

**STAŇTE SE  
PĚSTOUNEM**



## VYHODNOCENÍ plánu aktivit informační kampaně Krajského úřadu Karlovarského kraje

**„STAŇTE SE PĚSTOUNEM“  
za rok 2021**

---

**ÚNOR 2022**

---

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.pestounskapecevkcz](http://www.pestounskapecevkcz)





## Obsah

Úvod .....	4
Cíl a cílová skupina kampaně .....	6
Cíl kampaně .....	6
Cílová skupina kampaně.....	6
Plán aktivit na rok 2021 .....	7
Vyhodnocení plánu aktivit za rok 2021 .....	9
I. Realizace akce „Dny pěstounství v Karlovarském kraji“ .....	9
II. Správa a inovace Facebookového profilu .....	11
II. 1 Návštěvy FB stránky .....	12
II. 2 Dosah FB stránky .....	12
II.3 Příspěvky .....	12
II.4 Statistika „To se mi líbí“ .....	12
II.5 Typický fanoušek.....	12
II.6 Placené reklamy .....	13
II.7 Webináře .....	14
III. Správa a inovace webové stránky.....	15
III.1 Zobrazení stránek .....	15
III.2 Uživatelé .....	15
III.3 Příspěvky .....	16
IV. Správa a inovace Instagramového profilu .....	18
V. Inzerce v tištěných médiích.....	19
VI. Spolupráce se známými osobnostmi .....	20
VII. Distribuční činnost .....	21
Distribuce elektronických informačních materiálů .....	21
Distribuce tištěných informačních materiálů.....	22
Distribuce reklamních předmětů.....	23
VIII. Přednášková činnost .....	23
IX. Literární nebo výtvarná soutěž pro školy .....	25



X. Aktualizace základního dokumentu.....	26
XI. Putovní výstava „Staňte se pěstounem“ .....	26
XII. Výroba „Krabiček do života“.....	28
XIII. Edukační činnosti směrem k žadatelům majoritního etnika o specifikách dětí odlišného (zejména romského) etnika v NRP, případně o dětech s handicapem.....	29
Sledování efektivity kampaně .....	30
I. Dotazník po konzultaci se zájemci o náhradní rodinnou péči.....	30
II. Vstupy .....	34
II.1 Finanční zdroje .....	34
II.2 Lidské zdroje .....	39
III. Výstupy.....	40
III.1 Statistické údaje v oblasti evidence žadatelů.....	40
III.2 Statistické údaje v oblasti evidence dětí.....	43
III.3 Statistické údaje v oblasti zprostředkování pěstounské péče .....	46
Shrnutí.....	49



# 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 2021, totiž že při výkonu a realizaci opatření na ochranu ohrožených dětí mají přednost ta opatření, 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 tří oblastí. Jedná se o:

1. **Počty distribuovaných propagačních materiálů.** *Množství a způsob distribuce propagačních materiálů.*
2. **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.*
3. **Data získaná prostřednictvím dotazníku** o kontaktu se žadatelem. *Žadatel uvádí, kde se o kampani dozvěděl, jak dlouhý byl interval od první informace po podání žádosti.*

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 2022.



# 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

Cíl a cílová skupina byla odvozena s ohledem na potřebu ohrožených dětí vyrůstat ve stabilním a vyváženém rodinném prostředí. Pěstounská péče 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 jej poskytuje rodina, která má již uspokojeny své rodičovské potřeby a má ještě dostatek sil na výchovu a pomoc dalšímu dítěti.

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



# Plán aktivit na rok 2021

Cíle	Plánované kroky
Realizace kulturně-vzdělávací akce „Dny pěstounství v Karlovarském kraji“	Příprava programu, image a propagace akce + vlastní realizace akce.
Nové webové stránky kampaně „Staňte se pěstounem“	Poptávkové řízení na realizaci nových webových stránek, výběr realizátora, správa nového webu.
Správa obsahu webových stránek	
Zajištění nové tváře kampaně „Staňte se pěstounem“ + medializace, publicita tváře	Vytipování nové osobnosti, zajištění, komunikace.
Realizace autorských příspěvků na webových stránkách, Facebookovém a Instagramovém profilu kampaně „Staňte se pěstounem“	Vyhledávání a upozornění na společenské akce s tematikou pěstounské péče v rámci Karlovarského kraje.
	Zveřejňování krátkých informačních textů k často kladeným dotazům ze strany zájemců o pěstounskou péči.
	Rozhovor s pěstouny Karlovarského kraje (zveřejnění na webu + sociálních sítích).
Spolupráce s bloggery, influencersy, mediálně známými osobnostmi (Web, Facebook, Instagram)	Vyhledávání vhodných osobností, forma spolupráce.
Placená reklama Facebookového a Instagramového profilu a jednotlivých příspěvků	
Inzerce	Vyhledání vhodných médií, podklady pro realizaci inzerce (časopisy typu Maminka, Moje psychologie apod.).
Distribuce reklamních předmětů kampaně „Staňte se pěstounem“	Distribuce reklamních předmětů kampaně v rámci kulturně-společenských akcí KÚKK.
Přednášková činnost	Nalezení vhodné lokality pro realizaci min. 2 odborných přednášek pro cílovou skupinu – zejména mateřská centra, rodičovské kluby, školy apod. – realizace přednášek.
Dotazník po konzultaci se zájemci o náhradní rodinnou péči	Vytvoření fyzické verze dotazníku a jeho distribuce subjektům.
	Porovnání, zda zájemci uvedení v dotazníku žádost o zařazení do evidence žadatelů fakticky podali.
Literární nebo výtvarná soutěž pro školy	Realizace soutěže (literární či výtvarné na téma pěstounské péče).



Aktualizace dokumentu „Vyhledávání osob vhodných stát se pěstouny v Karlovarském kraji“	Aktualizace dokumentu „Vyhledávání osob vhodných stát se pěstouny v Karlovarském kraji“.	
Putovní výstava „Staňte se pěstounem“	Uspořádání min. 3 výstav.	
Výroba „Krabíček do života“	Pokračování projektu, výroba nových krabíček.	
<b>Edukační činnost směrem k žadatelům majoritního etnika o specifikách dětí odlišného (zejména romského) etnika v náhradní rodinné péči, případně o dětech s handicapem</b>	Besedy, přednášky, skutečné příběhy pěstounů na toto téma.	
	Uveřejňování článků a témat.	





# Vyhodnocení plánu aktivit za rok 2021

## I. Realizace akce „Dny pěstounství v Karlovarském kraji“

### Popis aktivity:



Plán na zařazení větší kulturně vzdělávací akce byl diskutován již od r. 2019. Z důvodu 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 až v roce 2021, i když s ohledem na špatnou hygienicko-epidemiologickou situaci zejména počátkem roku bylo teprve na přelomu května - června 2021 rozhodnuto o konání akce, která se měla uskutečnit v září 2021, což znamenalo nedostatek času na přípravu a propagaci akce.

Akce nakonec nese název „**Týden pěstounství v Karlovarském kraji**“ a poprvé se konala ve dnech 20. - 26. 9. 2021. Akce byla rozdělena na dvě části, kdy ve dnech 20. – 24. 9. 2021, tj. od pondělí do pátku, probíhaly samostatné aktivity jednotlivých OSPOD a neziskových organizací působících v oblasti NRP.

Týden plný výstav, dnů otevřených dveří, přednášek a besed vyvrcholil v neděli 26.9.2021 společenskou akcí s názvem „Den (pro) pěstounství“ v nápaditých venkovních prostorách areálu Světa záchranářů v Karlových Varech. Součástí programu bylo vystoupení známé zpěvačky Kamily Nývltové, tématickou píseň určenou původně pro Fond ohrožených dětí zpívala mladá slečna Nella Zámková. Taneční skupina Mirákl se představila v tanečním vystoupení rovněž s tematikou opuštěného dítěte. Hlavní linií programu byla stezka, která prováděla zájemce procesem vyřizování žádosti o zařazení do evidence osob vhodných stát se pěstounem. Zájemci si mohli při vstupu do areálu vyzvednout plán cesty, který je vedl za potřebnými zkušenostmi. Jednotlivá stanoviště představovala např. obecní úřad,





krajský úřad, místnost psychologa pro NRP případně místnost pro odborné přípravy zájemců, ale také např. dům pěstounů na přechodnou dobu, kde na zájemce čekaly informace k předávání dětí. Na akci měly možnost rovněž prezentovat své služby a informovat o náhradní rodinné péči všechny doprovázející organizace působící v kraji.

### Hodnocení:

K hodnocení úspěšnosti samostatných akcí spolupracujících organizací a jednotlivých OSPOD ORP nebyly dodány podklady.

Beseda s pěstounkou, kterou uspořádal KÚKK ve středu v rámci „Týdne pěstounství v Karlovarském kraji“ byla neúspěšná. Na besedu se nedostavila žádná veřejnost. Neúspěch je přičítán krátké době na propagaci a obavám veřejnosti z akcí obecně s ohledem na pandemii covidu.

Závěrečné akce s názvem „Den (pro) pěstounství“ se zúčastnilo celkem 189 osob, což s ohledem na náklady a na charakter akce nelze považovat za uspokojivý stav.

Nízká účast je připisována zejména tomu, že se jedná o akci novou (bez tradice) tematicky neobvyklou a úzce zaměřenou. V kombinaci s krátkou dobou na propagaci – viz popis výše, nebylo možné vysokou návštěvnost očekávat. Událost tohoto charakteru potřebuje svou vlastní propagační strategii, která musí být pečlivě cílená a časovaná. Toho však v roce 2021 nebylo možné dosáhnout.

Na nízké účasti se bezpochyby podílel také zvolený termín. Jednalo se o nedělní odpoledne uprostřed prodlouženého víkendu před státním svátkem, kdy je předpoklad, že rodiny s dětmi mohly odjet na prodloužený víkend mimo své bydliště. Výběr vhodnějšího termínu byl však, s ohledem na další akce v areálu Světa záchranářů, na potřebu realizace akce v relativně teplém období, na možnosti moderátorů, účinkujících a z dalších objektivních důvodů, nemožný.

Naopak pozitivně byl ze strany účastníků hodnocen program zasazený do areálů Světa záchranářů, kde bylo možné využít interaktivních prvků v rámci jednotlivých stanovišť.

KÚKK po konání akce vyzval účastníky k zaslání připomínek a podnětů, které by přispěly ke zlepšení realizace této aktivity v budoucích letech. Zde uvádíme došlou reakci:



*„Navrhujeme, aby se akce v příštích letech konala na viditelnějším a navštěvovanějším místě, kde by mohlo být osloveno více lidí (např. místo, kam chodí lidé na procházky, či ho navštěvuje široká veřejnost). Dále bychom navrhovali zacílit na aktivity pro děti: více aktivit, atrakcí a zábavy. A v neposlední řadě rovněž připravit větší nabídku občerstvení, či laskomin pro děti a možnost si někde posedět (lavičky).“*

Celkové náklady na realizaci akce dosáhly částky 155 973 Kč, viz kapitola finanční zdroje.

### Závěr:

Plán aktivit byl v tomto ohledu naplněn, nicméně s ohledem na nízkou návštěvnost v poměru k vysokým nákladům nelze akci považovat za úspěšnou. Pro další plánování bude vhodné pokusit se strukturu Týdne pěstounství revidovat a zvážit zda je nutné realizovat rovněž závěrečnou akci, případně za jakých podmínek.

## **II. Správa a inovace Facebookového profilu**

### 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, což potvrzuje například i článek z 28. 6. 2021 zveřejněný internetovým portálem Aktuálně.cz. V článku se uvádí, že Facebook a YouTube jsou dlouhodobě nejpopulárnějšími sociálními médii, přičemž zejména Facebook je doménou spíše generace ve věku od 45 do 60 let. Uživatelé do 30 let se naopak častěji orientují na novější a rychlejší formáty fungující primárně na vizuálním obsahu, který je pro ně přitažlivější (Instagram, TikTok).

Zdroj: [Nejrychleji rostoucí sociální síť v Česku je TikTok. Starší lidé preferují Facebook - Aktuálně.cz \(aktualne.cz\)](https://www.aktualne.cz)

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. Význam tohoto informačního kanálu pro kampaň ještě zesílil v době pandemie koronaviru.

### Hodnocení:

Facebook je stále stěžejním komunikačním prostředkem, který dokáže velmi operativně reagovat na aktuální situace v oblasti náhradní rodinné péče. Stále platí, že i nejvíce dotazů a reakcí pochází z této sociální sítě.



## II. 1 Návštěvy FB stránky

Termínem návštěvy je míněno, kolikrát někdo navštívil Facebookový profil. V roce 2021 bylo uskutečněno 1.380 takových návštěv, což je **o 54 % více než v roce 2020.**



## II. 2 Dosah FB stránky

V tomto případě jde o počet osob, které si prohlédly obsah na Facebookové stránce kampaně (příspěvky, příběhy, reklamy, sociální kontext od lidí, kteří na stránku reagovali a pod.). Dosah se liší od zobrazení, do kterých se může započítat i více zhlédnutí příspěvků stránky stejnými lidmi. V roce 2021 byl dosah Facebookové stránky kampaně 28 773, což je **o 76 % více než v roce 2020.**



## II.3 Příspěvky

Největší dosah byl zaznamenán u následujících příspěvků:

1. Týden pěstounství (14,6 tis. a 256 reakcí),
2. Příběh pěstounské rodiny Miroslavy a Štefana (3,8 tis. a 145 reakcí),
3. Pozvánka na webinář 23.11.2021 (3,7 tis. a 71 reakcí),
4. Příběh pěstounské rodiny Květuše a Josefa (3 tis. a 76 reakcí),
5. Pozvánka na webinář 14.12.2021 (2,8 tis. a 34 reakcí),

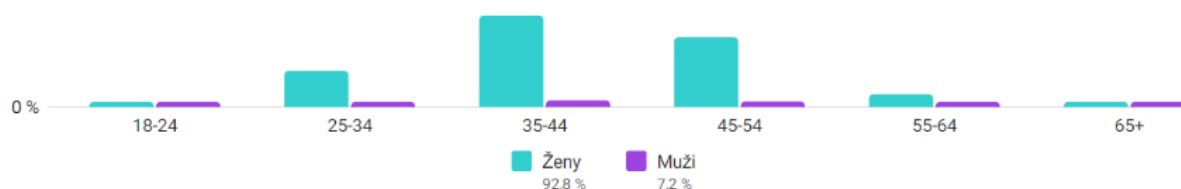
## II.4 Statistika „To se mi líbí“

Facebooková stránka zaznamenala **155 nových označení „To se mi líbí“**, což je téměř o 8 % více než v roce 2020. Celkem má Facebookový profil kampaně již **2 848 fanoušků** („To se mi líbí“).



