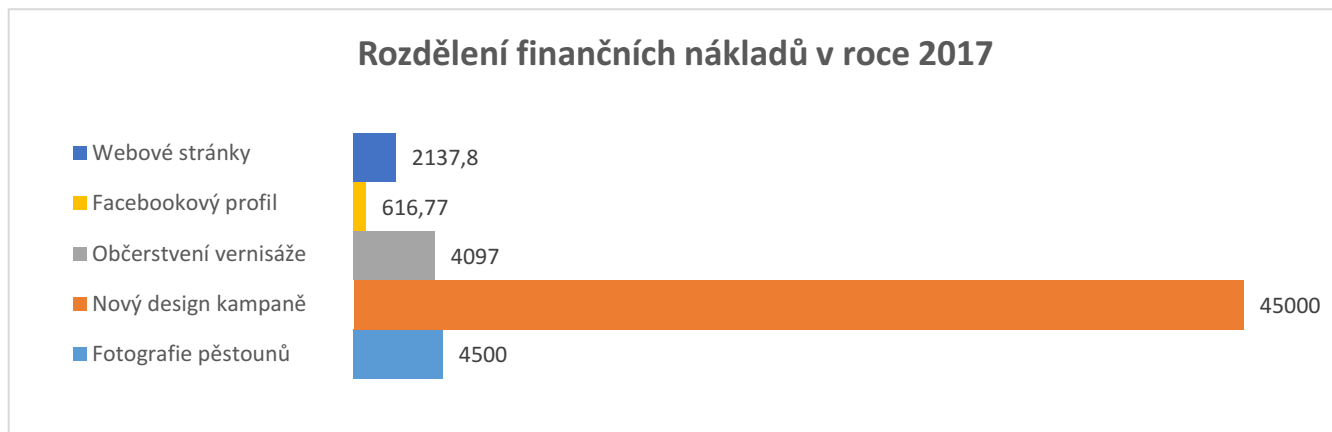
Kampaň byla v tomto roce zaměřená na medializaci prostřednictvím tisku. Je patrná vysoká nákladovost takového šíření, proto bylo od tohoto způsobu prezentace kampaně v roce 2017 upuštěno. Mnohem vyšší efekt za mnohem menší finanční obnos je spatřován v šíření myšlenky kampaně prostřednictvím facebookového profilu. Výrazným nákladem je v tomto roce tisk informačních materiálů připravovaných v předchozím roce. Jedná se o brožury, letáky apod. Tento náklad je opodstatněný, tištěné informační materiály byly využívány až do roku 2021.





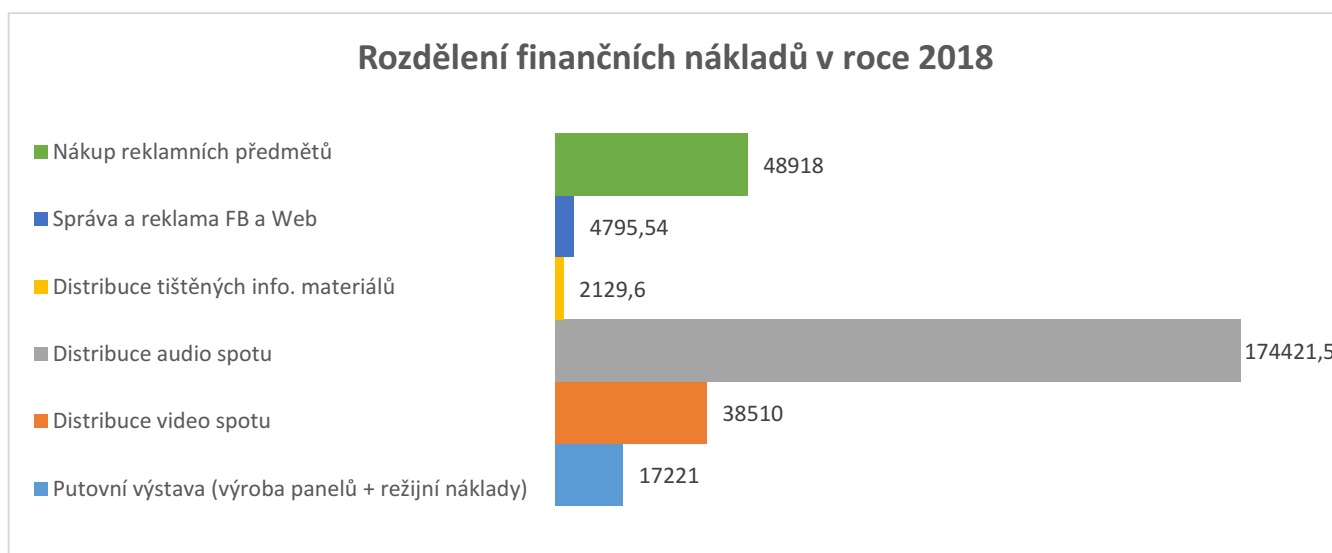
Komentář k finančním zdrojům v roce 2017

V roce 2017 došlo k útlumu kampaně. Z rozdělení finančních nákladů za rok 2017 je zřejmé, že do samotné propagace byly investovány minimální částky. Tento trend se bez pochyb odrazil také v minimálním zájmu široké veřejnosti o výkon pěstounské péče, viz statistické údaje v kapitole „Výstupy“.



