

Plán komunikace náboru pěstounů na období 2025–2029

ZLÍNSKÉHO KRAJE

ZLÍNSKÝ KRAJ | třída Tomáše Bati 21, 761 90 Zlín

Odbor sociálních věcí

Oddělení sociálně-právní ochrany

OBSAH DOKUMENTU

ÚVOD

1. AKTUÁLNÍ STAV PĚSTOUNSKÉ PÉČE V ČESKÉ REPUBLICE

- 1.1. Proces zařazování do evidence žadatelů o zprostředkování pěstounské péče či do evidence osob, které mohou vykonávat pěstounskou péči 4
- 1.2. Nábor nových pěstounů 4

2. PROPAGACE PĚSTOUNSKÉ PÉČE VE ZLÍNSKÉM KRAJI

- 2.1. Žádosti o pěstounskou péči ve Zlínském kraji 5
- 2.2. Nábor nových pěstounů Zlínského kraje 7

3. ANALÝZA A VÝZKUM

- 3.1. Dotazníkové šetření mezi pěstouny a zájemci o pěstounskou péči 9
- 3.2. Rozhovory s pěstouny 9
- 3.3. Míra zapojení Obcí s rozšířenou působností 10
- 3.4. Závěry z výsledků dotazníkového šetření 11
- 3.5. Závěry z výsledků rozhovorů 11
- 3.6. Závěry z ankety s ORP 12
- 3.7. SWOT analýza 12

4. NÁVRHOVÁ ČÁST

- 4.1. Definování cílů 14
- 4.2. Nástroje pro naplnění cílů: 14
- 4.3. Segmentace a targeting 15
- 4.4. Výběr kanálů a taktik 15

5. IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

SEZNAM ZKRATEK

21

SEZNAM TABULEK

21

POUŽITÉ ZDROJE

21

ÚVOD

Pěstounská péče je důležitou součástí systému péče o ohrožené děti, jejichž výchova není u biologických rodičů zajištěna, a zájem dítěte takové zajištění vyžaduje. Významným faktorem pro úspěšnost tohoto systému je dostatečný počet kvalitních pěstounů, kteří jsou schopni poskytnout dětem bezpečné a stabilní rodinné prostředí. Zlínský kraj si je vědom pozitivního vlivu pěstounské péče a snaží se zlepšit proces náboru a výběru nových pěstounů. Tento strategický plán náboru pěstounů je krokem směrem k lepší komunikační strategii a zvýšení počtu žadatelů o zařazení do seznamu možných pěstounů.

Strategický plán náboru pěstounů je klíčovým dokumentem, který má pomoci Zlínskému kraji při naplňování jeho cílů v oblasti informovanosti a náboru nových pěstounů. Je koncipován na období 2025–2029. Tento plán obsahuje analytickou část, která se zabývá analýzou informovanosti v oblasti pěstounské péče, zahrnuje výstupy z dotazníkového šetření pěstounů a zájemců o pěstounskou péči, kteří jsou vedeni v evidenci Krajského úřadu Zlínskému kraje a výstupy z kvalitativního šetření formou polostrukturovaných rozhovorů s pěstouny, které poskytují pohled na aktuální stav a možné zlepšení současné situace. Také byla zjišťována míra zapojení obecních úřadů obcí s rozšířenou působností Zlínskému kraje do činností, které by mohly zvýšit povědomí a zájem o pěstounskou péči. Důležitou součástí je popis zjištěných potřeb, který pomůže lépe pochopit, co je třeba udělat pro zlepšení marketingové komunikace v oblasti náhradní rodinné péče. Strategický plán náboru pěstounů zahrnuje i popis procesu práce na tomto dokumentu. Zjištěné potřeby a názory byly následně zpracovány a použity pro tvorbu Plánu komunikace náboru pěstounů na období 2025–2029.

VÝKLAD POJMŮ

Náhradní rodinná péče (NRP)

Náhradní rodinná péče je forma péče o děti, které nemohou žít se svými biologickými rodiči, o které se jejich biologičtí rodiče nedovedou nebo nemohou postarat nebo to různé životní okolnosti neumožňují. V rámci NRP jsou děti umístěny do náhradní rodiny. Náhradní rodiče mohou být buď osoby dítěti příbuzné nebo blízké, anebo státem zprostředkovaní pěstouni či osvojitelé. Náhradní rodiče by měli být schopni poskytnout dítěti dostatečnou výchovu a péči a pomoci mu se přizpůsobit novému prostředí. Cílem NRP je zajistit dětem přechodné nebo trvalé umístění do nové rodiny, která jim poskytne podporu a výchovu v souladu s jejich potřebami a zájmy. Strategický dokument se zaměřuje na zprostředkovanou formu pěstounské péče.