## II.5 Typický fanoušek

Typickým fanouškem Facebookového profilu kampaně je žena (92,8 %) ve věku mezi 35 – 45 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.

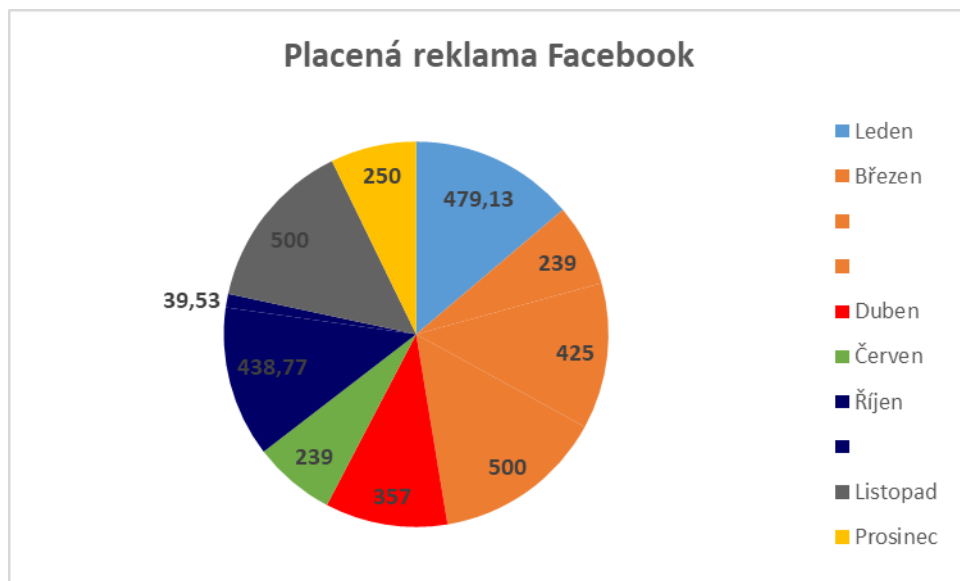




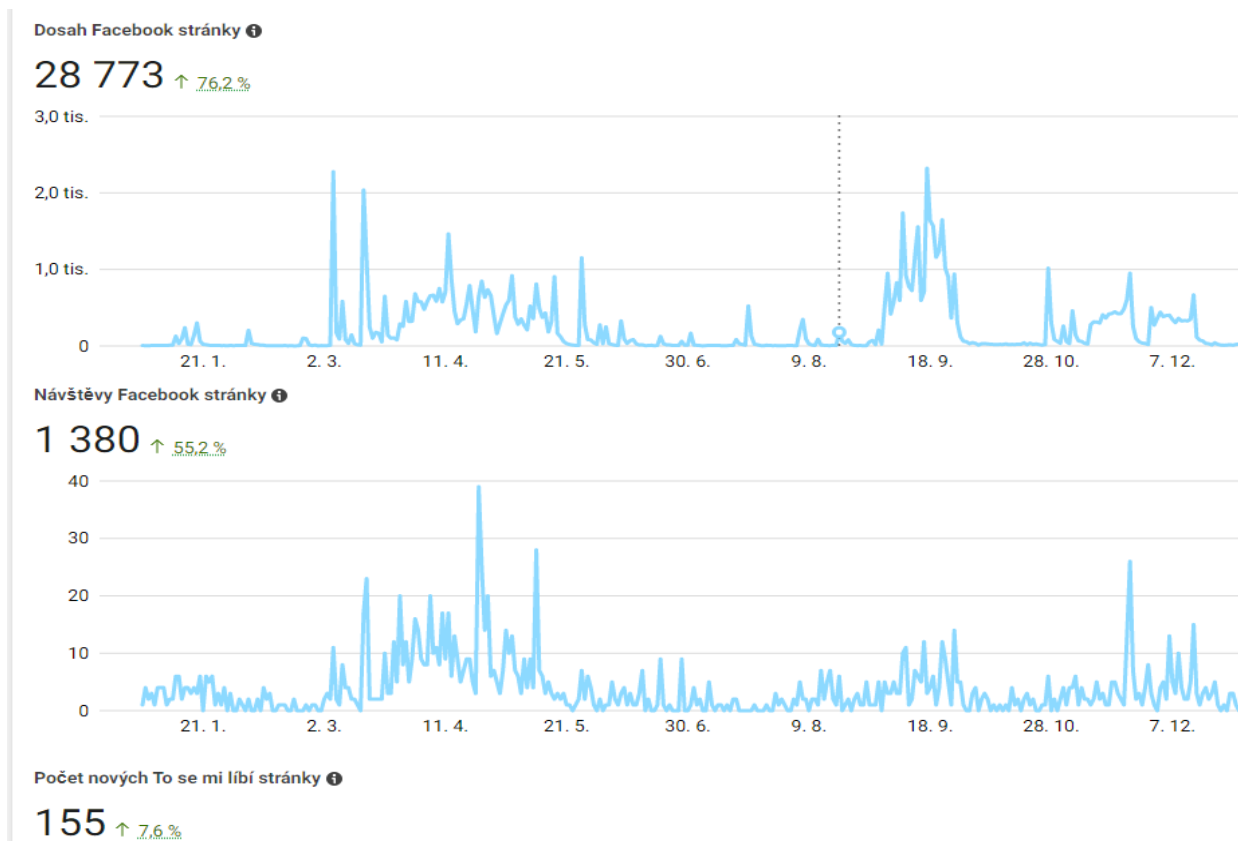
## II.6 Placené reklamy

Následující graf zobrazuje rozložení placené reklamy do celého roku 2021, vždy

s uvedením konkrétní vynaložené částky. Je zřejmé, že nevíce finančních prostředků (celkem 1 164,- Kč) bylo vynaloženo v měsíci březnu, a to v souvislosti s objednávkou KÚKK na propagaci celého Facebookového profilu po dobu jednoho měsíce



od zadání reklamy správcem profilu. K této objednávce se tak vztahuje také částka vynaložená za měsíc duben 2021. Placená reklama byla opět cílena na ženy v Karlovarském kraji ve věku 35 – 45 let.







## II.7 Webináře

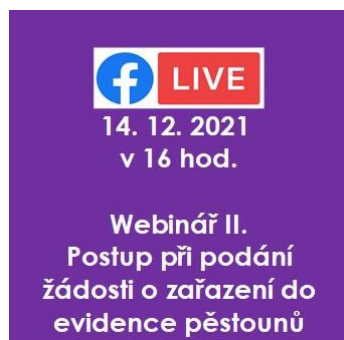
Preventivní opatření před šířením onemocnění COVID 19 nedovolila po většinu roku realizovat osobní přednášky k tématu NRP. KÚKK však využil stoupající oblíbenosti online komunikace a v závěru roku připravil a zrealizoval 2 webináře, respektive 2 přednášky prostřednictvím živého vysílání na Facebooku.

První webinar proběhl dne 23.11.2021 a byl zaměřen na samotnou podstatu pěstounské péče, na vysvětlení, proč je pěstounská péče důležitá. Ze statistických údajů zaznamenaných Facebookem bylo zjištěno, že:

- webinar oslovil 1 093 osob,
- 94 osob označilo příspěvek jako „To se mi líbí“,
- 143x bylo kliknuto na příspěvek,
- 603 lidí zhlédlo alespoň 3 sekundy videa,
- 108 lidí zhlédlo alespoň 1 minutu videa,
- průměrná doba sledování videa byla 1:26 minut,
- bylo publikováno 40 komentářů.



Druhý webinar proběhl dne 14.12.2021. Obsah webinaru byl zaměřen na postup při podání žádosti o zařazení do evidence osob vhodných vykonávat pěstounskou péči. **Ze statistických údajů zaznamenaných Facebookem lze zjistit, že:**



- webinar oslovil 362 osob,
- 20 osob označilo příspěvek jako „To se mi líbí“,
- 141x bylo kliknuto na příspěvek,
- 315 lidí zhlédlo alespoň 3 sekundy videa,
- 51 lidí zhlédlo alespoň 1 minutu videa,
- průměrná doba sledování videa byla 1:59 min.,
- bylo publikováno 11 komentářů.

Nižší zájem o druhý webinar pravděpodobně souvisí s termínem konání v předvánočním čase, navíc se jednalo o užší výběr tématu. K podrobnějšímu hodnocení však zatím nemáme dostatek dat.

### Závěr:

V oblasti návštěvnosti Facebookového profilu kampaně, dosahu jednotlivých příspěvků a označení „To se mi líbí“ byl v roce 2021 zaznamenán značný nárůst. Úspěch přisuzujeme dostatečnému personálnímu zajištění kampaně v uvedeném roce. Z hodnocení je patrné, že placená reklama má pozitivní vliv na návštěvnost stránek.



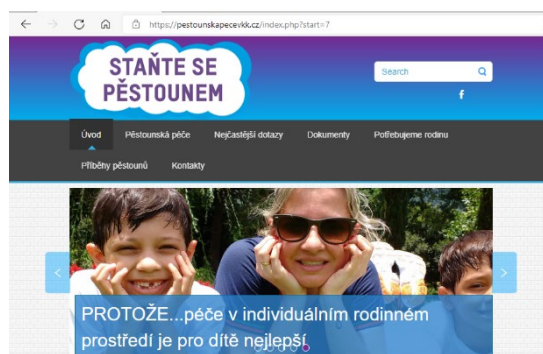
Plán aktivit na rok 2021 v oblasti Facebookového profilu zahrnoval nutnost vyhledávání a sdílení příspěvků o společenských akcích s tematikou pěstounské péče v rámci Karlovarského kraje, zveřejňování krátkých informačních textů k často kladeným dotazům ze strany zájemců o pěstounskou péči a rozhovory s pěstouny Karlovarského kraje. V tomto ohledu považujeme plán aktivit za naplněný. Dále plán obsahoval nutnost vyhledávání vhodných známých osobností za účelem spolupráce. Tato aktivita je samostatně popsána v kapitole VI. Třetí plánovanou oblastí byla realizace placené reklamy. I v tomto případě byl plán aktivit naplněn.

Do plánu aktivit na rok 2022 doporučujeme v rámci placené reklamy zvážit přesnější zacílení tak, aby se dařilo oslovovat vydefinovanou cílovou skupinu. Zároveň je podstatné podpořit tuto aktivitu všemi dostupnými prostředky jako stěžejní pilíř kampaně.

### III. Správa a inovace webové stránky

#### Popis aktivity:

Webová stránka [www.pestounskapecevkcz](http://www.pestounskapecevkcz) je statickým prvkem kampaně „Staňte se pěstounem“ 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.

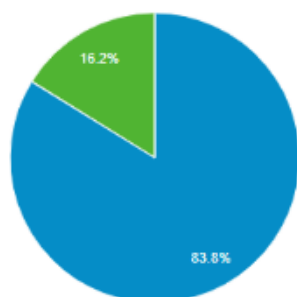


#### Hodnocení:

##### III.1 Zobrazení stránek

**Celkový počet zobrazení stránek za rok 2021 činil 7 636, což je o 2 346 zobrazení více**

■ Nový návštěvník ■ Vracející se návštěvník  
1. ledna 2021 – 31. prosince 2021



než v roce 2020. Proti roku 2019, kdy počet zobrazení stránek dosáhl pouze údaje 4 234, došlo o navýšení dokonce o 3 402 Kč.



##### III.2 Uživatelé

**Za rok 2021 činil celkový počet uživatelů stránek 3 285, což je o 977 uživatelů více, než v roce 2000 a o 1 387 uživatelů více, než v roce 2019.** Jak ukazuje graf, jde ve většině případů o nové uživatele. Bohužel uživatelé zůstávají na stránkách obvykle pouze 1 min. a shlédnou v průměru 1,3 stránky.