Komentář k finančním zdrojům v roce 2018

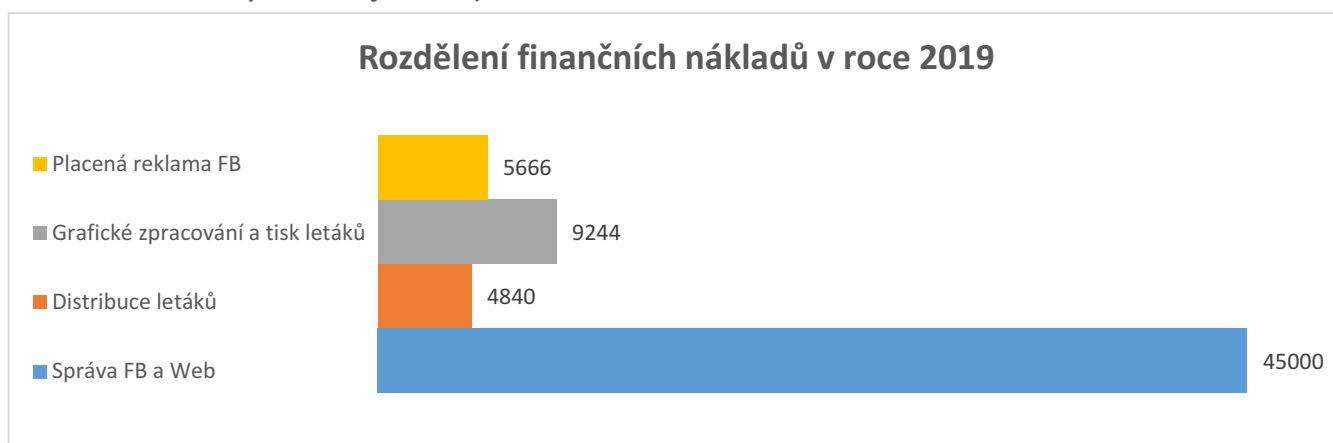
S ohledem na popsanou stagnaci distribuce v roce 2017 obsahoval plán na rok 2018 aktivity zaměřené právě tímto směrem. Nejdražším distribučním kanálem je rozhlasové vysílání reklamního spotu. Nejmenší náklady na distribuci naopak zahrnuje roznáška tiskovin. Facebookový profil a webové stránky je nutné nadále považovat za nejstabilnější distribuční kanál s nejlevnějším provozem.





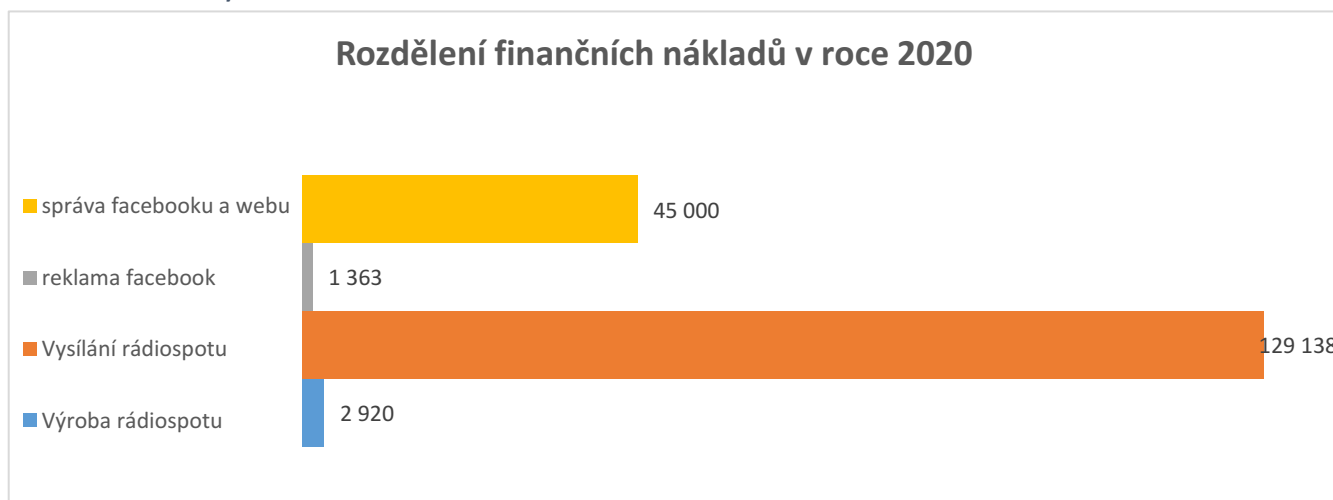
Komentář k finančním zdrojům v roce 2019

Rozdělení finančních prostředků, které byly v roce 2019 vyčerpány, odráží skutečnost, že v rámci kampaně bylo v hodnoceném roce realizováno minimum aktivit. Největší objem finančních prostředků byl vynaložen na správu facebookového profilu a webových stránek. Tato položka je v rozpočtu relativně stabilním prvkem, který je nutné vynaložit, aby fungovaly alespoň základní nástroje kampaně. Do finančních zdrojů je tak **nutné započítat také mzdové náklady minimálně jednoho celého pracovního úvazku** (viz hodnocení lidských zdrojů dále).



Komentář k finančním zdrojům v roce 2020

Jak je dále popsáno v kapitole „Lidské zdroje“, měla kampaň od února 2020 koordinátora se vzděláním v oblasti Public relations a marketingu, jehož hlavní pracovní náplní byla právě realizace kampaně. Realizaci kampaně v roce 2020 však výrazně negativně ovlivnila jednak nezkušenost koordinátora v oblasti NRP a nutnost jeho zaučení, ale zejména výrazná omezení ve všech oblastech života v souvislosti s pandemií COVID 19. Kampaň se tak v roce 2020 zaměřila na jediné použitelné informační kanály, kterými byly sociální sítě a rozhlasové vysílání.

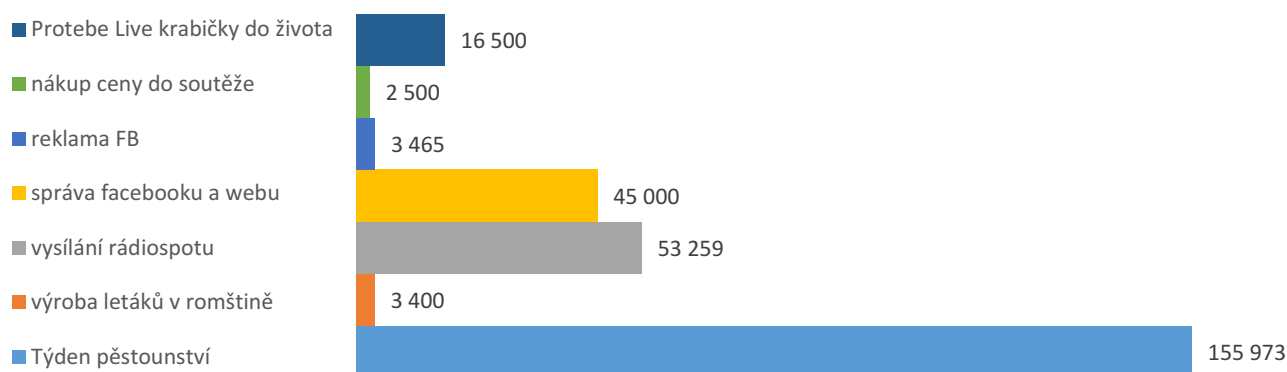




Komentář k finančním zdrojům v roce 2021

Pandemie šíření onemocnění COVID 19 ovlivnila také značnou část roku 2021. K postupnému rozvolňování striktních opatření docházelo pozvolna na jaře 2021, kdy se narychlo začaly plánovat akce ve všech oblastech společenského dění (viz komentář k realizaci akce týden pěstounství). V tomto roce bylo nutné využít okamžitě příležitosti a zrealizovat nejnáročnější bod plánu (viz komentář k realizaci akce týden pěstounství). Na realizaci akce byl logicky vyčerpán největší podíl finančních prostředků ze schváleného rozpočtu.