Pěstounství/pěstounská péče

Pěstounství je forma náhradní rodinné péče pro děti, o které se jejich biologičtí rodiče nedovedou nebo nemohou z různých důvodů postarat. Pěstoun poskytuje dítěti rodinné zázemí, ale zároveň by měl respektovat vazby dítěte na původní rodinu. Do pěstounské péče se svěřují děti, jejichž výchova není u rodičů zajištěna a zájem dítěte takové zajištění vyžaduje; jde o státem garantovanou a kontrolovanou formu náhradní rodinné péče.

„Pěstounská péče je zvláštní formou státem řízené a kontrolované náhradní rodinné výchovy, která zajišťuje dostatečné hmotné zabezpečení dítěte i přiměřenou odměnu těm, kteří se ho ujali (Matějček, 1999, s. 34).“

Pěstounská péče je upravena především

- Zákonem č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů;
- Zákonem č. 359/1999 Sb., o sociálně-právní ochraně dětí, ve znění pozdějších předpisů;

Pěstoun

Pěstoun je osoba, která se stará o dítě, které není biologicky jejím vlastním potomkem. Pěstoun může být příbuzný dítěte, člen jeho blízkého okolí nebo zcela cizí (státem zprostředkovaná) osoba. Pěstounská péče může být poskytována dlouhodobě nebo na přechodnou dobu.

Pěstoun na přechodnou dobu

Pěstoun na přechodnou dobu je osoba, která poskytuje dočasnou péči dítěti, u kterého byla vyhodnocena potřeba umístění mimo rodinu (ohrožení zdravého vývoje aj.). Tento typ pěstounství je časově ohraničen lhůtou jednoho roku, ve které se pracuje na možnosti návratu dítěte do své původní rodiny nebo přechodu dítěte do náhradní rodiny.

Sociálně-právní ochrana dětí

Sociálně-právní ochranou dětí rozumíme soubor opatření, která směřují k ochraně práv a oprávněných zájmů nezletilých dětí, působení směřující k obnovení narušených funkcí rodiny a také k zajištění náhradního rodinného prostředí pro dítě, které nemůže být vychováváno ve vlastní rodině

Orgán sociálně-právní ochrany dětí

Orgány sociálně-právní ochrany dětí jsou obecní úřady, krajské úřady a další vybrané instituce. Hlavní úlohu v oblasti náhradní rodinné péče mají obecní úřady obcí s rozšířenou působností a krajské úřady.

1. AKTUÁLNÍ STAV PĚSTOUNSKÉ PÉČE V ČESKÉ REPUBLICĚ

Na koci roku 2023 bylo v České republice 12 354 pěstounů a 619 pěstounů na přechodnou dobu. Celkový počet pěstounů v České republice se mezi lety 2018 a 2023 mírně zvyšoval. V roce 2018 bylo 11 529 pěstounů, zatímco v roce 2022 se jejich počet zvýšil na 11 807 a v roce 2023 na 12 354. Tento nárůst naznačuje postupný, i když ne příliš výrazný, růst zájmu o pěstounskou péči. Počet pěstounů na přechodnou dobu vykazuje mírně nestabilní trend. V roce 2018 bylo 792 pěstounů na přechodnou dobu, v roce 2019 se jejich počet zvýšil na 825, ale v letech 2020 a 2021 došlo k poklesu (732 a 735). V roce 2022 došlo k mírnému nárůstu na 777 pěstounů na přechodnou dobu, ovšem v roce 2023 se jejich počet výrazně snížil na 619 (MPSV – Statistiky, 2024).

Z těchto údajů lze vyvodit, že zatímco celkový počet pěstounů pomalu roste, zájem o pěstounství na přechodnou dobu se může rok od roku lišit, což může být ovlivněno řadou faktorů, včetně změn v legislativě, veřejného povědomí, podpory ze strany státu. Z praxe pracoviště náhradní rodinné péče Krajského úřadu Zlínského kraje však vyplývá, že kolísavý celkový počet přechodných pěstounů souvisí zejména s tím, že to lidé vykonávají jen určitou dobu a poté systém opouští, zejména ze zdravotních důvodů a z důvodů „vyčerpanosti“. Noví zájemci v lepším případě nahradí ty odcházející, ale jak je z číselných údajů zřejmé, nedaří se kontinuálně zvyšovat počet přechodných pěstounů.