	2021	2020	Porovnání
<b>Počet uživatelů</b>	3 285	2 308	+ 42,33 %
<b>Noví uživatelé</b>	3 246	2 273	+ 42,81 %
<b>Počet zobrazení stránek</b>	7 636	5 290	+ 44,35 %
<b>Počet zobrazených stránek na 1 návštěvu webu</b>	1,48	1,37	+ 8,22 %
<b>Míra okamžitého opuštění</b>	<b>63,33 %</b>	<b>74,78 %</b>	<b>- 15,31 %</b>

### Nejvyšší počet uživatelů byl zaznamenán v uvedených dnech:

**12. 7. 2021 – 375** – v tento den nebyl zveřejněn žádný příspěvek, neprobíhala ani placená reklama, údaj tak bude souviset pravděpodobně s informací o pěstounské péči v Karlovarském kraji uveřejněné v rámci jiného informačního kanálu

**26. 4. 2021 – 342** – zveřejněn příspěvek: 26.4 .2021 - Česká televize: Pořad 168 hodin přinesl reportáž o rušení kojeneckých ústavů

<https://www.pestounskapecevkk.cz/index.php/200-26-4-2021-ceska-televize-porad-168-hodin-prinesl-reportaz-o-ruseni-kojeneckych-ustavu>

**28. 2. 2021 – 333** – ani v tento den nebyl zveřejněn žádný příspěvek a neprobíhala placená reklama, údaj tak bude zřejmě také souviset s informací o pěstounské péči v Karlovarském kraji uveřejněné v rámci jiného informačního kanálu

### III.3 Příspěvky

**Kromě statických stránek byly v roce 2021 nejčtenější tyto příspěvky z roku 2021:**

1. příběh paní Heřmánkové *počet zobrazení: 753,*
2. Česká televize odvysílala reportáž o nedostatku pěstounů *počet zobrazení: 617,*
3. standardizovaná kritéria odborného posouzení, rozsah a obsah příprav  
*počet zobrazení: 603,*
4. nabídka sociálního stipendia projektu OPEN GATE nadace manželů Kellnerových  
*počet zobrazení: 596,*
5. Deník.cz: Pěstounů ubývá. Vláda jim za celodenní péči o děti nepřidala ani korunu  
*počet zobrazení: 539,*
6. Středisko náhradní rodinné péče představilo Příběhy z nových rodin  
*počet zobrazení: 498,*
7. Amalthea nabízí novou publikaci o kontaktech dítěte v náhradní rodinné péči s biologickou rodinou  
*počet zobrazení: 474.*





**Nejčtenější statickou stránkou zůstává i nadále stránka Potřebujeme rodinu** (<https://www.pestounskapecevkz.cz/index.php/potrebuji-rodinu>).

#### Závěr:

Ze statistických údajů nejčastěji sledovaných stránek vyplývá, že návštěvníky nejvíce zajímají konkrétní příběhy dětí, které potřebují rodinu. Zájem o hluboký lidský příběh potvrzuje také počet zobrazení příběhu konkrétní pěstounky z Karlovarského kraje. Dále zájemci na stránkách hledají praktické informace, když sledují příspěvky o nedostatku dlouhodobých pěstounů a o financování pěstounské péče.

Plán aktivit na rok 2021 v oblasti webových stránek zahrnoval přípravu tvorby nových webových stránek kampaně, neboť správa stávajícího webu je komplikovaná a nevyhovující, některé příspěvky a prvky není možné na webové stránky umístit. V roce 2021 mělo být řešeno poptávkové řízení a výběr realizátora. K naplnění tohoto bodu plánu nedošlo, neboť z jednání vedení kraje vyplynula potřeba inovace celého krajského webu. V rámci inovace by měly být osloveny všechny odbory KÚKK s žádostí o sdělení požadavků na prezentaci svých činností. Bylo vyhodnoceno, že stránka v rámci krajského webu by byla lepším řešením než samostatné webové stránky kampaně. K inovativním krokům v roce 2021 nedošlo, a proto bude nutné přesunout tuto aktivitu do plánu aktivit na rok 2022.

Plán aktivit na rok 2021 dále zahrnoval stejné aktivity jako v oblasti Facebookového profilu, tedy nutnost vyhledávání a sdílení příspěvků o společenských akcích s tematikou pěstounské péče v rámci Karlovarského kraje, zveřejňování krátkých informačních textů k často kladeným dotazům ze strany zájemců o pěstounskou péči a rozhovory s pěstouny Karlovarského kraje. V tomto směru je možné považovat plán aktivit za naplněný.



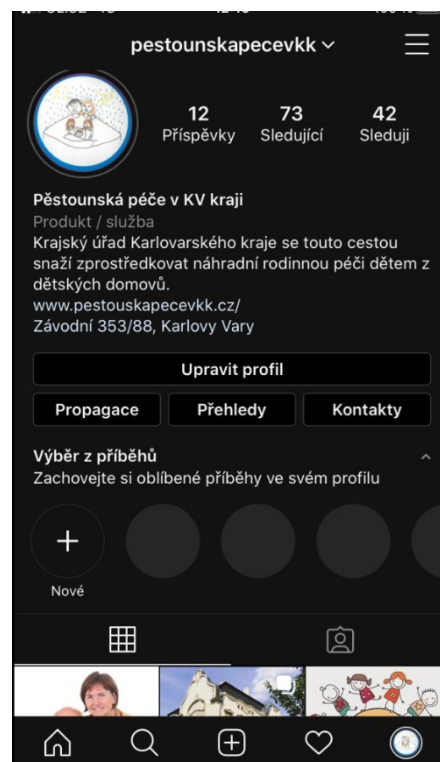
## IV. Správa a inovace Instagramového profilu

### Popis aktivity:

V březnu 2020 byl dle plánu založen Instagramový profil PESTOUNSKAPECEVKK, Instagram je po Facebooku druhou nejrozšířenější sociální sítí, jehož popularita neustále roste, je primárně zaměřen na sdílení fotografií a videí v tzv. stories.

### Hodnocení:

Instagramový profil PESTOUNSKAPECEVKK má v současné době 218 **sledujících**, přičemž na konci roku 2020 to bylo 127 sledujících. Z celkového počtu sledujících je 75 organizací, sdružení nebo spolků zabývajících péstounskou péčí, případně sociální prací (např. Hledáme rodiče, Nadace naše dítě, 8000 důvodů, Nadace Terezy Maxové apod.). Profil sleduje také herečka Jitka Schneiderová – patronka a tvář organizace Hledáme rodiče.



Na profilu bylo zveřejněno 31 příspěvků. Nejúspěšnějším příspěvkem se v roce 2020 stala pozvánka na akci „Dny pěstounství“ s programem. Dalšími úspěšnými příspěvky pak byly fotky dlouhodobých pěstounů z Karlovarského kraje doplněné krátkým poselstvím, proč se rozhodli stát se pěstouny a odkazem na webové stránky kampaně.

V rámci influence marketingu byla již v roce 2020 domluvena spolupráce s mamabloggerkou (ženy, které mají vlastní webovou stránku a věnují se tématům o mateřství, dětech a rodině) z Karlových Varů ZUZUMATKA (13 tis. sledujících), která i v roce 2021 pomáhala se sdílením příspěvků v rámci kampaně, a to především těch, které se týkaly pořádání akce „Dny pěstounství“. Tuto akci propagoval na svém Instagramovém profilu také tanečník Jan Onder (16 tis. sledujících).

### Závěr:



Plán aktivit na rok 2021 v oblasti Instagramového profilu zahrnoval, stejně jako u Facebooku a webu, nutnost vyhledávání a sdílení příspěvků o společenských akcích s tematikou pěstounské péče v rámci Karlovarského kraje, zveřejňování krátkých informačních textů a zejména fotografie s motivem pěstounské péče. V tomto ohledu považujeme plán aktivit za naplněný. Dále plán obsahoval nutnost vyhledávání vhodných známých osobností za účelem spolupráce. Tato aktivita je samostatně popsána v kapitole VI. Třetí plánovanou oblastí byla realizace placené reklamy. V tomto ohledu nebyl plán aktivit naplněn, placená reklama na Instagramu nebyla ve sledovaném období realizována.

V nastavené aktivitě je žádoucí pokračovat a využít veškeré možnosti moderních sociálních sítí s cílem oslovit mladší generaci.

## V. Inzerce v tištěných médiích

### Popis aktivity:

Přesto, že byla tato aktivita v minulých letech opakovaně vyhodnocována jako neefektivní a vysoce nákladová, pokouší se KÚKK dále vyhledávat média, která jsou sledována stejnou cílovou skupinou jako kampaň, přitom cenově dostupná.

### Hodnocení:

V roce 2021 byla prostřednictvím romského koordinátora KÚKK navázána spolupráce s magazínem ROMANO Vodi. V květnu 2021 byl v tomto časopise otištěn rozsáhlý článek o potřebnosti pěstounské péče s názvem „Vyrůstat doma“, kde byla mimo jiné vyzdvižena nutnost pracovat s identitou dětí v NRP. V článku byl Karlovarský kraj označen za kraj osvícený. Na článku spolupracovali zaměstnanci oddělení sociálně-právní ochrany dětí, Odboru sociálních věcí KÚKK. Otištění článku nevyžadovalo žádné náklady z rozpočtu kampaně.

### Závěr:

Plán aktivit na rok 2021 předpokládal vyhledávání vhodných médií (časopisy typu Maminka, Moje psychologie apod.) a zpracování podkladů pro realizaci inzerce. V tomto ohledu můžeme považovat plán za splněný. Přesto, že se nejedná o nosný informační kanál, je vhodné nadále využívat nízkonákladových inzertních možností. S ohledem na předchozí zkušenosti kampaně je však efektivnější informovat veřejnost prostřednictvím místních médií jednotlivých měst a obcí kraje.



## VI. Spolupráce se známými osobnostmi

### Popis aktivity:

Plán aktivit na rok 2021 obsahoval vyhledávání vhodných osobností, které by mohly pomoci se šířením kampaně. Primárně se mělo jednat o spolupráci s různými bloggery, influencery, mediálně známými osobnostmi v rámci webu, Facebooku a Instagramu.

### Hodnocení:



V roce 2021 byla navázána spolupráce s panem Janem Onderem, populárním tanečníkem, který pochází z Karlovarského kraje, přičemž je s tématem NRP propojen také prostřednictvím bratra, Jakuba Ondera. PhDr. Jakub Onder vykonává pro KÚKK činnosti psychologa pro NRP, kdy provádí vyšetření zájemců o NRP v rámci odborného posuzování a podílí se na tzv. „párování“ vhodných žadatelů pro konkrétní děti z Karlovarského kraje. Sourozenci Jan a Jakub Onderovi se v roce 2021 ujali moderování prvního ročníku kulturně-spoločenské akce Den (pro) pěstounství, která je hodnocena v kapitole I.

V roce 2021 nebyla navázána další užší spolupráce se známými osobnostmi, vyjma dosavadní spolupráce, viz hodnocení aktivit Facebooku a Instagramu.

### Závěr:

Je obecným faktem, že populární osobnosti mají významný vliv při propagaci potřebných myšlenek. Z tohoto důvodu je vhodné v této aktivitě pokračovat a s ohledem na současné pojetí tváře kampaně, která nemá na popularitu kampaně žádný vliv, by bylo vhodné uvažovat o změně tváře kampaně, včetně celkového lepšího uchopení tohoto mediálního prvku.



## VII. Distribuční činnost

### Popis aktivity:

Distribuční činností míníme šíření veškerých informačních materiálů, ať již tištěných či elektronických, a dále reklamních předmětů. Tato činnost byla v minulých letech vyhodnocována jako podstatná pro celou kampaň. Plán aktivit pro rok 2021 v této oblasti zahrnoval, s ohledem na nízký rozpočet, pouze distribuci reklamních předmětů.

### Hodnocení:

#### **Distribuce elektronických informačních materiálů**

- Rozhlasové spoty:

Přestože plán aktivit na rok 2021 nepočítal s distribucí vlastního rozhlasového spotu, podařilo se tuto činnost realizovat. Finanční prostředky byly přesunuty z jiných aktivit, které nebylo možné uskutečnit s ohledem na opatření vlády v důsledku šíření onemocnění COVID 19.

V roce 2021 byl tedy odvysílán vlastní rozhlasový spot KÚKK celkem 200x. Spoty byly vysílány v termínu od 29.11. – 20.12.2021, a to na regionálním Hitrádiu Dragon a na rádiu Blaník – Karlovarsko. Cena distribuce rozhlasového spotu činila 53 258 Kč. V tomto období zaznamenal Facebookový profil kampaně zvýšení počtu návštěv a označení „To se mi líbí“. Přímo souvislost mezi vysíláním rozhlasového spotu a zájmem o Facebookovou stránku kampaně nelze prokázat, určitý vliv je však velmi pravděpodobný.

- 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, jako je např. na led







obrazovky v centrech měst, obchodních řetězců, případně v MHD, v roce 2021 nedošlo.

- Elektronická brožura



Stejně tak nebyla specifickými způsoby distribuována elektronická brožura kampaně, ale je trvale umístěna na webu kampaně.

### Distribuce tištěných informačních materiálů

Tištěné informační materiály pořídil KÚKK již v roce 2016, viz kapitola Finanční zdroje. Jednalo se o jednoduché letáčky, informační brožury a kompletní informační balíčky – desky obsahující leták, brožuru, samolepku s logem kampaně, informace o dávkách pěstounské péče a žádost o zařazení do evidence žadatelů. Kompletní balíčky jsou obvykle přikládány k výstavním panelům putovní výstavy „Staňte se pěstounem“.

Na rok 2021 nebyla plánována samostatná distribuce těchto materiálů, neboť materiály vyžadují aktualizaci. Několik kusů letáků bylo rozdáno v rámci akce „Týden pěstounství“. Stejně tak pouze několik kusů kompletních balíčků bylo přiloženo k výstavám konaným v tomto roce (viz kapitola Putovní výstava „Staňte se pěstounem“).

V rámci potřeby KÚKK zaměřit se v kampani na vyhledávání pěstounů z řad romského etnika, byla v roce 2021 navázána spolupráce se zástupcem romské komunity a s jeho pomocí vznikly nové informační letáky v romském jazyce. Letáky byly vytištěny v nákladu 1 000 ks za cenu 3 400 Kč a část jich byla distribuována do romské komunity prostřednictvím romského koordinátora KÚKK. Další část letáků byla poskytnuta OSPOD obcí s rozšířenou působností (dále jen „ORP“) v rámci Karlovarského kraje. Leták byl





představen také v rámci aktualit na webu kampaně a na Facebookovém profilu kampaně.