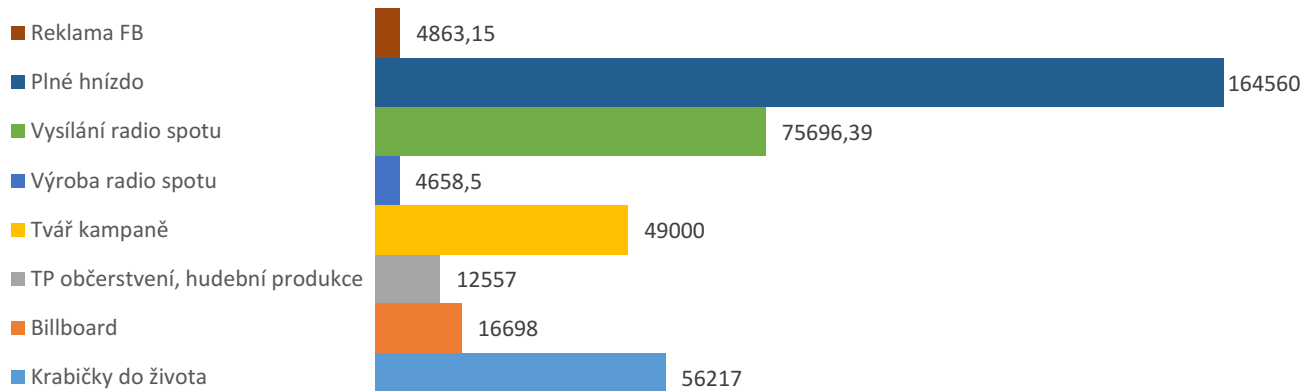
Rozdělení finančních nákladů v roce 2021



Komentář k finančním zdrojům v roce 2022

S ohledem na oblíbenost širší veřejnosti v online prostředí a na personální zajištění kampaně, byly aktivity posouvány do online prostoru. Největší podíl finančních prostředků ze schváleného rozpočtu byl věnován natáčení dílu seriálu „Plné hnízdo“ z KK a ze zbývajících finančních prostředků potom rozhlasovému vysílání.

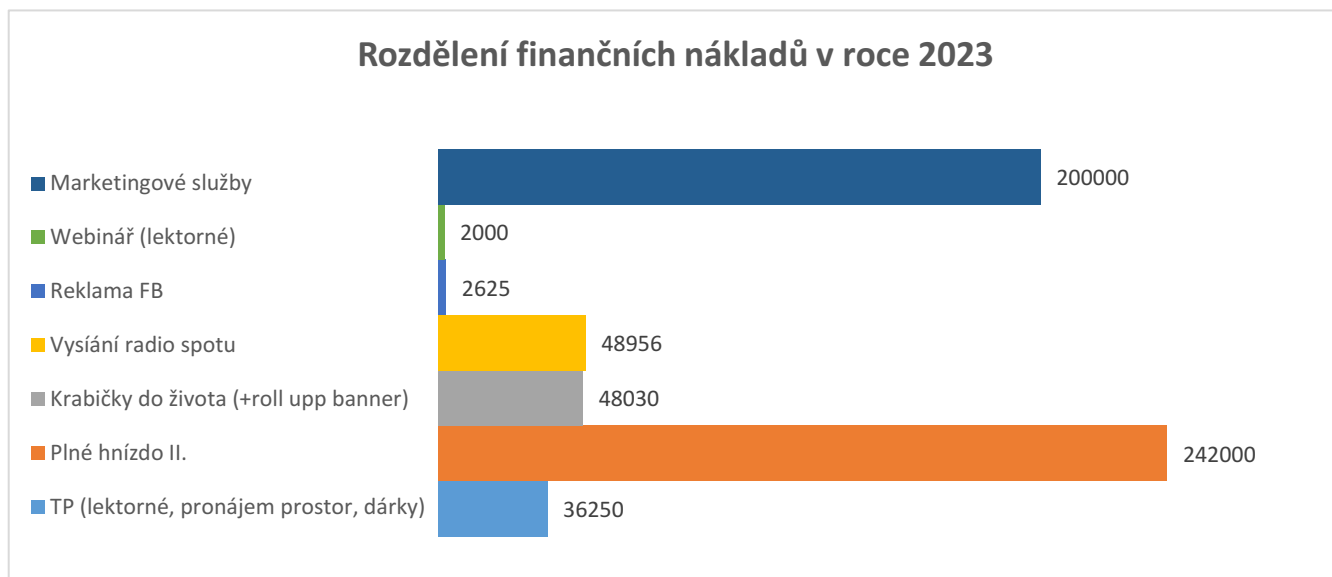
Rozdělení finančních nákladů v roce 2022





Komentář k finančním zdrojům v roce 2023

S ohledem na to, že cílová skupina kampaně se nadále intenzivně pohybuje v online prostředí a s ohledem na personální zajištění kampaně, byly aktivity posouvány opět především do online prostoru. Největší podíl finančních prostředků ze schváleného rozpočtu byl věnován natáčení dílu seriálu „Plné hnízdo“ z KK a marketingovému zajištění kampaně externí společností, která byla vybrána v rámci DNS.



III.2 Lidské zdroje

Realizace kampaně se od roku 2015 vyvíjí. Sledováním a hodnocením jednotlivých aktivit kampaně začalo od roku 2018 docházet k potřebě personálního zajištění kampaně odborníkem v oblasti Public relations a marketingu, neboť informační kampaň v sociální oblasti je vysoce specifickou činností. Na základě těchto hodnocení začal od února 2020 ze 70 % zajišťovat funkci hlavního koordinátora a realizátora kampaně pracovník s požadovaným vzděláním. Tento krok se odráží na schopnosti realizovat více naplánovaných aktivit kampaně, bohužel nezkušenost koordinátora v oblasti NRP se ukázala být značnou komplikací.