Tabulka 1: Počet pěstounských rodin a pěstounů na přechodnou dobu v ČR

| Rok | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Počet pěstounů | 11 529 | 11 618 | 11 665 | 11 796 | 11 807 | 12 354 |
| Počet pěstounů na přechodnou dobu | 792 | 825 | 732 | 735 | 777 | 619 |

1.1. Proces zařazování do evidence žadatelů o zprostředkování pěstounské péče či do evidence osob, které mohou vykonávat pěstounskou péči

V procesu odborného posouzení před zařazením do evidence prochází zájemci o pěstounství důkladným hodnotícím procesem, aby se ověřilo, že jsou vhodní pro takový závazek. To zahrnuje posouzení jejich schopnosti poskytnout ohroženým dětem stabilní a podporující prostředí a zda jsou schopni naplnit specifické potřeby dítěte, které mohou být důsledkem předchozích náročných zkušeností dítěte ve své původní rodině.

Sociální pracovnice obecního úřadu obce s rozšířenou působností navštíví žadatele o pěstounství, aby s nimi prodiskutovala jejich záměr a představy o náhradním rodičovství, stejně jako jejich představy o nabídce pomoci ohroženým dětem. Během návštěvy domácnosti prověří sociální a bytové podmínky žadatelů, anamnestická data žadatelů, zmapuje také jejich trestní minulost a zdravotní stav.

Zjištěné informace jsou následně předány krajskému úřadu, kde probíhá odborné posouzení žadatelů o náhradní rodinnou péči, včetně předpokladů pro pěstounství. Součástí procesu je psychologické posouzení, posouzení zdravotního stavu a odborná příprava, jejíž délka je legislativou stanovena na minimálně 48 hodin pro budoucí pěstouny a 72 hodin pro pěstouny na přechodnou dobu. Tyto kurzy jsou důležité pro pochopení potřeb dětí v náhradní rodinné péči a pro získání nezbytných informací o pěstounství a dostupné podpoře.

Posouzení je provedeno s cílem zjistit, zda jsou žadatelé kompetentní pro výkon role náhradního rodiče a také vydefinování toho, jakým dětem jsou schopni v rámci své rodiny pomoci. V případě kladného vyhodnocení jsou žadatelé zařazeni do příslušné evidence. Pěstouni na přechodnou dobu musí být v momentu zařazení připraveni na okamžité přijetí dítěte v krizové situaci, zájemci o dlouhodobou pěstounskou péči čekají, až budou jako vhodní náhradní rodiče vytipováni pro nějaké konkrétní dítě.

Informace o procesu umístění dětí do dlouhodobé péče a o posuzovacím procesu pro potenciální pěstouny mají významný vliv na marketing pěstounské péče; je důležité, aby marketing pěstounské péče byl zaměřen na přesnou a citlivou komunikaci, která upřímně prezentuje výzvy a odměny spojené s pěstounstvím, a zároveň zdůrazňuje podporu a zdroje, které jsou k dispozici pro ty, kteří se rozhodnou touto cestou jít. Do tohoto procesu by mohly být zapojeny všechny instituce a organizace, které v procesu zařazování do evidence žadatelů zprostředkování pěstounské péče figurují.

1.2. Nábor nových pěstounů

V České republice probíhá nábor pěstounů jako komplexní proces, jehož cílem je oslovit širokou veřejnost. Přesto se z významného množství oslovených jedinců získává jen omezený počet potenciálních zájemců. Z této skupiny je následně vybrána a důkladně připravena ještě menší skupina osob pro roli náhradních rodičů. Kampaň pro získávání nových zájemců o náhradní rodinnou péči lze popsat jako komplex aktivit, jejichž cílem je nejen navýšit počet potenciálních pěstounů a pěstounů na přechodnou dobu v seznamu krajského úřadu daného regionu, ale také posílit veřejné povědomí o existenci a významu těchto forem péče (Mertová, Svobodová, 2021, s. 7-9).

Cílem kampaňových aktivit na podporu pěstounské péče je zvýšit informovanost a celkové povědomí o pěstounství, poskytnutí ucelených informací atraktivním a dostatečným způsobem pro všechny cílové skupiny. V návaznosti na to je žádoucí navýšení počtu uchazečů o zařazení mezi žadatele o pěstounskou péči. Jedním z cílů je tedy oslovení a informování veřejnosti, dalším cílem je pak podání dalších informací a nábor a přesvědčení k podání žádosti o pěstounství.