### **Distribuce reklamních předmětů**

Reklamní předměty nakoupil KÚKK v roce 2018, viz kapitola Finanční zdroje. Převážná většina reklamních předmětů byla distribuována v minulých letech prostřednictvím organizací, které v Karlovarském kraji uzavírají dohody o výkonu pěstounské péče. Tyto organizace pořádají samostatné aktivity na podporu pěstounské péče v kraji, kde tyto předměty mohou rozdávat. V roce 2021 proběhla distribuce zbylých kusů propagačních předmětů v rámci akce „Týden pěstounství“. S ohledem na zřejmě malý vliv reklamních předmětů při rozhodování zájemců, zda se stát pěstounem, nebude zařazení výroby a nákupu nových reklamních předmětů do plánu aktivit na rok 2022 prioritou. Kromě toho bude do plánu aktivit zahrnuta také revize spolupráce se známými osobnostmi (viz příslušná kapitola tohoto hodnocení), v jejímž důsledku může dojít také ke změně některých vizuálních prvků kampaně. V této souvislosti by nebylo pořizování nových reklamních předmětů aktuálně strategické.

### **Závěr:**

Plán aktivit v oblasti distribuce byl naplněn, dokonce bylo možné nad rámec plánu realizovat distribuci rozhlasového spotu na výrobu nákup a distribuci nových letáků za účelem informování o potřebnosti romských pěstounů. Plán aktivit na rok 2022 by měl zahrnovat aktualizaci některých informačních materiálů a hledání způsobů další distribuce materiálů mezi širokou veřejností.

## **VIII. Přednášková činnost**

### **Popis aktivity:**

Přednášková činnost v rámci kampaně byla v dřívějších letech chápána spíše jako doplňková, a to s ohledem na malý počet osob, které může oslovit. Tím, že byly přednášky realizovány nejčastěji v rámci středních škol, byla za nejdůležitější prvek této činnosti považována možnost cílit do nižších věkových skupin tak, aby povědomí o pěstounské péče měli již mladí lidé. Byla vyzdvižována možnost „začít vychovávat“ altruistickou generaci, která bude potřebám dětí v NRP rozumět.

V tomto směru došlo v roce 2021 k výraznému obratu, který byl jedním z mála pozitivních důsledků opatření na ochranu před šířením nemoci COVID 19. Na konci roku 2021 byly zahájeny webináře blíže popsané a statisticky zhodnocené v kapitole II.



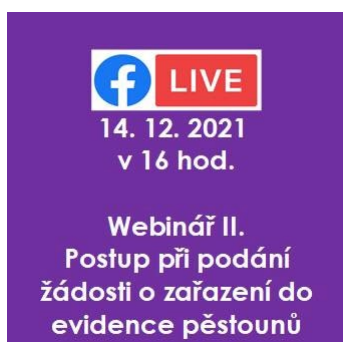
V této kapitole odkazujeme také na kapitolu IX., kde je hodnocena literární soutěž pro střední školy. S výstupy soutěže je nutné dále pracovat. Z jednotlivých prací je znát, že studenti středních škol mají velmi altruistické cítění, na druhou stranu je zřejmé, že studenti téměř nerozlišují osvojení a pěstounskou péči. Při zasílání prací studentů byl Krajský úřad ze strany jedné ze středních škol vyzván, aby bylo téma náhradního rodičovství se středoškoláky rozebíráno osobně a opakovaně.

### Hodnocení:

Plán aktivit na rok 2021 reagoval na vyhodnocení plánu aktivit za rok 2020, kdy bylo doporučeno zachovat přednáškovou aktivitu i do dalších let. S ohledem na to, že přednášková činnost byla realizovaná především na středních školách, byla do plánu aktivit za rok 2021 zahrnuta nutnost nalezení vhodné lokality pro realizaci min. 2 odborných přednášek pro cílovou skupinu – zejména mateřská centra, rodičovské kluby, školy apod.

Preventivní opatření před šířením onemocnění COVID 19 nedovolila po většinu roku naplnit plán aktivit v ohledu nalezení vhodných lokalit, kde by bylo možné přednášet osobně. Plán realizovat minimálně 2 přednášky byl však naplněn prostřednictvím 2 webinářů, respektive prostřednictvím 2 přednášek v rámci živého vysílání na Facebooku.

1. Webinář proběhl dne 23.11.2021 a byl zaměřen na samotnou podstatu pěstounské péče, na vysvětlení, proč je pěstounská péče důležitá
2. Webinář proběhl dne 14.12.2021. Obsah webináře byl zaměřen na postup při podání žádosti o zařazení do evidence osob vhodných vykonávat pěstounskou péči.



Hodnocení úspěšnosti webinářů bylo zpracováno výše v kapitole „Správa a inovace Facebookového profilu kampaně“.

Na rok 2021 bylo plánováno rovněž zahájení edukační činnosti směrem k žadatelům majoritního etnika o specifikách dětí odlišného (zejména romského) etnika v NRP





případně o dětech s handicapem, a to mimo jiné formou přednášek, besed či skutečných příběhů pěstounů na toto téma.

Samostatné přednášky či besedy k tomuto konkrétnímu tématu sice nebyly realizovány, nicméně v rámci obou Facebookových webinářů bylo toto téma otevřeno.

#### Závěr:

Plán na rok 2021 byl v oblasti přednáškové činnosti naplněn. V rámci přednáškové činnosti byl nalezen alternativní způsob oslovování veřejnosti s tématem pěstounství, a to prostřednictvím živého Facebookového vysílání. Zájem o osobní přednáškovou činnost projeví také pedagogové středních škol. Tuto aktivitu je vhodné pro plánování na rok 2022 ponechat a přizpůsobit novým formám a posluchačům.

## **IX. Literární nebo výtvarná soutěž pro školy**

#### Popis aktivity:

Soutěž cílená na studenty středních škol v Karlovarském kraji byla do plánu aktivit zařazena zejména z výše popsaného důvodu zaměřit se na „výchovu“ altruistické generace, která bude potřebám dětí v NRP rozumět. Zároveň je zde však předpoklad, že rodiče žáků středních škol, kteří jsou cílovou skupinou kampaně, se o tématu pěstounství dozvědí prostřednictvím svých dětí, kteří budou doma o soutěži vyprávět, případně se budou s rodiči radit.

Karlovarský kraj vyhlásil nakonec literární soutěž pro žáky středních škol v regionu Karlovy Vary v listopadu 2021 prostřednictvím tiskové zprávy kraje. Předmětem soutěže byla písemná úvaha na téma „Náhradní láska“. Porota vybírající vítěze měla zasednout ve složení učitel českého jazyka, zástupce odboru sociálních věcí Krajského úřadu a tisková mluvčí krajského úřadu Karlovarského kraje. Hlavní cenou byl digitální fotoaparát INSTAX Mini. Slavnostní vyhodnocení bylo plánováno na 7. 1. 2022 a vítězná práce měla být uveřejněna na webu [www.pestounskapecevkcz](http://www.pestounskapecevkcz).

#### Hodnocení:

Do soutěže se zapojilo celkem 17 žáků ze tří středních škol – Obchodní akademie a VOŠ cestovního ruchu Karlovy Vary, Gymnázium a KVC Sokolov a Střední škola živnostenská Sokolov.



Vyhodnocení soutěže proběhlo dle plánu 7. 1. 2022, ovšem s ohledem na aktuální hygienicko-epidemiologickou situaci bylo slavnostní vyhlášení soutěže odloženo na neurčito.

#### Závěr:

Plán aktivit byl v tomto směru naplněn. S ohledem na úspěch aktivity a její přesah do roviny přednáškové činnosti a dalších možností práce se získaným materiálem se doporučuje aktivitu zařadit znovu do plánu aktivit na rok 2022.

## **X. Aktualizace základního dokumentu**

#### Hodnocení:

Dokument Vyhledávání osob vhodných stát se pěstouny v Karlovarském kraji byl vytvořen v roce 2015. Dokument obsahuje množství informací a statistických údajů, které od té doby doznaly mnoho změn. Změnami prošel i proces zprostředkování NRP. Z tohoto důvodu je revize dokumentu považována za důležitou součást vývoje kampaně „Staňte se pěstounem“. Revize byla zahrnuta již do plánu aktivit na rok 2019, následně na rok 2020, a v důsledku nesplnění byla tato aktivita předmětem plánu také v roce 2021. Ani v tomto roce však k revizi základního dokumentu kampaně nedošlo. Důvodem bylo opět nedostatečné personální zajištění kampaně po odborné stránce. Plán aktivit na rok 2021 nebyl v tomto bodu naplněn.

#### Závěr:

Vzhledem k tomu, že plán aktivit na rok 2021 nebyl v oblasti aktualizace dokumentu „Vyhledávání osob vhodných stát se pěstouny v Karlovarském kraji“ naplněn, ovšem důvody pro jeho revizi trvají, bude vhodné zahrnout tuto aktivitu do plánu na rok 2022.

## **XI. Putovní výstava „Staňte se pěstounem“**

#### Popis



Putovní výstava byla jednou z prvních aktivit, kterou KÚKK v rámci kampaně začal realizovat. Již v roce 2016 byly ve spolupráci s Nadačním fondem J & T (dnes Nadace J & T) vyrobeny první výstavní panely, na kterých byli zobrazeni pěstouni z celé ČR. Výstava poukazovala na to, že pěstounem se může stát každý, bez ohledu na jeho profesi. Od roku 2017 byli pro účely výstavy fotografováni dlouhodobí pěstouni z Karlovarského kraje. Cílem výstavy bylo poukázat na to, že pěstounství může přinášet pozitivní zkušenosti a že pěstounem může být klidně soused.

Plán aktivit pro rok 2021 předpokládal realizaci minimálně 3 výstav, přičemž z předchozích hodnocení je zřejmé, že vhodnými prostory pro realizaci výstav jsou především vestibuly a ochozy nákupních center, respektive místa, kde se pohybuje velké množství osob.

#### Hodnocení:

V roce 2021 byla v reálném prostoru realizována pouze jedna výstava. Jednalo se o výstavu v obchodním centru Varyáda v Karlových Varech v termínu od 6. 9. do 6. 10. 2021,

kteřá byla součástí propagace „Týdne pěstounství“. V rámci výstavy byly umístěny také výše zmíněné informační balíčky, které si mohli návštěvníci centra odnést. Tímto způsobem bylo odebráno celkem 55 balíčků.

Na prosinec 2021 byla dohodnuta výstava v kulturním centru LaRitma v Aši, bohužel z důvodu vládních opatření nebylo možné realizovat žádné kulturní aktivity většinu roku, tedy ani tuto výstavu se nepodařilo uskutečnit.





V tomto ohledu však KÚKK pružně zareagoval a stejně jako v oblasti přednáškové činnosti



přesměroval realizaci aktivity do online prostoru, kdy v průběhu března a dubna 2021 byly na sociální síti kampaně umístěny jednotlivé fotografie pěstounů z Karlovarského kraje společně s jejich krátkým komentářem k pěstounské péči. Tyto příspěvky zaznamenaly na sociálních sítích ohlas.

### Závěr:

Plán aktivit byl v důsledku vládních opatření v souvislosti se šířením onemocnění COVID 19 v této oblasti naplněn pouze částečně, nicméně byl nalezen inovativní

způsob realizace putovní výstavy „Staňte se pěstounem“. S ohledem na pozitivní ohlas takto realizované výstavy bude vhodné zahrnout tuto aktivitu opět do plánu aktivit na následující rok a využívat a hledat různé alternativy realizace této aktivity.

## **XII. Výroba „Krabíček do života“**

### Popis:

Od roku 2018 Karlovarský kraj předává nově narozeným dětem s trvalým pobytem v Karlovarském kraji, o které rodiče nemohou z nejrůznějších důvodů pečovat tzv. „Krabíčku do života“. Jedná se o uzavíratelnou krabici z dekorativního kartonu. Na obalu je vyobrazena mapa Karlovarského kraje. Obsah krabíček je přizpůsoben potřebám dětí v oblasti jejich identity. Všichni, kdo takové dítě přebírají do péče, tj. nejčastěji dlouhodobí pěstouni a pěstouni na přechodnou dobu, využívají obsahu krabíčky k tomu, aby zaznamenali první roky života dítěte, ať již formou otisků končetin, do fyzického alba, či na externí disk. Děťátko dostane také například svou první hračku.

### Hodnocení:

Aktuálně má KÚKK k dispozici 16 ks krabíček, což je s ohledem na to, že by měly být předány cca 30 dětem z kraje ročně, málo. V roce 2022 bude nutné nákup zopakovat.



### Závěr:

V tomto ohledu nejde o aktivitu kampaně ve smyslu snahy o příliv nových pěstounů, ale spíše o podporu stávajících pěstounů, včetně pěstounů na přechodnou dobu. Tato aktivita má zejména pomoci samotným dětem v oblasti identity, jak je uvedeno výše. S ohledem na nedostatečnou zásobu krabiček, kdy je pouze do pěstounské péče na přechodnou dobu ročně umístěno zhruba 30 dětí, bude nutné do plánu aktivit na rok 2022 zahrnout výrobu dalších krabiček.

## **XIII. Edukační činnosti směrem k žadatelům majoritního etnika o specifikách dětí odlišného (zejména romského) etnika v NRP, případně o dětech s handicapem**

### Popis:

Tato aktivita byla do plánu aktivit na rok 2021 zahrnuta poprvé, a to s ohledem na strukturu evidence dětí, kterým je třeba zprostředkovat pěstounskou péči. Jedná se cca ze 70 % o děti romského etnika. Zároveň jde o sourozenecké skupiny. Cílem této aktivity bylo informovat o faktech a mýtech výchovy popsanych dětí v NRP, a to formou přednášek, besed či skutečných příběhů pěstounů na toto téma.

### Hodnocení:

Aktivita byla zhodnocena v rámci hodnocení realizace webinářů prostřednictvím Facebookového profilu kampaně, kde bylo o etnicitě dětí, případně o dětech s postižením podrobně hovořeno.

Zároveň byla aktivita hodnocena v rámci popisu autorských příspěvků na webové stránce, Facebooku a Instagramu kampaně, kam byly během roku umístěny příběhy pěstounů z KV kraje, kteří vychovávají děti odlišného etnika. Obdobně se problematice věnovala inzerce v tištěných denících, která je popsána rovněž v samostatné kapitole.