Od ledna roku 2021 je realizace kampaně opět zajišťována nad rámec běžné agendy pracovníky oddělení SPOD KÚKK, přičemž částečný úvazek (cca 15 %) je nadále kontinuálně zajišťován externím správcem facebookového profilu a webových stránek, který navíc vyhledává a publikuje příspěvky relevantní pro kampaň. Další částečný úvazek (cca 15 %) byl pro kampaň získán v březnu 2023. Druhý externí pracovník koordinuje všechny části kampaně, tj. plánování, realizaci a vyhodnocování. S ohledem na nízký úvazek a absenci zapojení marketingového specialisty však není možné realizaci kampaně zajistit zcela. Aktivity jsou vykonávány v nezbytném rozsahu. Tímto způsobem nelze



zajistit kontinuální informování veřejnosti tak, jak to kampaň vyžaduje. Do plánu je tedy nutné zahrnout posílení lidských zdrojů při realizaci kampaně, případně její předání externímu subjektu.

IV. Výstupy

Popis aktivity:

Jak již bylo uvedeno výše, není možné za výsledky kampaně považovat stav v oblasti zprostředkování NRP. Přesto zde uvádíme statistické údaje, neboť jsou podstatným podkladem pro plánování dalších aktivit kampaně.

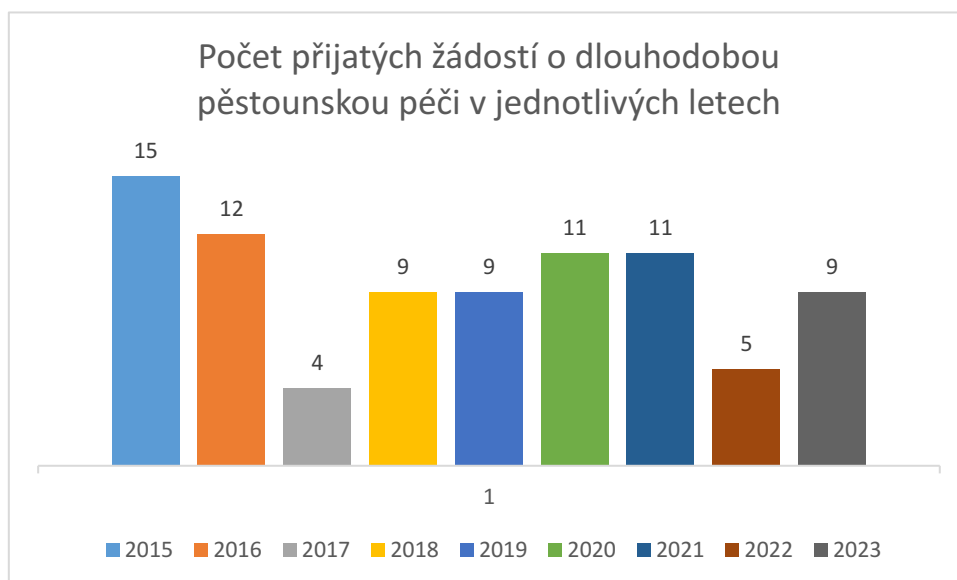
Proces zprostředkování pěstounské péče zajišťuje KÚKK, který za tímto účelem vede:

- **evidenci dětí**, kterým je třeba zajistit péči v náhradním rodinném prostředí formou pěstounské péče nebo osvojení,
- **evidenci žadatelů** vhodných stát se pěstouny nebo osvojiteli.

Tento proces v rámci KÚKK zajišťují dvě pracovnice.

IV.1 Statistické údaje v oblasti evidence žadatelů

V roce 2023 bylo přijato 9 žádostí o dlouhodobou pěstounskou péči, což je o 4 žádosti více, než v roce 2022, stále se však jedná o poměrně nízké číslo s ohledem na skutečnou potřebu kraje v této oblasti.

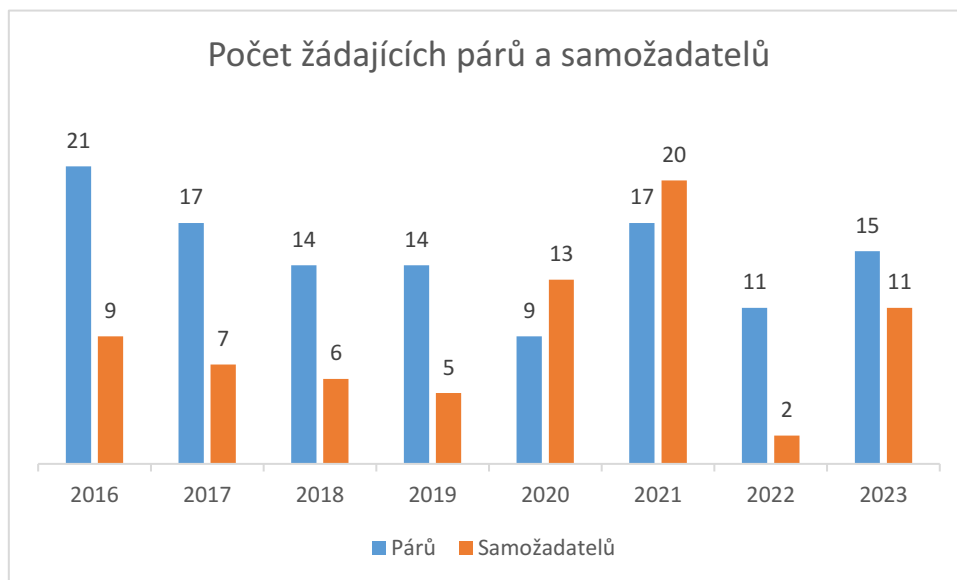


S ohledem na délku procesu odborného posuzování, po kterém jsou žadatelé teprve zařazeni do evidence KÚKK (cca 1 rok), se často děje, že je žádost podána v předchozím roce, ale k faktickému zařazení dojde až v roce následujícím.