Kampaně na podporu pěstounství mohou být zaměřeny na širokou škálu zájemců s různým stupněm znalostí a potřeb vztahujících se k pěstounské péči. Jejich obsah je třeba pečlivě přizpůsobit cílovým skupinám, aby

vyhovoval jak těm, kteří se teprve orientují v možnostech a vyhledávají základní informace a inspirativní příběhy, tak těm, kteří jsou již v procesu zvažování či podávání žádosti a potřebují detailní informace o procedurách, právech a povinnostech spojených s pěstounským statutem. Současně se kampaň může obracet i na stávající pěstouny a ty, kteří jsou již v evidenci, může jim například nabídnout informace o dostupné podpoře a zdrojích pomoci, což podporuje rozvoj a udržitelnost pěstounské péče.

Komunikace by měla probíhat kombinovaně různými druhy kanálů, aby bylo zasaženo co nejširší publikum. Pro komunikaci je nesmírně důležité vytvoření jednotného stylu, který bude použit pro komunikaci všemi kanály.

2. PROPAGACE PĚSTOUNSKÉ PÉČE VE ZLÍNSKÉM KRAJI

Propagace pěstounské péče je klíčová pro zvyšování povědomí o potřebách dětí bez rodinného zázemí a motivaci potenciálních pěstounů. Efektivní informační kampaně mohou významně přispět k lepšímu pochopení a podpoře tohoto důležitého tématu.

2.1. Žádosti o pěstounskou péči ve Zlínském kraji

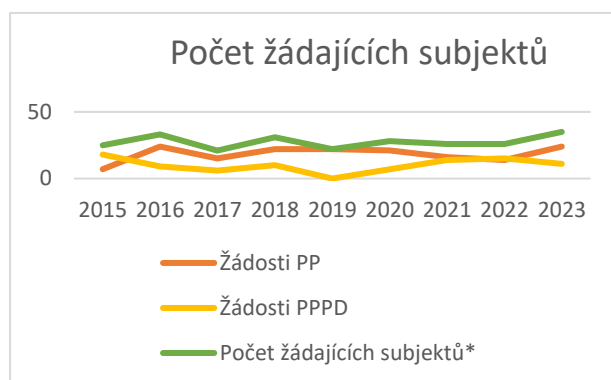
V roce 2015 bylo evidováno 25 subjektů (manželských či partnerských párů nebo samostatně žijících osob) žádajících o pěstounskou péči (PP) nebo pěstounskou péči na přechodnou dobu (PPPD). V následujícím roce, 2016, se počet žádostí zvýšil na 33, což značí značný nárůst oproti předchozímu roku. V roce 2017 došlo k poklesu, kdy se počet žádostí snížil na 21. Tento pokles byl následován zvýšením počtu v roce 2018, kdy počet podaných žádostí opět vzrostl na 31.

V roce 2019 bylo zaznamenáno 22 žádostí, což představuje pokles oproti předchozímu roku. V roce 2020 bylo 28 žádostí, což znamená mírné zvýšení. V letech 2021 a 2022 byl počet žadatelů stabilní, v obou letech bylo zaznamenáno 26 žádostí. V posledním sledovaném roce, 2023, došlo k dalšímu nárůstu, kdy počet žádostí vzrostl na 35, což je nejvyšší hodnota v celém sledovaném období.

Tento trend ukazuje, že zájem o pěstounskou péči kolísá, ale v posledních letech se zdá, že zájem roste, jak naznačuje nárůst počtu žádostí v roce 2023.

Tabulka 2: Počet zařazených žadatelů o pěstounskou péči ve ZK

| Rok | Žádosti PP | Žádosti PPPD | Počet žádajících subjektů* |
|------|------------|--------------|----------------------------|
| 2015 | 7 | 18 | 25 |
| 2016 | 24 | 9 | 33 |
| 2017 | 15 | 6 | 21 |
| 2018 | 22 | 10 | 31 |
| 2019 | 22 | 0 | 22 |
| 2020 | 21 | 7 | 28 |
| 2021 | 16 | 14 | 26 |
| 2022 | 14 | 15 | 26 |
| 2023 | 24 | 11 | 35 |



Zdroj: Zlínský kraj, odd. sociálně-právní ochrany

* Žádosti o PP i PPPD někdy podávali souběžně stejné osoby, počet žádostí tedy není stejný jako počet žádajících osob.