### Závěr:

Plán aktivit byl v tomto bodě naplněn. Aktivity tohoto typu je důležité v plánu aktivit ponechat a dále rozvíjet.





# 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 Google, abyste mohli uložit dosavadní postup. Další informace

\*Povinné pole

Uvedte 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 Valika, z.s.
- Náhradním rodinám, o.p.s.

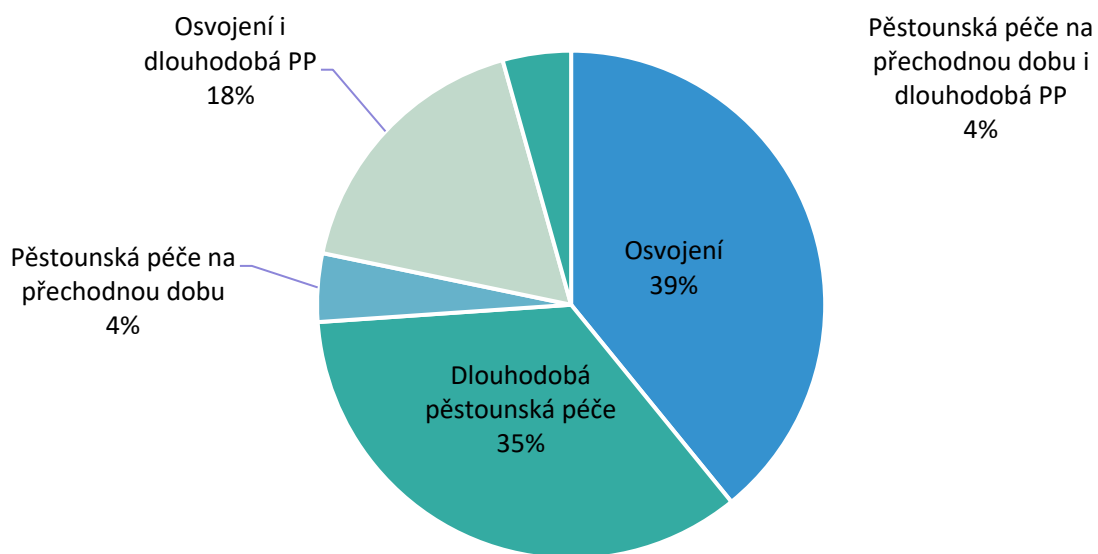
Za vyplnění dotazníků zodpovídají jednotlivé OSPOD a organizace, které uzavírají dohody o výkonu pěstounské péče. Tyto organizace přicházejí do styku se zájemci o NRP jako první. Vyplněný dotazník může poskytnout mnoho cenných informací k dalšímu cílení kampaně. Dotazník je vyplňován elektronicky a jeho vyplnění nezabere více než 5 min.

### Hodnocení:

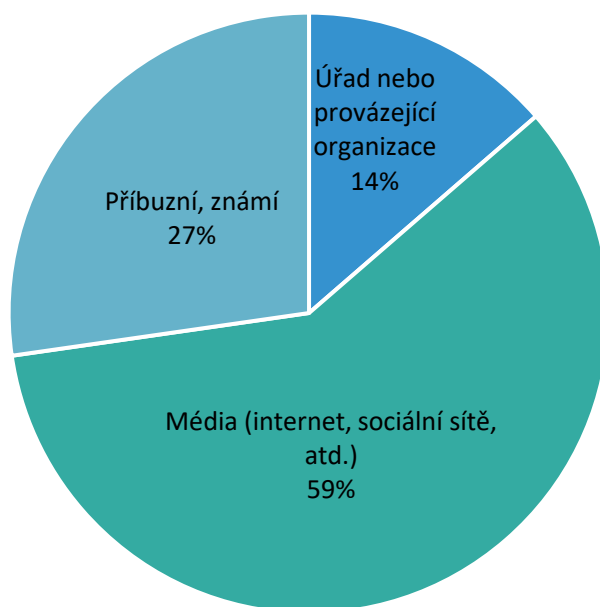
Grafy vložené níže znázorňují výsledky získané vyplňováním dotazníku uvedenými subjekty v roce 2021. Nejčastěji dotazník využil OSPOD Cheb, který v roce 2021 zaznamenal celkem 9 odpovědí. Následuje OSPOD Sokolov se 4 odpověďmi, OSPOD Mariánské Lázně se 3 odpověďmi, OSPOD Karlovy Vary pak vyplnil dotazník 2x. Z organizací, které uzavírají dohody o výkonu pěstounské péče v Karlovarském kraji se zapojily Centrum pro dítě a rodinu Valika, z. s., Dětský úsvit, z. s. a Služby pro rodinu, z. ú.



## Forma NRP, na kterou se žadatelé informovali

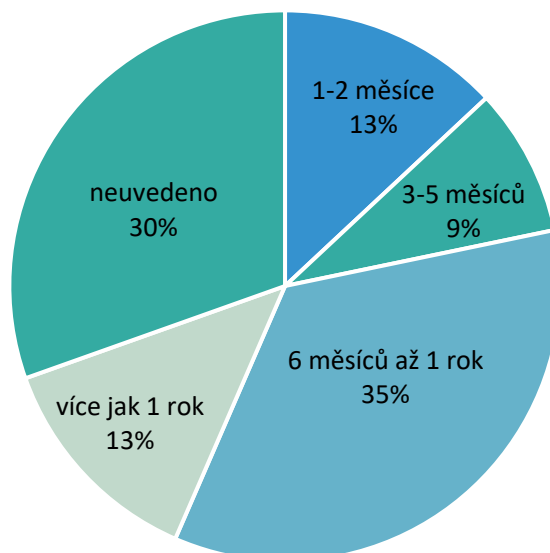


## Kde zájemce získal prvotní informace?

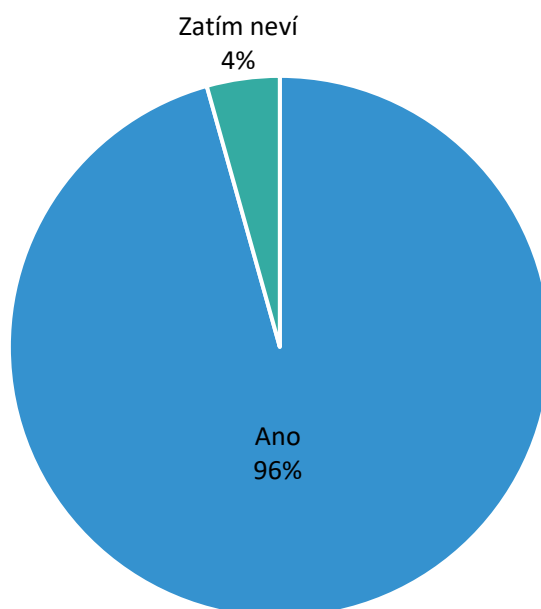




## Jak dlouho se zájemci rozhodovali pro návštěvu organizace za účelem získání informací?



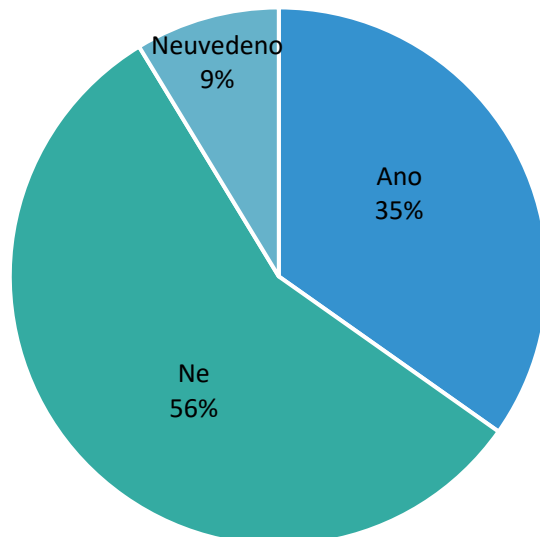
## Dospěli žadatelé po získání úvodních informací k rozhodnutí stát se pěstounem či osvojitelem?







**Zaznamenali jste kampaň „Staňte se  
pěstounem“ (web, Facebook, Instagram)?**



**Kdo zaznamenával informace o  
návštěvě zájemců?**





## Závěr:

Plán aktivit v této oblasti předpokládal na rok 2021 vytvoření fyzické verze dotazníku a jeho distribuci potřebným subjektům a porovnání, zda zájemci uvedení v dotazníku, žádost o zařazení do evidence žadatelů fakticky podali. Fyzická verze dotazníku byla sice vytvořena, bohužel v důsledku personálního výpadku zajištění kampaně ke konci sledovaného roku není k hodnocení dalších částí této aktivity dostatek informací. Aktivitu bude nutné zahrnout do plánu aktivit na rok 2022.

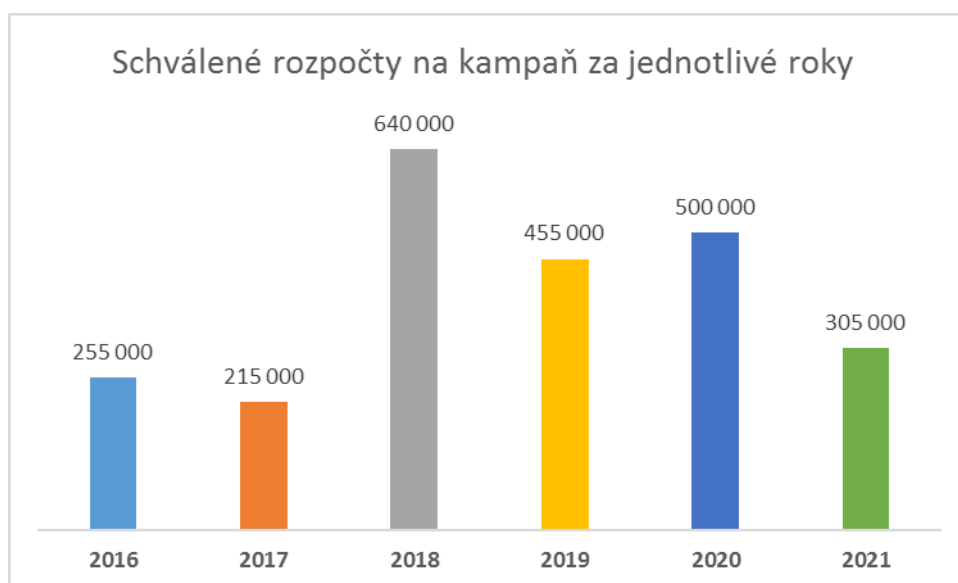
## II. Vstupy

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

### II.1 Finanční zdroje

Kampaň „Staňte se pěstounem“ je financována výhradně z rozpočtu Karlovarského kraje, respektive z rozpočtů jednotlivých odborů Krajského úřadu Karlovarského kraje, 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 užity. Na rok 2015 nebyla schvalována žádná samostatná částka pro účely kampaně.

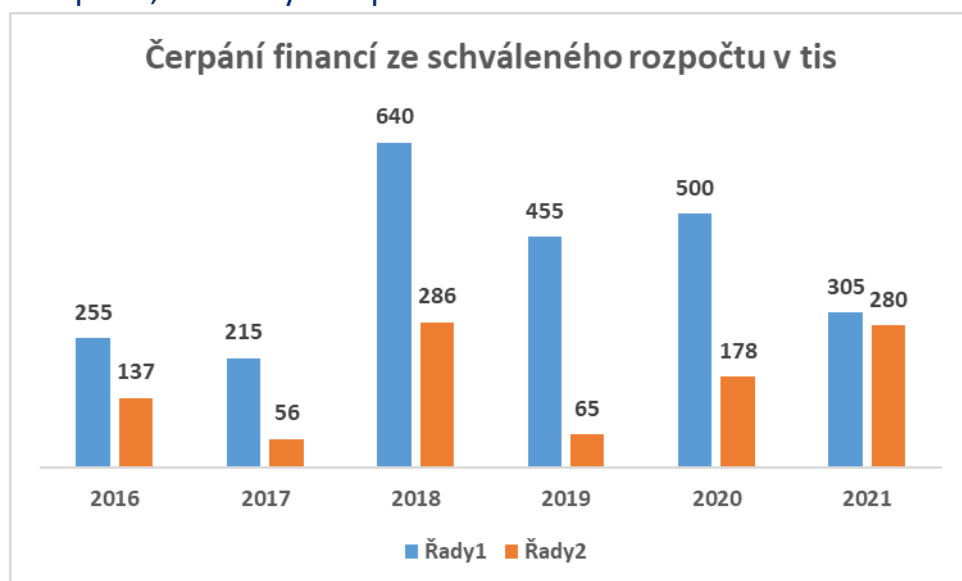


Následující tabulka a graf níže znázorňují, kolik finančních prostředků bylo v jednotlivých letech proti schváleným rozpočtům skutečně čerpáno.