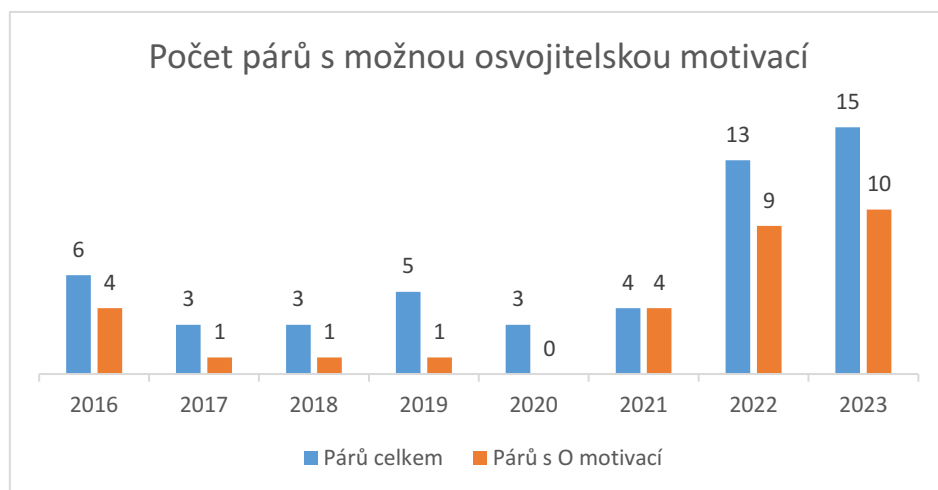
V důsledku těchto skutečností je nezbytné si uvědomit, že na žadatele, kteří podali žádost o zařazení do evidence KÚKK v roce 2023, mohly působit aktivity kampaně konané v minulých letech. Jde však pouze o spekulaci, obecně má na rozhodnutí zájemců podat žádost vliv mnoho dalších okolností.

Následující graf fakticky odráží výše popsané. V roce 2022 značně ubylo žádostí jednotlivců, nicméně v roce 2023 tento trend opět vzrůstá.



Tento jev je pozorován s ohledem na sledování správného zacílení kampaně v souladu

s definovanou cílovou skupinou. Při tvorbě plánu aktivit je tedy nutné cílení kampaně podrobit revizi.



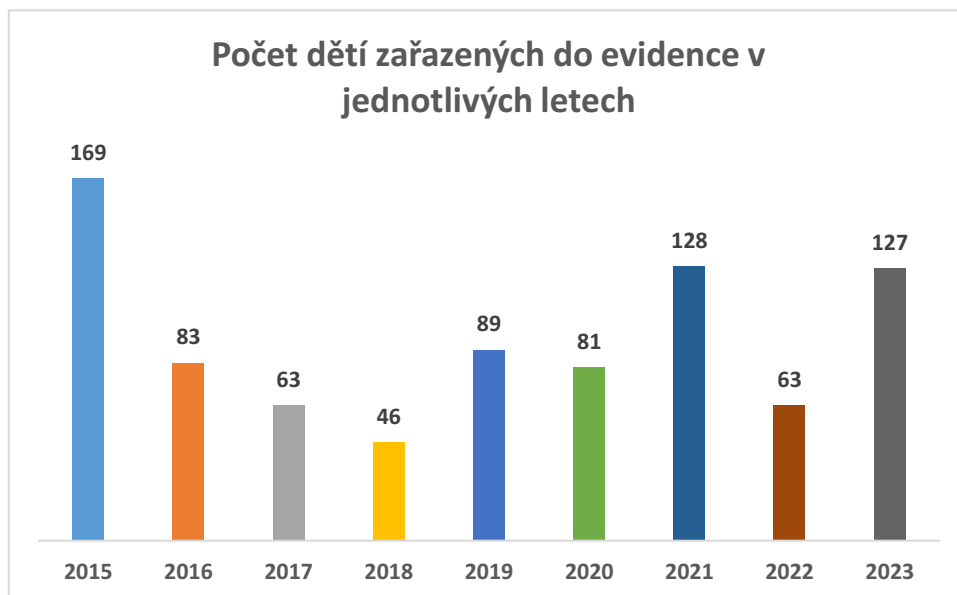
Bližším zaměřením na skladbu žadatelských párů o pěstounskou péči je pak nutné upozornit ještě na další faktor. Následující graf znázorňuje počet párů, které si požádaly o zařazení do evidence vhodných pěstounů,

přitom jejich motivace byla částečně, či zcela osvojitelská, respektive jde o potřebu samotných zájemců naplnit své rodičovské potřeby. V tomto ohledu odkazujeme na nesplněný bod plánu na rok 2023 v oblasti sledování vývoje přístupu zájemců k jednotlivým typům péče (viz kapitola „Spolupráce s průvodcem NRP“), kde je popsán potenciál průvodce zájemců o NRP se těmito páry intenzivně věnovat. Bod bude proto zařazen také do plánu na rok 2024.



IV.2 Statistické údaje v oblasti evidence dětí

Za rok 2023 bylo do evidence nově přijato 127 dětí. Oproti roku 2022 jde o cca 50% nárůst zaevidovaných dětí. Stejně jako v předchozích letech toto číslo neznámá, že tolik dětí bylo v tento rok z rodin skutečně odebráno, jde spíše o důsledek