Krajský úřad vede evidenci dětí, kterým je třeba zajistit náhradní rodinnou péči. Obecní úřady obcí s rozšířenou působností jsou povinny nahlásit krajskému úřadu každé dítě, které se na základě soudního rozhodnutí ocitlo mimo péči svých rodičů a nachází se v nějaké formě dočasné ochrany, např. u přechodných pěstounů, v zařízení pro děti vyžadující okamžitou pomoc nebo v dětském domově či výchovném ústavu. U každého dítěte je krajský úřad povinen vyhodnotit, zda je pro něj umístění v náhradní rodině vhodné řešení. V roce 2015 bylo do této evidence zařazeno 81 dětí, což představuje počáteční bod sledovaného období. Následující rok, 2016, tento počet mírně poklesl na 70 dětí. V roce 2017 byl zaznamenán další pokles, kdy počet dětí v evidenci klesl na 64. Tento trend poklesu pokračoval i v roce 2018, kdy bylo zařazeno pouze 47 dětí, což je nejnižší hodnota v celém sledovaném období.

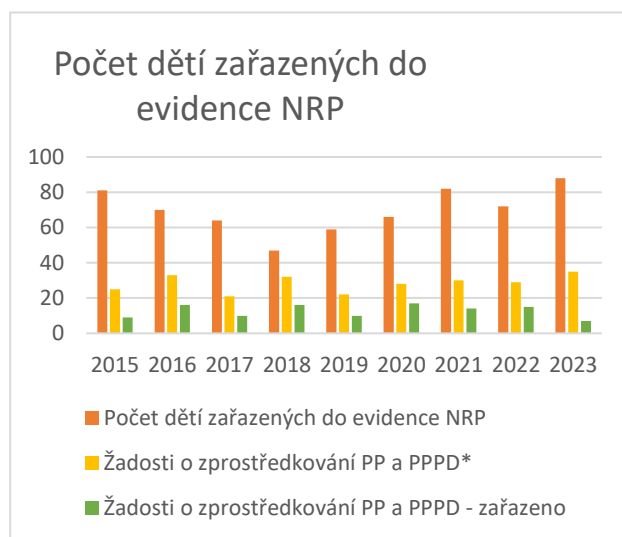
V roce 2019 došlo ke zlepšení situace s nárůstem počtu dětí v evidenci na 59. V roce 2020 tento nárůst pokračoval, když bylo zařazeno 66 dětí. Další výrazný nárůst byl zaznamenán v roce 2021, kdy počet hlášených dětí vzrostl na 82, což je blízko počáteční hodnotě z roku 2015. V roce 2022 došlo k mírnému poklesu na 72 dětí, ale v posledním sledovaném roce, 2023, bylo zařazeno 88 dětí, což je nejvyšší počet v celém období.

Z těchto dat vyplývá, že počet dětí nahlášených do evidence nejprve procházel obdobím poklesu, ale od roku 2019 došlo k obratu a následnému nárůstu, který kulminoval rekordním počtem v roce 2023. Tento trend naznačuje nárůst počtu dětí, které se ocitají mimo svou rodinu a potřebují náhradní péči, včetně náhradní rodinné péče.

Počet dětí, které potřebují být zařazeny do evidence, roste zejména v posledních letech. V roce 2023 byl počet dětí v evidenci nejvyšší za celé sledované období, což naznačuje zvýšenou potřebu péče o děti. Tento nárůst může být motivací pro vyšší potřebu pěstounů.

Tabulka 3: Počet dětí zařazených do evidence NRP

| Rok | Počet dětí zařazených do evidence NRP | Žádosti o zprostředkování PP a PPPD* | Žádosti o zprostředkování PP a PPPD – zařazeno |
|------|---------------------------------------|--------------------------------------|--|
| 2015 | 81 | 25 | 9 |
| 2016 | 70 | 33 | 16 |
| 2017 | 64 | 21 | 10 |
| 2018 | 47 | 32 | 16 |
| 2019 | 59 | 22 | 10 |
| 2020 | 66 | 28 | 17 |
| 2021 | 82 | 30 | 14 |
| 2022 | 72 | 29 | 15 |
| 2023 | 88 | 35 | 7 |



Zdroj: Zlínský kraj, odd. sociálně-právní ochrany

* Žádosti o PP i PPPD někdy podávali souběžně stejné osoby, počet žádostí tedy není stejný jako počet žádajících osob.

Zvýšení aktivit pro nábor pěstounů je klíčové zejména v kontextu rostoucího počtu dětí, které potřebují náhradní rodinnou péči. Jak roste počet dětí v systému NRP, stává se zásadním zajistit, aby každé dítě dostalo příležitost žít v podpurném a stabilním rodinném prostředí. Zvýšení počtu kvalifikovaných pěstounů je zásadní pro pokrytí této rostoucí potřeby.