	Schválený rozpočet	Fakticky čerpáno	Fakticky čerpáno v %
2016	255 000	137056,5	53,70%
2017	215 000	56 351,57	26,20%
2018	640 000	285999,6	44,70%
2019	455 000	64750	14,20%
2020	500 000	178421	35,70%
2021	305 000	258573,9	84,80%

Z uvedeného vyplývá nízká schopnost čerpání finančních prostředků od začátku realizace kampaně, která byla v předchozích letech zdůvodňována nedostatečným **personálním**



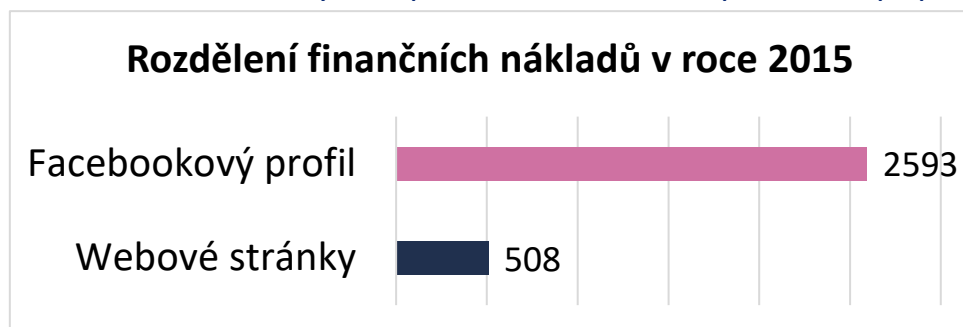
**zajištěním** a složitostí **administrativních úkonů při schvalování a následném plnění plánu aktivit**, včetně **zdlouhavého** **poptávkového řízení** a **dlouhého procesu schvalování proplácení jednotlivých aktivit**. V důsledku toho

docházelo k omezení realizace aktivit na naprosté minimum, což pro specifický druh činnosti, kterou informační kampaň je, znamená značnou překážku a činí ji tak nepružnou a málo účinnou. Je zřejmé, že tento trend byl v posledním roce překonán. Tuto skutečnost přikládáme faktu, že kampaň měla svého koordinátora, který se věnoval převážně této činnosti. Podrobnosti k personálnímu zajištění kampaně uvádíme v kapitole „Lidské zdroje“.



### 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



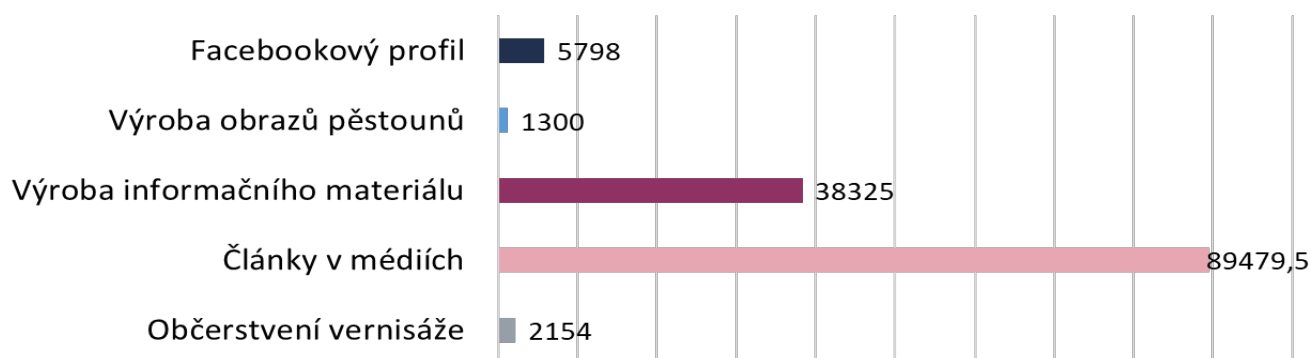
kampaně, byl konstruován základní strategický dokument a byly připravovány tištěné materiály ke kampani. Tyto aktivity zajišťovali pracovníci

Krajského úřadu Karlovarského kraje svépomocí. Finanční náklady tak byly minimální.

### Komentář k finančním zdrojům v roce 2016

Kampaň byla v tomto roce zaměřená na medializaci prostřednictvím různých deníků. 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 užívány až do roku 2021.

**Rozdělení finančních nákladů v roce 2016**

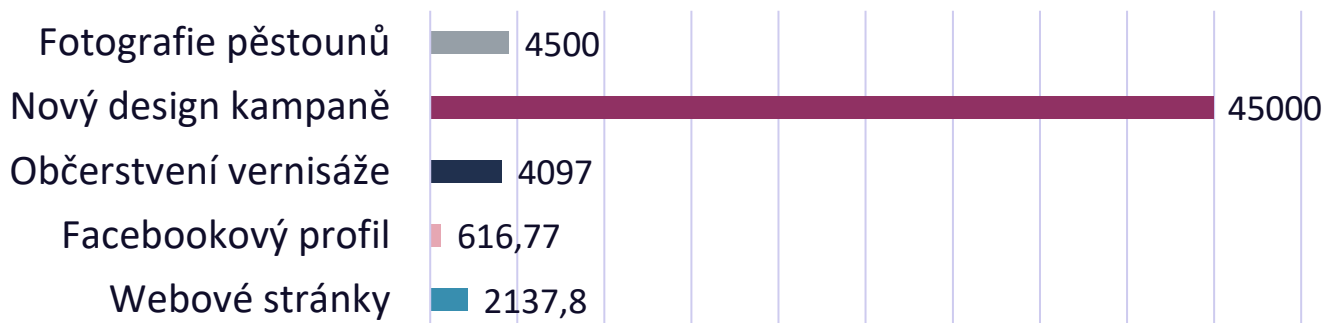


### Komentář k finančním zdrojům v roce 2017

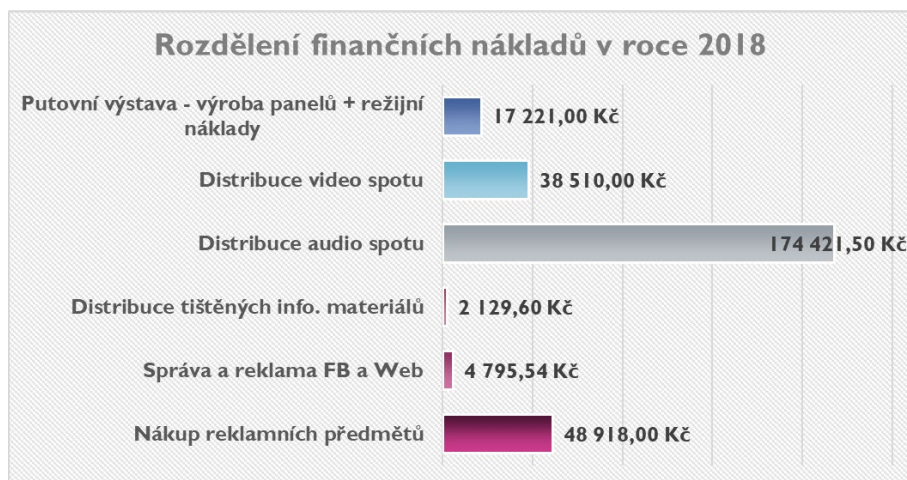
V roce 2017 došlo k útlumu kampaně. Z rozdělení finančních nákladů za rok 2017 je zřejmé, že do samotné propagace byly investovány minimální částky. Tento trend se bez pochyb odrazil také v minimálním zájmu široké veřejnosti o výkon pěstounské péče, viz statistické údaje v kapitole „Výstupy“.



## Rozdělení finančních nákladů v roce 2017



### Komentář k finančním zdrojům v roce 2018



S ohledem na popsanou stagnaci distribuce v roce 2017, obsahoval plán aktivit na rok 2018 aktivity zaměřené právě tímto směrem. Nejdražším distribučním kanálem je rozhlasové vysílání reklamního spotu. Nejmenší náklady na

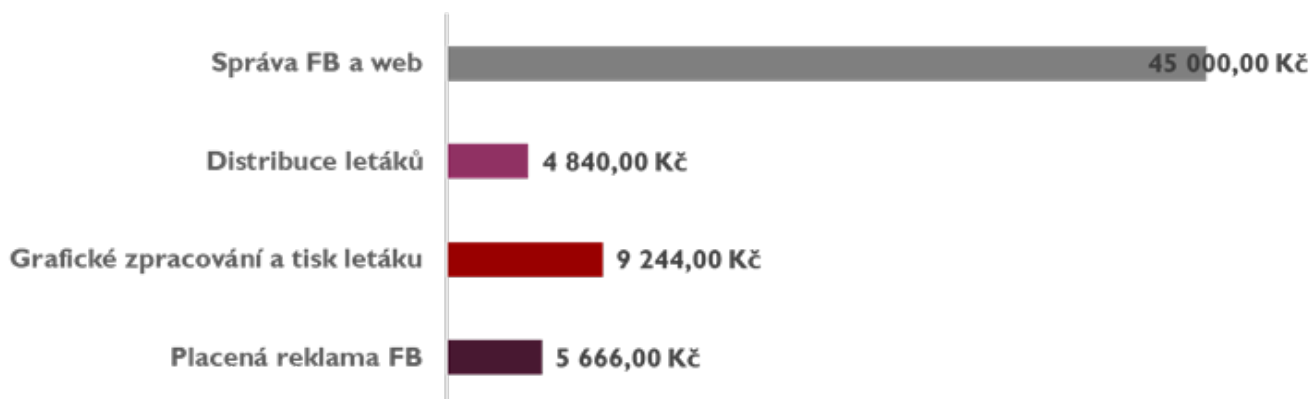
distribuci naopak zahrnuje roznáška tiskovin. Facebookový profil a webové stránky je nutné nadále považovat za nejstabilnější distribuční kanál s nejlevnějším provozem.

### 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).

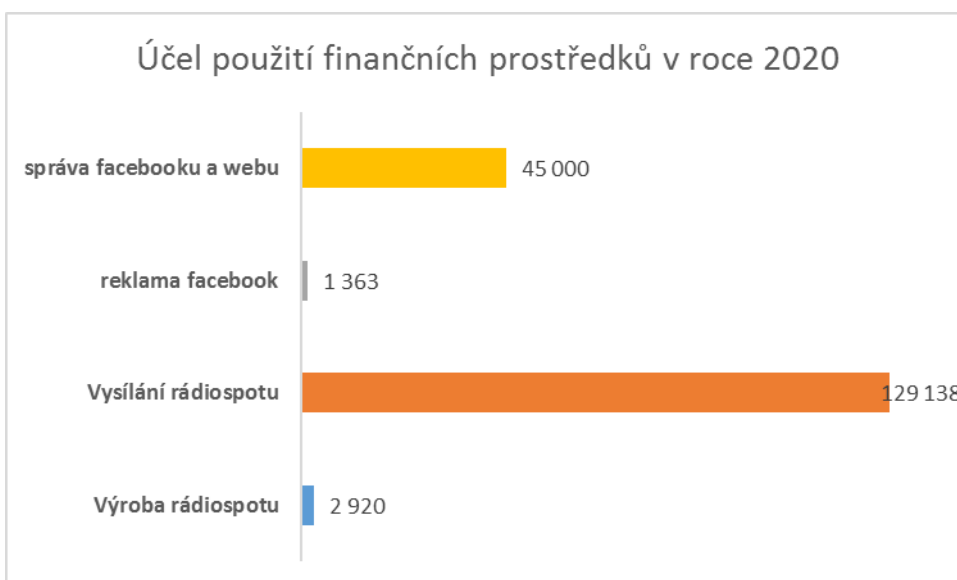


### Rozdělení finančních nákladů v roce 2019



### 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

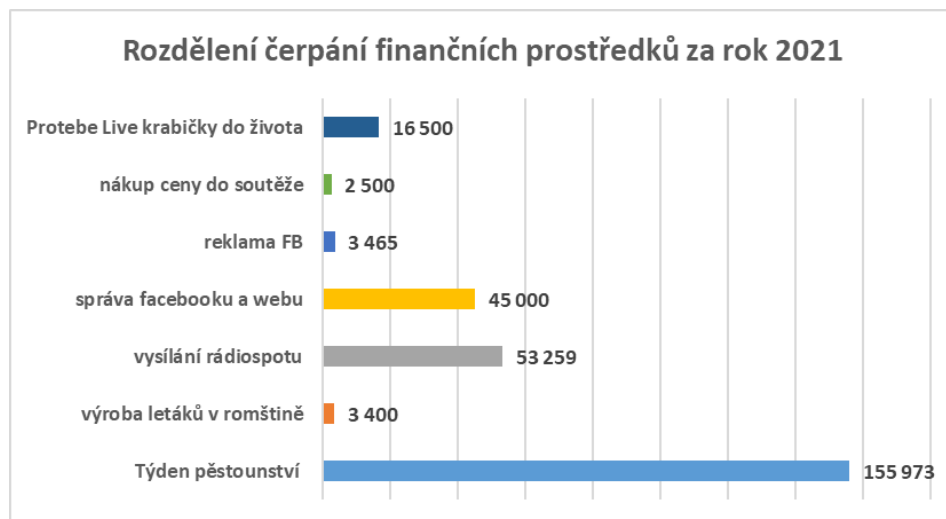


však výrazně negativně ovlivnila jednak nezkušenost koordinátora v oblasti NRP a nutnost jeho zaučení, ale zejména výrazná omezení ve všech oblastech života v souvislosti s pandemií COVID 19. Kampaň se tak v roce 2020 zaměřila na jediné použitelné informační kanály, kterými byly sociální sítě a rozhlasové vysílání.



## Komentář k finančním zdrojům v roce 2021

Pandemie šíření onemocnění COVID 19 ovlivnila také značnou část roku 2021. Situace byla komplikovaná, 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 aktivit (viz komentář k realizaci akce Týden pěstounství). Na realizaci akce byl logicky vyčerpán největší podíl finančních prostředků ze schváleného rozpočtu.

## **II.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 této 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. Částečný úvazek (cca 15 %) je tak nadále kontinuálně zajišťován externím správcem Facebookového profilu a webových stránek, který navíc vyhledává a publikuje příspěvky relevantní pro kampaň. Další částečný úvazek (cca 15 %) je nutné zajišťovat pracovníkem pro oblast NRP Krajského úřadu Karlovarského kraje, který zodpovídá za obsahovou správnost kampaně.

Na kampani se částečně podílí celé oddělení sociálně-právní ochrany dětí, odboru sociálních věcí KÚKK. Do realizace jsou však zapojeni také například pracovníci odboru informatiky nebo odboru finančního KÚKK, a dále již zmíněné organizace, které uzavírají dohody o výkonu pěstounské péče v Karlovarském kraji a jednotlivé OSPOD ORP na území KK.