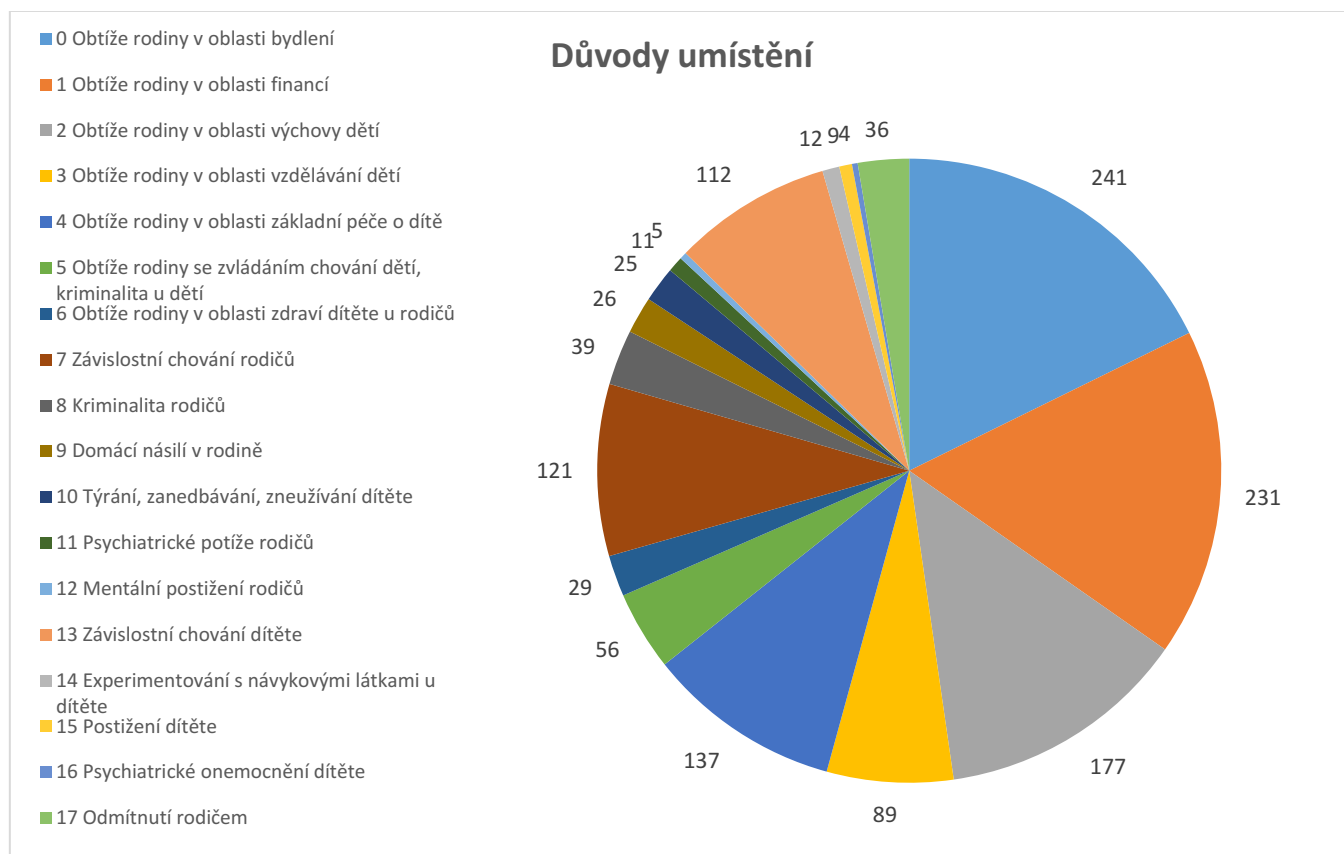
intenzivní kontroly OSPOD KÚKK při nahlašování dětí do evidence kraje ze strany OSPOD ORP. Jinými slovy některé děti byly umístěny mimo biologickou rodinu již v předchozích letech, ale k nahlášení této skutečnosti do evidence kraje došlo až v roce 2023. Vzhledem k tomu, že se tento jev také často opakuje, bude vhodné do plánu na rok 2024 navrhnout mechanismus kontroly tohoto stavu.

Celkově je k lednu 2024 v evidenci 293 dětí. Z toho 224 dětí je ve věku od 10 do 18 let, přičemž v této skupině vyhledáváme pěstounskou péči pouze pro 15 dětí. V tomto věku se dětem NRP zprostředkovává již s obtížemi, a to i přes to, že by právě tyto děti naléhavě potřebovaly zažít život ve funkční rodině. Překážkou ve zprostředkování bývají opakované traumatické zážitky těchto dětí, které se navenek projevují nevhodným chováním, případně různými poruchami. Zároveň v tomto věku také klesá ochota dětí k přechodu do náhradních rodin, což souvisí s vypěstovanou nedůvěrou v dospělé, kteří je opakovaně zklamávali a zrazovali. S ohledem na tuto skutečnost by bylo vhodné zaměřit aktivity kampaně na vyhledávání pěstounů právě pro tyto děti, nicméně s ohledem na nízký počet žádostí obecně je nutné nejprve zvýšit informovanost společnosti o potřebách těchto dětí, o nutnosti pochopení těchto nežádoucích projevů a samozřejmě také o možnostech práce s traumatizovanými dětmi. Do plánu bude tedy spíše vhodné zařadit aktivity směřující k této informovanosti.

Naopak v druhé kategorii dětí do 10 let vyhledáváme pěstouny všem dětem. Celkově tak vyhledáváme pěstounskou rodinu cca 100 dětem z celkového počtu dětí v evidenci.



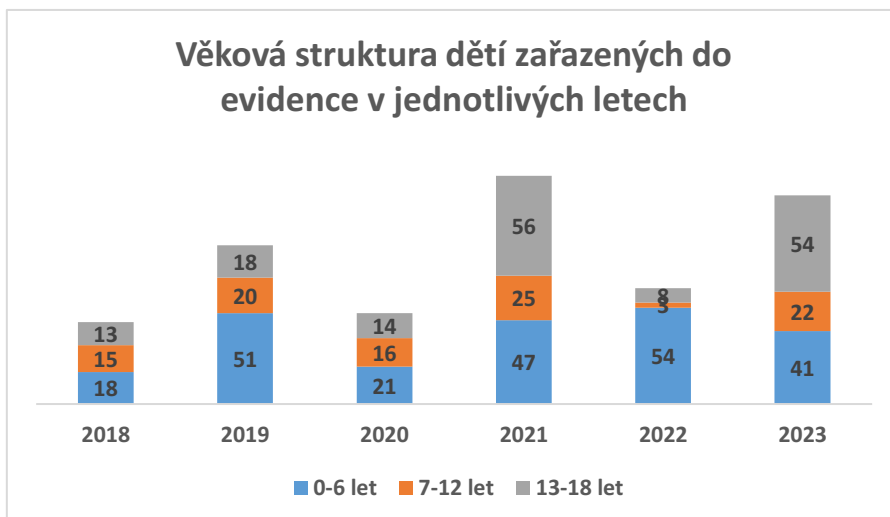
Důvodů pro umístění dítěte mimo biologickou rodinu může být samozřejmě více. KÚKK pojmenoval celkem 17 hlavních důvodů, tyto důvody jsou zaznamenávány. Následující graf znázorňuje četnost vydefinovaných důvodů v celé evidenci dětí ke konci roku 2023.