Dlouhodobé umístění dětí v institucionální péči má často negativní dopady na jejich psychický a emoční vývoj. Více pěstounů znamená menší pravděpodobnost, že děti skončí v institucích, což jim umožní růst v láskyplnějším a osobnějším prostředí. Zajistí jim také lepší start do samostatného života a zvýší šanci na plnohodnotné zapojení do společnosti. Péče o dítě v náhradní rodině je nejen výhodnější pro samotné dítě, ale je také výrazně levnější než péče institucionální.

Některé děti vyžadují speciální péči kvůli zdravotním problémům, postižení nebo traumatickým zkušenostem. Více pěstounů znamená vyšší pravděpodobnost, že se najdou ti, kteří mají potřebné zkušenosti nebo speciální výcvik. Zvyšování počtu pěstounů je tedy nejen reakcí na rostoucí potřeby, ale také proaktivním krokem k vytváření zdravější a inkluzivnější společnosti.

Marketingové aktivity zaměřené na osvětu o potřebě pěstounské péče a na oslovování potenciálních pěstounů by mohly přispět ke zvýšení počtu žadatelů, což by pomohlo pokrýt rostoucí poptávku po této péči. Tento přístup by měl zahrnovat informování veřejnosti o tom, co pěstounství obnáší, jaké jsou benefity pro pěstouny i děti a jakým způsobem mohou zájemci o pěstounství postupovat.

2.2. Nábor nových pěstounů Zlínského kraje

Cílem propagačních akcí na podporu pěstounství je zlepšení informovanosti veřejnosti o pěstounské péči jako o možnosti pomoci ohroženým dětem. To zahrnuje poskytování kompletních a přitažlivých informací pro všechny relevantní skupiny obyvatelstva. Dalším cílem je přilákat více zájemců, kteří by se chtěli stát pěstouny, a to tím, že se dozvědí více o pěstounské péči a procesu přijetí do evidence pěstounů.

Kampaň tedy zpočátku směřuje k informování široké veřejnosti a následně se zaměřuje na detailnější informování a získávání zájemců, kteří se mohou stát potenciálními kandidáty pro pěstounství.

První cílovou skupinou jsou osoby, které hledají základní informace o pěstounství. Tyto osoby ještě neprojeví přání stát se pěstouny, mohou vyhledávat informace nejen pro vlastní potřebu, ale i pro další osoby. Zajímají je základní informace, ale také příběhy pěstounů a dětí.

Další cílovou skupinou jsou osoby, které o možnosti stát se pěstouny již uvažují, vyhledávají tedy bližší informace o možnostech, jak se stát pěstounem, jak podat přihlášku, jak komunikovat s úřady, případně také informace o právech a povinnostech pěstounů.

Také je nutno komunikovat s osobami, které již pěstouny jsou, nebo podali žádost o zařazení mezi pěstouny. Tuto cílovou skupinu mohou nejvíce zajímat informace o možnostech podpory a pomoci pro pěstouny.

Krajský úřad je v souladu se zákonem č. 359/1999 Sb., o sociálně-právní ochraně dětí, ve znění pozdějších předpisů jedinou institucí, která je oprávněna zprostředkovávat náhradní rodinnou péči. K tomu tedy vede evidenci dětí, které potřebují náhradní rodiče i evidenci žadatelů o zprostředkování náhradní rodinné péče. Je proto logické, aby nábor pěstounů zaštiťoval právě tento orgán sociálně-právní ochrany dětí pro celý Zlínský kraj.

3. ANALÝZA A VÝZKUM

Marketingová komunikace představuje klíčový prvek úspěšnosti většiny projektů. Marketingovou komunikaci můžeme definovat (Karlíček, Král, 2011) jako řízené informování a přesvědčování cílových skupin, pomocí kterého naplňují instituce své marketingové cíle.

Pro zvolení úspěšné marketingové komunikace je nezbytná analýza a sběr primárních dat k zjištění stávajícího stavu, kterou je vhodné zajistit marketingovým výzkumem.