### III. Výstupy

#### Popis:

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 Krajský úřad Karlovarského kraje, 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 doposud zajišťují pouze dvě pracovnice. Rok 2021 byl pro agendu NRP komplikovaný nejen z hlediska pandemických opatření, ale také z hlediska personálního zajištění právě této oblasti, kdy obě evidence byly vedeny novými pracovnicemi.

#### Hodnocení:

##### III.1 Statistické údaje v oblasti evidence žadatelů

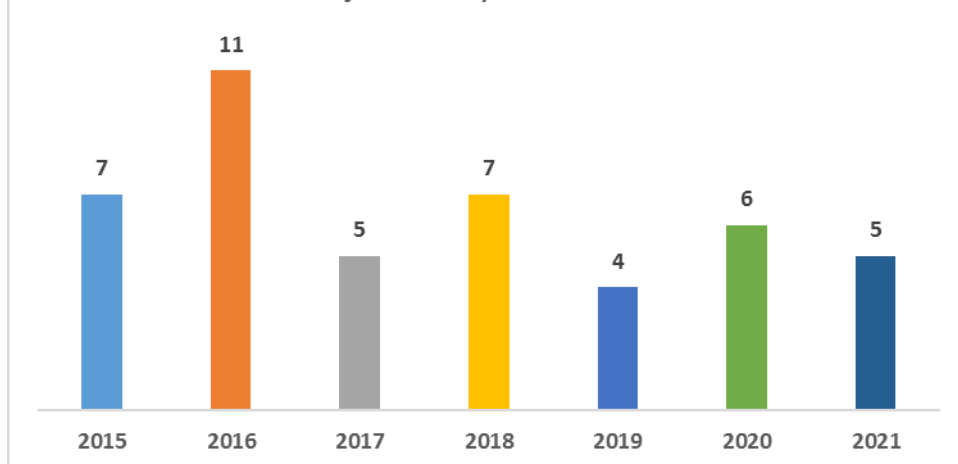
V roce 2021 bylo **přijato 12 žádostí o dlouhodobou pěstounskou péči**, což je o 1 žádost více, než v roce 2020. Jedná se stále o malý počet žádostí, avšak ze sledovaných let jde o druhý nejlepší výsledek.







Počet zařazených dlouhodobých pěstounů v jednotlivých letech



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

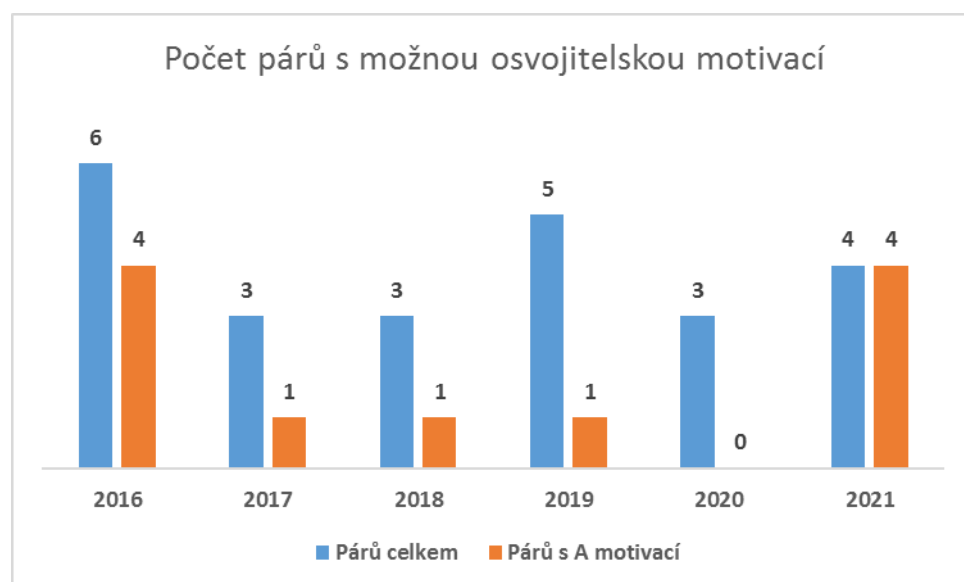
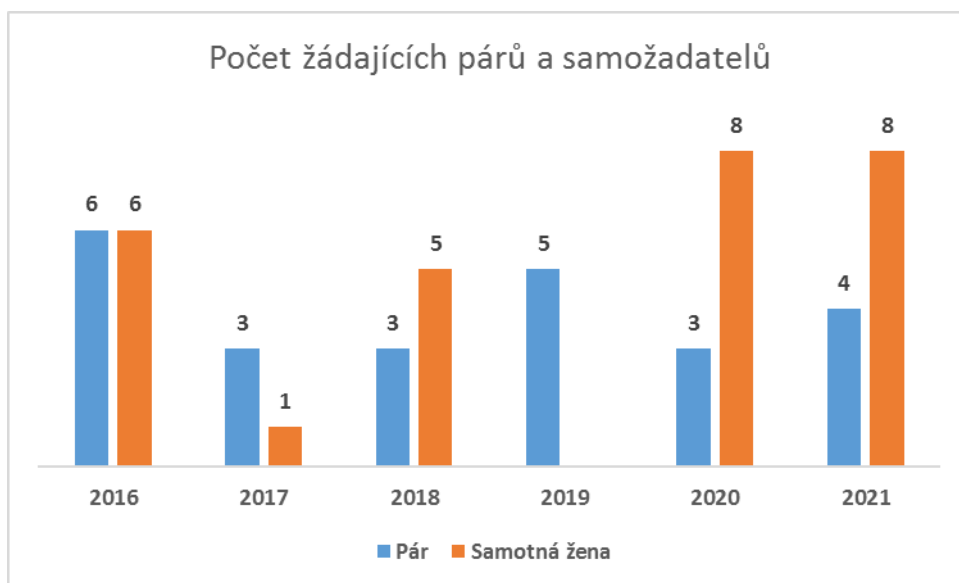
**evidence** krajského úřadu bylo v roce 2021 **zařazeno 5 žadatelů/žadatelů páru** (dále jen „žadatelů“) o dlouhodobou pěstounskou péči. Všechny 5 žadatelů, kteří byli zařazeni do evidence v roce 2021, podalo žádost o zařazení již v roce 2020. Stejně tak o všech 12 žádostech, které krajský úřad obdržel v roce 2021, bude rozhodnuto až v roce 2022.

V důsledku těchto skutečností je nezbytné si uvědomit, že na žadatele, kteří podali žádost o zařazení do evidence krajského úřadu v roce 2021, mohly působit aktivity kampaně konané v roce 2020, což by samozřejmě znamenalo, že způsob realizace kampaně v roce 2021 se může odrazit na počtu žádostí podaných v roce 2022. Jde však pouze o spekulaci, obecně má na rozhodnutí zájemců podat žádost vliv mnoho dalších okolností.

V rámci hodnocení za rok 2021 jsme se poprvé blíže zabývali typem zájemců o pěstounskou péči, aby bylo vůbec možné hodnotit správnost zacílení kampaně, přičemž je nutné uvést, že zhruba od roku 2018 jsme za cílovou skupinu kampaně považovali naše „typické fanoušky“ Facebookových a webových stránek, kterými jsou ženy ve věku kolem 40 let. Tyto ženy jeví nejvýraznější zájem o příspěvky na sociálních sítích spravovaných kampaní. V úvodu tohoto hodnocení jsme však v souladu s potřebami dětí, které odcházejí do náhradních rodin, došli k přehodnocení cílové skupiny, viz kapitola Cíl a cílová skupina kampaně.



Následující graf tak fakticky odráží dosavadní zacílení kampaně, a to zejména v posledních dvou letech, kdy žádost o zařazení do evidence osob vhodných stát se pěstouny podávají převážně samotné ženy.



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 stejně jako u samožádajících žen jde o potřebu samotných zájemců naplnit své rodičovské potřeby.

### Závěr:

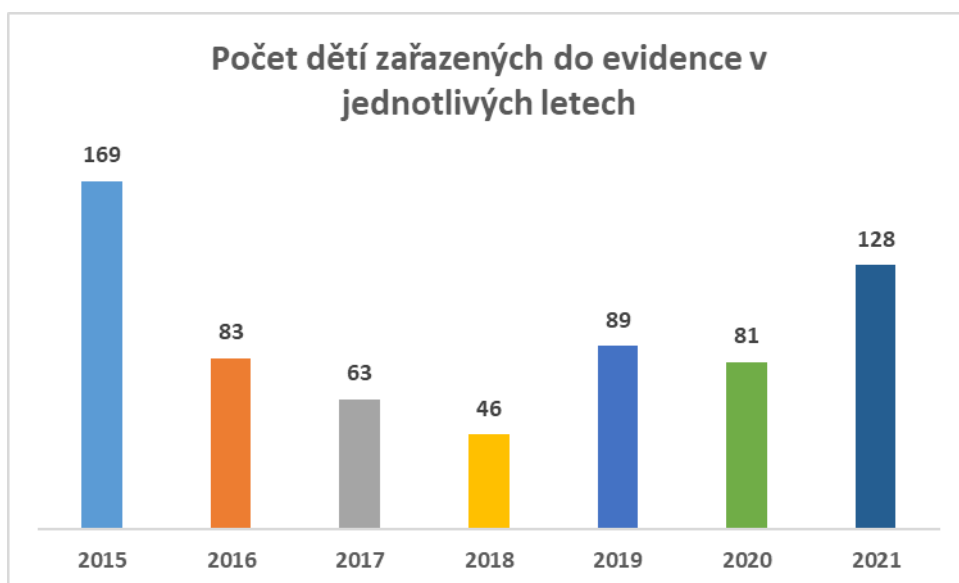
V České republice se dle statistik potýká s neplodností kolem 20 % párů a tento trend stále roste. Problematika se týká již každého čtvrtého či pátého páru. Stejně tak roste trend osob žijících single, jejichž motivace k přijetí dítěte může mít obdobný charakter, jako u bezdětných párů. Do budoucna bude nutné se v hodnoceních zamýšlet ne jenom nad počty přijatých žádostí a počty fakticky zařazených zájemců, ale zejména také nad motivací žádajících a porovnávat je s cílovou skupinou kampaně. Do plánu aktivit na rok 2022 by proto bylo vhodné zahrnout jednoduchý statistický mechanismus, který by se zaměřil na motivaci jednotlivých zájemců. Bylo by také vhodné pro účely hodnocení kampaně začít zaznamenávat důvody zamítnutých žádostí o pěstounskou péči.



### III.2 Statistické údaje v oblasti evidence dětí

K datu 10. 1. 2022 bylo v evidenci dětí KÚKK zapsáno 340 dětí. V tomto počtu jsou však zahrnuti také děti, jejichž situace je již fakticky vyřešena a čeká se pouze na právní titul, na jehož základě bude možné tyto děti z evidence vyřadit, takových dětí je 58. Pro 19 dětí v evidenci se k uvedenému datu vyhledávali vhodní osvojitelé, nikoliv pěstouni. Ze zbylého počtu 263 dětí je 139 dětí ve věku od 12 do 18 let, přičemž v této skupině vyhledáváme pěstounskou péči pouze pro 9 dětí. Naopak v druhé kategorii dětí do 12 let vyhledáváme, po předchozím odečtení dětí, kterým se vyhledávají vhodní osvojitelé, pěstouny všem 124 dětem. **Celkově tak vyhledáváme pěstounskou rodinu cca 133 dětem z celkového počtu dětí v evidenci.** K tomu je nutné podotknout, že počty dětí v evidenci se neustále proměňují a v letošním a příštím roce budou výrazně ovlivněny důslednějším metodickým vedením v oblasti hlášení ohrožených dětí do evidence KÚKK, kdy bylo v průběhu roku 2021 zjištěno, že jednotlivá ORP nehlásí do evidence zejména starší děti umístěné mimo biologické rodiny, případně děti s výchovnými problémy. Jde o stejný efekt, jako v případě hromadného hlášení dětí v roce 2015.