Z grafu vyplývá, že nadále jsou nejčastěji uváděnými důvody pro odebrání dítěte z biologické rodiny **důvody sociální, zejména problémy rodičů v oblasti bydlení a financí**. Pozornost je třeba věnovat také obtížím rodiny v oblasti výchovy dětí a základní péče o děti. V tomto směru jde patrně o chybějící preventivní mechanismy společnosti. Znovu je však třeba zopakovat, že v případě dětí umístěných mimo rodinu jde téměř vždy o kombinaci několika závažných důvodů, zejména pak např. závislostní chování rodičů, v jehož důsledku se rodiče dostávají do dluhové pasti a přicházejí o bydlení.

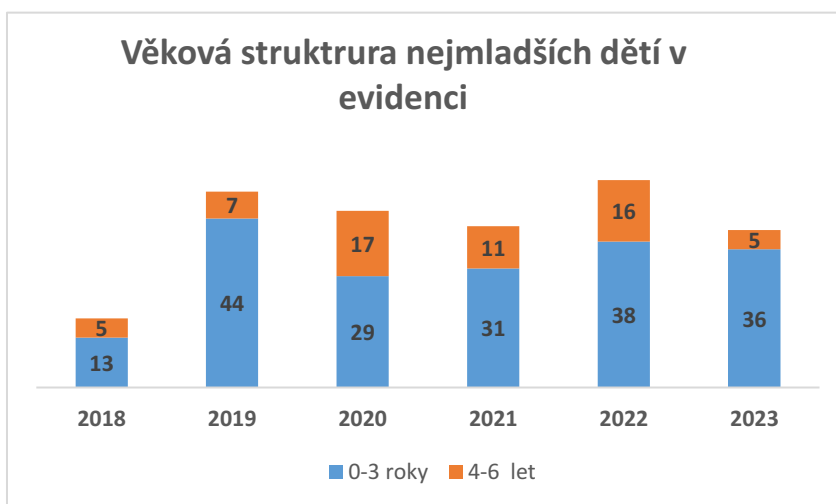


Následující graf znázorňuje věkovou strukturu dětí, které byly v jednotlivých letech přijímány do evidence. Z grafu je zřejmé, že podíl dětí, které jsou každoročně přijímány do evidence, je rozložen mezi děti nejmladší a nejstarší. Nejnižší počet je pak v prostřední kategorii.

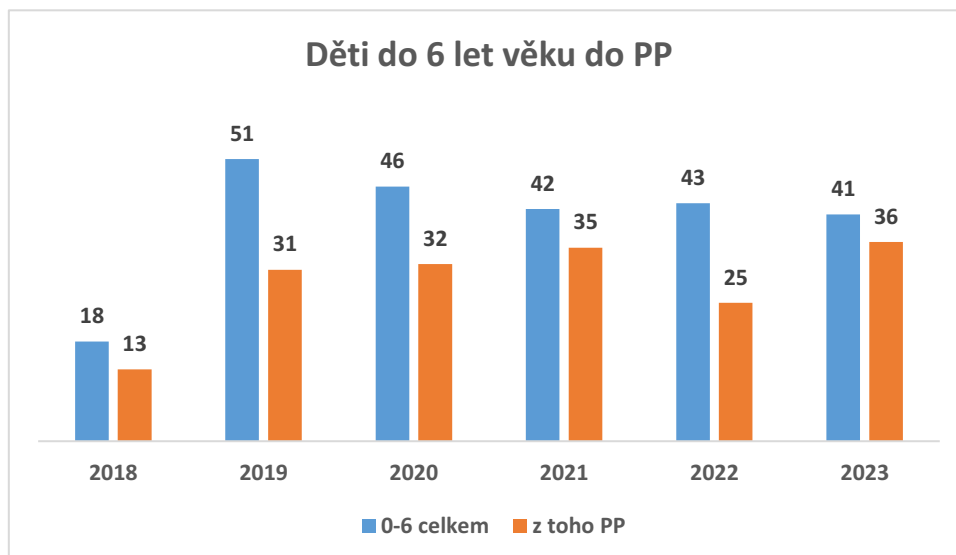


Přestože dětem do 6 let se zprostředkovává NRP nejnáze, je počet zaevidovaných dětí v tomto věku závažný.

Graf rozlišuje děti, které byly v době jejich umístění ve věku 0–3 roky a děti ve věku 4–6 let. Je patrné, že skupina dětí do 3 let výrazně převládá. Tento jev v roce 2023 neklesl, naopak se opět mírně zvýšil.



Zde je opět nutné zdůraznit, že v tomto případě jde o všechny děti umístěné mimo biologickou rodinu v daném roce. Ne všem dětem se však zprostředkovává PP. Některé z dětí se vrací do svých biologických rodin, několika dětem je možné zprostředkovat osvojení. Porovnání pro kolik z celkového





počtu dětí do 6 let vedených v evidenci KÚKK v jednotlivých letech je vhodné zprostředkovat PP je uvedeno v tomto grafu. Je zřejmé, že v roce 2023 bylo z celkového počtu dětí do 6 let umístěných mimo biologickou rodinu (41) nutné zajišťovat NRP pro většinu těchto dětí. Návrat do biologické rodiny byl úspěšný pouze v 5 případech.

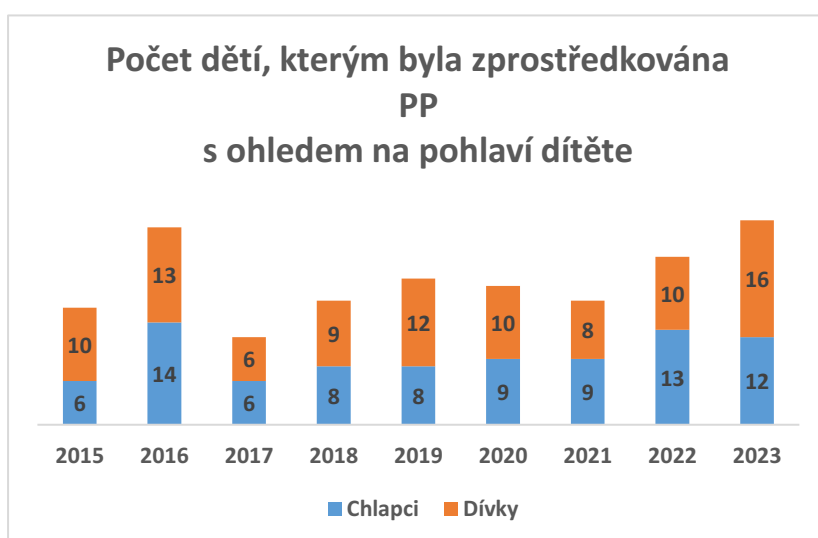
IV.3 Statistické údaje v oblasti zprostředkování pěstounské péče



V roce 2023 byla zprostředkována PP celkem 28 dětem, což je nejlepší výsledek za sledované roky. Jedná se však pouze o mírné navýšení. Počty jsou v tomto ohledu každoročně poměrně vyrovnané a ve vztahu k celkovému počtu dětí, pro které je potřeba pěstounskou péči zajistit, je počet stále velmi nízký.