Velké množství zajímavých analytických podkladů, které souvisejí s životem rodin a seniorů lze nalézt v materiálech publikovaných na webových stránkách Zlínského kraje, v sekci věnované Základním koncepčním strategickým dokumentům a Sektorovým a ostatním koncepčním dokumentům. Cílem tohoto dokumentu není zjištěna data kopírovat, avšak při jeho zpracování z nich bylo také vycházeno. Jednalo se především o:

Tabulka 4 Přehled strategických dokumentů Zlínského kraje

| Název dokumentu | URL | Komentář |
|--|---|--|
| Strategie rozvoje Zlínského kraje 2030 | https://zlinskykraj.cz/strategie-rozvoje-zlinskeho-kraje-2030 | Zastřešující dokument s podrobnými informacemi o všech zásadních tématech života ve Zlínském kraji včetně sociální oblasti |
| Krajský plán podpory rovných příležitostí pro osoby se zdravotním postižením Zlínského kraje na období 2022–2026 | https://zlinskykraj.cz/strategie-a-koncepce-oddeleni-nno | Data o osobách se zdravotním postižením ve Zlínském kraji |
| Koncepce rodinné a seniorské politiky Zlínského kraje pro roky 2024–2030 | https://zlinskykraj.cz/koncepce-rodinne-a-seniorske-politiky | Koncepce se zaměřuje na adaptaci a podporu rodinného a seniorského života ve Zlínském kraji. |

Vybrané strategické dokumenty se problematikou pěstounství nezabývají přímo. Nicméně zabývají se otázkou ohrožených dětí, o které pěstouni pečují. Ve Strategii rozvoje Zlínského kraje 2030 je výslovně pamatováno na to, že péče o ohrožené děti má být přizpůsobena jejich potřebám (Priorita 2.3 Sociálně soudržný kraj). Potřebou každého dítěte je vyrůstat v rodině. To se týká také dětí se zdravotním postižením, o které také mohou pečovat pěstouni. Podpora života v rodině pro osoby se zdravotním postižením je součástí Oblasti 7. Krajského plánu podpory rovných příležitostí pro osoby se zdravotním postižením Zlínského kraje na období 2022–2026. Koncepce rodinné a seniorské politiky Zlínského kraje pro roky 2024–2030 je zaměřena především na zdravé rodiny, které si klade za cíl podporovat. Nicméně i v tomto dokumentu je součástí strategické vize mimo jiné toto: „Rodina je pojmána jako základní prvek společnosti. Důraz je kladen především na pospolitost, tradici a vzájemnou pomoc, která je naprosto přirozená místním obyvatelům. Kraj iniciuje aktivity, které nabízejí rodinám jistotu, flexibilitu a služby dle jejich potřeb. K takovým aktivitám podněcuje i další aktéry ve svém území.“

Zlínský kraj systematicky pracuje na propagaci pěstounské péče jakožto prospěšné formy náhradní rodinné péče od roku 2017. V tomto roce byl zpracován materiál "Mýty a fakta o pěstounské péči", publikovaný na webových stránkách kraje a propagovaný v srpnovém čísle měsíčníku "Okno do kraje". Ročně se od roku

2017 konají setkání zainteresovaných subjektů, kde se sdílejí zkušenosti a osvědčené praktiky propagace pěstounství.

Mezi nejčastější aktivity realizované na úrovni obcí s rozšířenou působností patří:

- Distribuce edukačních letáků
- Organizace besed se zájemci o náhradní rodinnou péči
- Mediální příspěvky v lokálních periodikách a na televizních stanicích
- Osobní kontakt s klíčovými komunitními aktéry, jako jsou představitelé obcí a faráři
- Umělecké a vzdělávací akce, jako jsou výstavy a vernisáže
- Speciální ocenění a události pro pěstouny, jako je galavečer ve Valašských Kloboukách

Přes veškeré úsilí se setkáváme s nízkým zájmem veřejnosti, což je patrné z malé účasti na organizovaných akcích a těžko měřitelného ohlasu na informační kampaně. Většina aktivit se odehrává díky dobrovolné práci sociálních pracovníků a s minimálními finančními prostředky. Pro další rozvoj těchto aktivit je klíčová podpora krajského i městského vedení a zapojení širší komunity.

3.1. Dotazníkové šetření mezi pěstouny a zájemci o pěstounskou péči

K reálnému zjištění možného směřování aktivit osvěty o pěstounské péči a náboru pěstounů bylo využito dotazníkového šetření.

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit význam a důležitost informačních kanálů směrem k pěstounům a potenciálním pěstounům. Otázky byly zaměřeny na zjištění prvotního impulsu v marketingové komunikaci, který pěstouna dovedl k informacím, jež mohly podpořit rozhodnutí stát se pěstounem.

Sestavený dotazník byl určen pro pěstouny a žadatele o pěstounskou péči, kteří jsou vedeni v evidenci Krajského úřadu Zlínského kraje.