Tento jev je patrný již v přehledu dětí, které byly nahlášeny do evidence KÚKK právě v průběhu roku 2021, celkem 128 dětí. To se odráží na rapidním nárůstu celkového počtu dětí v evidenci vedené krajským úřadem. Na konci roku 2020 zahrnovala

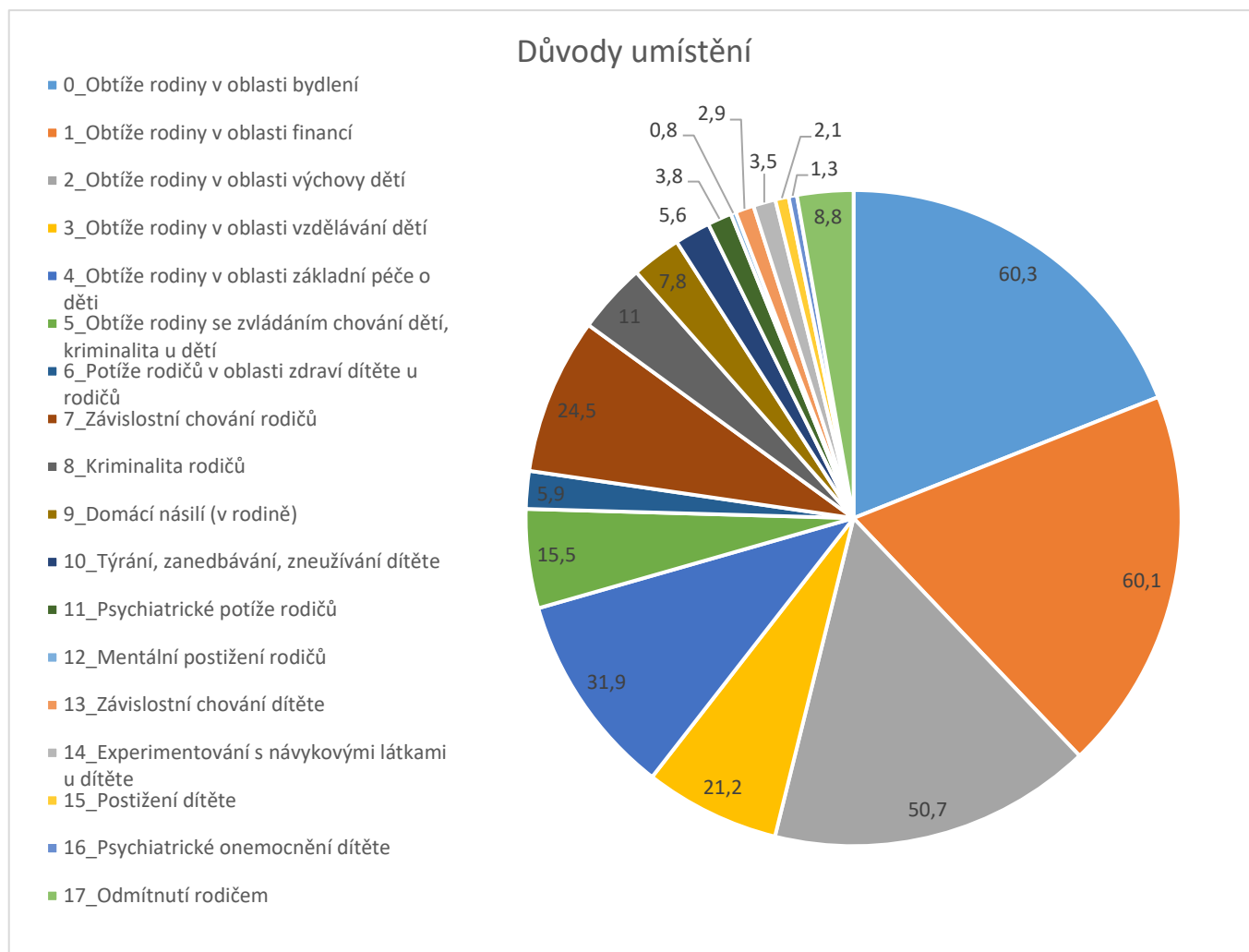


evidence dětí KÚKK 280 dětí, což je o 60 dětí méně, než k výše uvedenému datu v roce 2021.

Důvodů pro umístění dítěte mimo biologickou rodinu může být samozřejmě více. KÚKK pojmenoval celkem 17 hlavních důvodů, přičemž vždy při zařazení dítěte do evidence jsou tyto důvody zaznamenávány. Následující graf znázorňuje četnost vydefinovaných důvodů v celé evidenci dětí ke konci roku 2021.



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

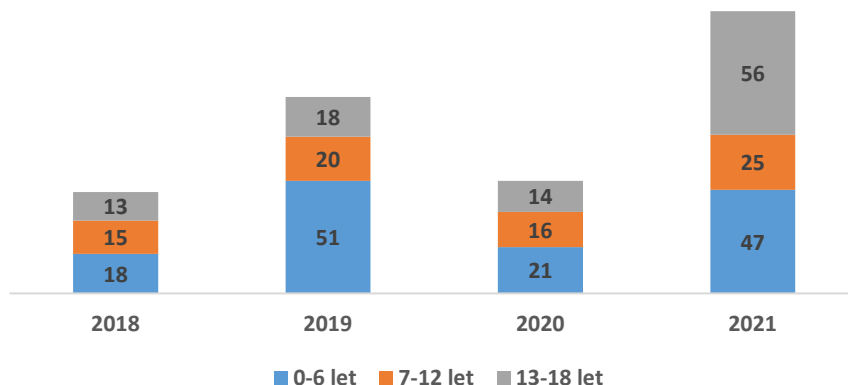


však třeba zopakovat, že v případě dětí umístěných mimo rodinu jde téměř vždy o kombinaci několika závažných důvodů, zejména pak např. závislostní chování rodičů, v jehož důsledku se rodiče dostávají do dluhové pasti a přicházejí o bydlení.

Následující graf znázorňuje věkovou strukturu dětí, které byly v jednotlivých letech přijímány do evidence. Z grafu je zřejmé, že největší podíl dětí, které jsou každoročně přijímány do evidence, zastávají děti ve věku od narození do 6 let. Jedinou výjimku vidíme právě v roce 2021, přičemž tento jev byl popsán výše. Jedná se o děti, které nebyly hlášeny do evidence jednotlivými OSPOD. Je pravděpodobné, že tento trend trval několik let, údaje o dětech ve věku mezi 13 – 18 lety budou tedy zřejmě zkreslené.

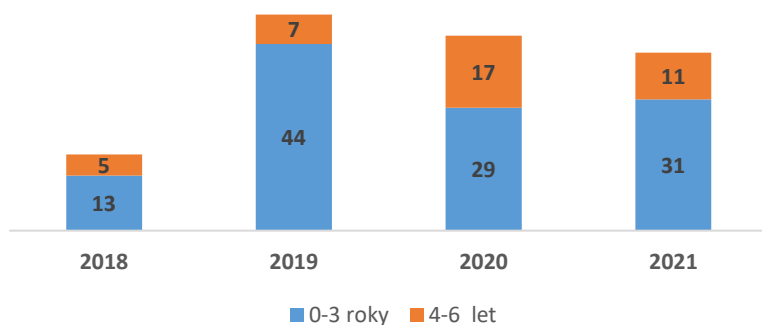


Věková struktura dětí zařazených do evidence  
v jednotlivých letech



Počty umístění nejmladších dětí jsou velmi vysoké. Následující graf rozlišuje děti v této

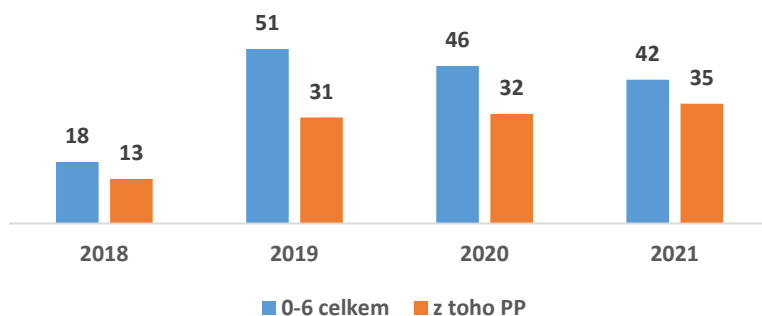
Věková struktura nejmladších dětí  
zařazených do evidence



skupině na děti, které byly v době jejich umístění ve věku 0 - 3 roky, druhá skupina pak byla ve věku 4 - 6 let. Je patrné, že skupina dětí do 3 let výrazně převládá.

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 pěstounská péče. Některé z dětí se vrací do svých biologických rodin, několika dětem je možné zprostředkovat osvojení. Porovnání, pro kolik z celkového počtu dětí do 6ti let věku vedených v evidenci KÚKK v jednotlivých letech je vhodné

Děti do 6 let věku do PP



zprostředkovat pěstounskou péči, je uvedeno ve spodním grafu. Je zřejmé, že podíl dětí,



kterým je třeba zprostředkovat pěstounskou péči, se každoročně pohybuje kolem 70 % z celkového počtu dětí v uvedené skupině.

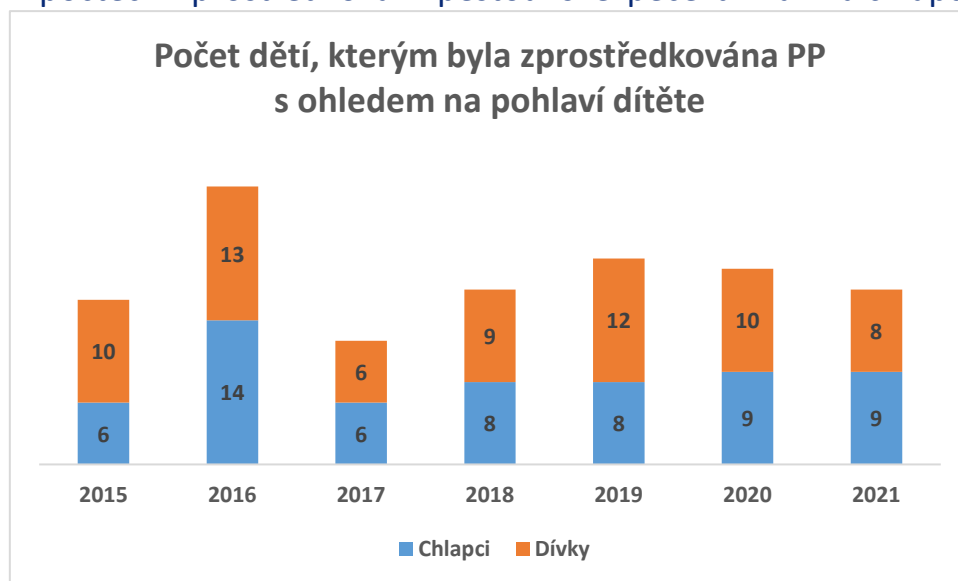
### III.3 Statistické údaje v oblasti zprostředkování pěstounské péče

V roce 2021 byla zprostředkována pěstounská péče celkem 17 dětem, přičemž od roku 2018 jsou tyto počty poměrně vyrovnané. Nutno zopakovat, že v roce 2020 a v roce 2021 byla situace v oblasti zprostředkování NRP



poznámenána opatřeními v souvislosti s pandemií COVID 19, kdy bylo složité plánovat návštěvy budoucích pěstounů v rodinách, kde se dítě aktuálně nacházelo. Bylo komplikované realizovat případové konference atd. Za těchto okolností a s přihlédnutím k personálním komplikacím oddělení zajišťující kampaň je možné považovat počet zprostředkování PP za úspěšný.

V počtech zprostředkování pěstounské péče dívkám a chlapcům v jednotlivých letech



nevidíme žádný významný rozdíl, a to i přes to, že obecně je do evidence dětí KÚKK hlášeno více chlapců.

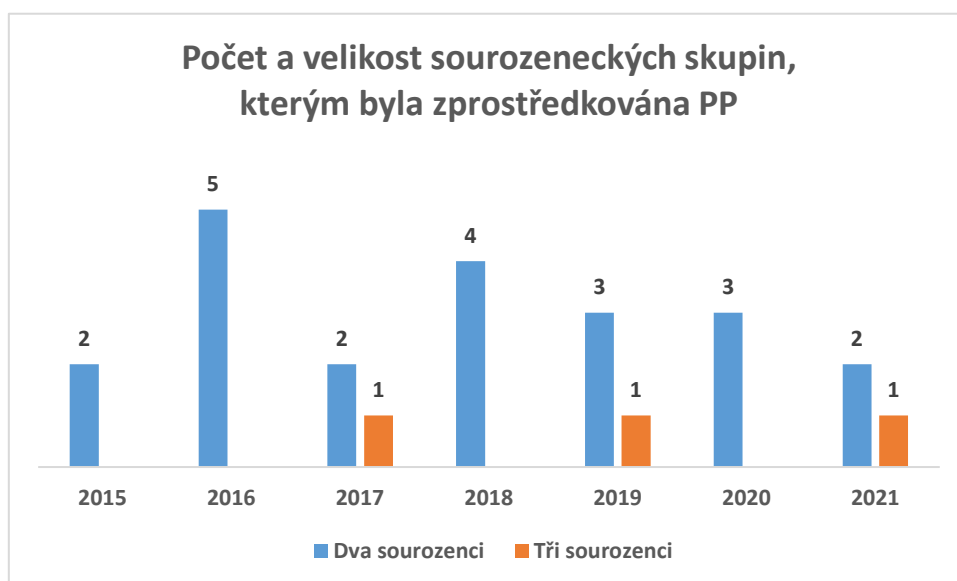




Nadále platí, že KÚKK zprostředkovává nejvíce dětí právě pěstounům z Karlovarského kraje. Koláčový graf znázorňuje tento dobrý trend, přičemž se jedná opět o data za roky 2015 – 2021. Častěji jsou pak děti umisťovány v rámci regionu hlavního města Prahy a do Plzeňského kraje. I v tomto ohledu můžeme být spokojeni, neboť se jedná o kraje blízké Karlovarskému kraji a podpora vědomí, odkud dítě pochází, tedy nemůže být vzdáleností narušena.



V roce 2021 se také podařilo umístit tři sourozenecké skupiny dětí – dvě skupiny po dvou dětech a v jednom případě se jednalo dokonce o tříčlennou sourozeneckou skupinu. 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.

Závěrem této kapitoly lze říci, že KÚKK se daří dětem nízkého věku, kterým je třeba zprostředkovat pěstounskou péči, tuto péči zajistit. Ani v roce 2021 například nedošlo k přechodu dítěte umístěného v pěstounské péči na přechodnou dobu 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, případně k přijetí sourozenecké skupiny. Součástí kampaně by se tak měla stát také informovanost o pomoci pěstounům, kteří k takovému rozhodnutí najdou odvahu.



## Shrnutí

Plán aktivit na rok 2021 se dle hodnocení dařil naplňovat i přes výrazná omezení v souvislosti se šířením onemocnění COVID 19, viz označení v plánu aktivit v úvodu tohoto hodnocení. Zcela nesplněny zůstaly pouze 4 položky plánu, přičemž aktualizaci webové stránky kampaně nebylo možné realizovat z objektivních důvodů.

Výsledky statistických měření neukazují na žádné abnormality. Počty žadatelů o pěstounskou péči i počty dětí, kterým byla pěstounská péče zprostředkována, nezaznamenaly žádné významné výkyvy.

Jednotlivé kapitoly hodnocení obsahují doporučení pro plán aktivit na rok 2022, 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.