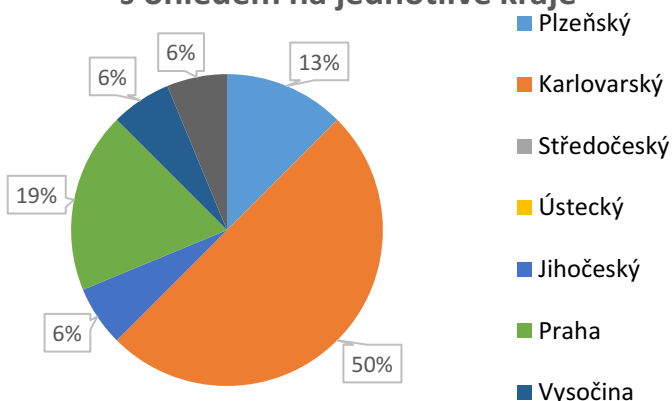
S ohledem na výše popsany nízký počet zájemců o výkon pěstounské péče je nutné ještě doplnit, že dětem, kterým se nedaří zprostředkovat NRP v našem kraji, jsou vyhledáváni náhradní rodiče z dalších krajů v rámci ČR. Umístění v kraji má však vždy přednost, viz popis níže.

V počtech zprostředkování pěstounské péče dívkám a chlapcům v jednotlivých letech není zřejmý žádný významný rozdíl, přičemž tento trend je stabilní, proto bude toto sledování z dalších hodnocení vyřazeno.





Počet dětí, kterým byla zprostředkována PP s ohledem na jednotlivé kraje



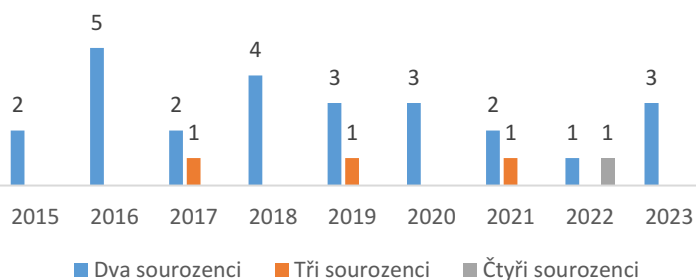
Nadále také platí, že KÚKK zprostředkovává nejvíce dětí právě pěstounům z Karlovarského kraje, neboť se snaží podporovat identitu dětí.

V roce 2023 se také podařilo umístit tři sourozenecké skupiny dětí, všechny dvoučlenné. Zájem o vícečetné skupiny je u pěstounů obecně velmi nízký a jedná se vždy o rizikový faktor, kdy je nutné před

zprostředkováním velmi zvažovat případné přetížení stávajícího rodinného systému pěstounů. Zcela nezbytným faktorem je pak kvalitní doprovázení pěstounů, a to už v době, kdy dochází k navazování kontaktů a přebírání dětí.

Graf vpravo znázorňuje statistické údaje úspěšnosti v oblasti zprostředkování pěstounské péče sourozeneckým skupinám v jednotlivých letech.

Počet a velikost sourozeneckých skupin, kterým byla zprostředkována PP



Závěr:

Závěrem této kapitoly lze říci, že KÚKK se daří dětem nízkého věku, kterým je třeba zprostředkovat pěstounskou péči, tuto péči zajistit. Ani v roce 2023 například nedošlo k přechodu dítěte umístěného v PPPD do dětského domova. Všechny děti byly navraceny do rodiny nebo jim byla zprostředkována rodina náhradní. Přesto je ve vztahu k celkovým počtům dětí v evidenci dlouhodobých pěstounů stále málo, a to zejména pěstounů tolerantních k přijetí dítěte odlišného etnika, k přijetí sourozenecké skupiny, k přijetí starších dětí nebo dětí se zdravotním znevýhodněním. Součástí kampaně by se tak měla stát také informovanost o pomoci pěstounům, kteří k takovému rozhodnutí najdou odvahu.



Shrnutí

Po počáteční stagnaci, kdy byla realizace jednotlivých aktivit plánu na rok 2023 výrazně zdržena procesem schvalování plánu a nutností zajištění marketingové části kampaně dodavatelským subjektem prostřednictvím dynamického nákupního systému, se podařilo kampaň pro veřejnost opět zviditelnit. Přestože kampaň více než 6 měsíců nevykazovala na veřejnosti žádnou aktivitu, byla velmi náročná na administrativu a procesní zpracování. Tento krok se ale osvědčil jako přínosný, protože v rukou odborníků mají facebookové příspěvky rekordní počty sledování. V příštích letech bude tedy nutné najít systém, který by umožnil nepřetržitý průběh kampaně, protože jediné nepřerušované povědomí a informace o PP může pomoci zájemcům v rozhodnutí stát se pěstounem.

Výsledky statistických měření neukazují na žádné abnormality. Počty žadatelů o pěstounskou péči i počty dětí, kterým byla PP zprostředkována, nezaznamenaly žádné významné výkyvy. Spíše se ukazuje mírné zlepšení, což považujeme za velký přínos.

Jednotlivé kapitoly hodnocení obsahují doporučení pro plán na rok 2024, který bude na základě tohoto hodnocení sestaven.

Je důležité si uvědomit, že NRP má své limity. Ze statistických údajů vyplývá, kromě potřeby rozvoje kampaně, také nutnost rozvoje preventivních aktivit kraje ve vztahu k rizikovým rodinám, kterému se KÚKK rovněž intenzivně věnuje.

S ohledem na uvedené je zřejmé, že pro úspěch kampaně „Staňte se pěstounem“ je nutné začít realizovat také aktivity vedoucí ke zlepšení životních podmínek rodin v kraji a ideálně kampaň provázat s aktivitami rodinné politiky v kraji.