Vzhledem k aktuálnosti informací a k vývoji informačních technologií v posledních letech byl dotazník směřován na osoby, které podaly žádost o zařazení do evidence žadatelů vhodných stát se pěstouny během 5 let, tedy od roku 2018.

Důležitou fází byla distribuce dotazníků k respondentům, k čemuž bylo využito e-mailových adres udaných respondenty při podání žádosti o zařazení mezi uchazeče o pěstounskou péči. Dotazník byl potenciálním respondentům poslán 9. srpna 2023, 19. září byl pak rozeslán ještě jednou. Následně jej vyplnilo 95 respondentů ze 190 oslovených. Pokud byla žádost o zprostředkování pěstounské péče podána společně dvěma partnery, byly tyto dotazníky zaslány na obě z uvedených e-mailových adres.

Dotazník obsahuje 23 otázek. Respondenti mohli volit z nabízených možností, nebo vypsát možnost jinou. Dotazník je strukturován tak, aby následující otázka vždy reflektovala předchozí odpověď. Otázky jsou zaměřené na získání konkrétních odpovědí.

S ohledem na skupinu respondentů, která nemá žádné zkušenosti z oblasti marketingu, byl použit jazyk této skupině bližší.

3.2. Rozhovory s pěstouny

K rozšíření a bližšímu pochopení problematiky bylo dotazníkové šetření doplněno o další šetření, kdy byla upřednostněna metoda polostrukturovaných rozhovorů, charakterizovaná adaptabilitou v rámci formulace otázek.

Cílem je zjistit, které informační zdroje byly pro účastníky v průběhu jejich rozhodovacího procesu nejužitečnější a jaké metody získávání informací preferovali.

Výzkum byl zaměřen na osoby obou pohlaví v produktivním věku mezi 18 a 65 lety, které mezi lety 2018 a 2023 usilovaly o zařazení mezi žadatele o pěstounskou péči.

Počet provedených rozhovorů dosáhl čísla 10, kterým předcházely 2 pretesty, které proběhly na začátku února 2024. Tyto pretesty umožnily ověření hladkého průběhu rozhovorů, sloužily k doplnění relevantních informací a identifikaci případných chyb nebo nedostatků v metodice.

Rozhovory byly realizovány od 12. února do 21. března 2024, s dobou trvání jednoho setkání mezi čtyřmi až patnácti minutami. Časová dotace byla velmi ovlivněna možnostmi a přáními účastníků.

Rozhovory proběhly ve všech případech, na žádost účastníků, přímo v jejich domácnostech, přičemž všechny byly uskutečněny face-to-face. Zaznamenané audio materiály ze setkání následně poskytly podklad pro detailní analytické zpracování.

Rozhovor obsahoval 9 otázek, přičemž účelem první otázky bylo uvolnění a uvedení účastníka do tématu. Další soubor otázek je koncipován tak, aby se podrobněji zaměřil na osobní zkušenosti a názory respondentů ohledně procesu získávání informací o pěstounství. Dotazy se také týkají hodnocení dostupnosti a užitečnosti informací, což pomůže identifikovat potenciální mezery ve veřejném informačním servisu a nabídnout návrhy na zlepšení. Poslední otázka se zaměřuje na jakékoli dodatečné myšlenky, komentáře nebo návrhy, které by respondenti chtěli sdělit na závěr rozhovoru. Jedná se o otevřenou otázku, která dává účastníkům prostor k tomu, aby vyjádřili cokoli, co považují za důležité a co nebylo během rozhovoru dosud zmíněno.

Další otázky se zabývají vnímáním informačních kampaní a zda a jak byly pro respondenty přínosné. Respondenti jsou vyzváni, aby reflektovali to, kdy a jak se dozvěděli o potenciálních negativních aspektech pěstounství a zda by předběžné znalosti těchto aspektů mohly ovlivnit jejich rozhodování. Tyto informace by mohly ovlivnit obsah reklamních kampaní na toto téma.

3.3. Míra zapojení Obcí s rozšířenou působností

Dalším důležitým faktorem v komunikaci pěstounství na území Zlínského kraje je zapojení obcí s rozšířenou působností do tohoto komunikačního procesu.

Pro získání primárních dat, která měla za cíl zjistit, jak a jakým způsobem obce s rozšířenou působností zajišťují propagaci pěstounství, byl zvolen výzkum kvantitativní metodou dotazníkového šetření formou otevřených otázek.

Cílem dotazníkového šetření bylo získání detailnějších informací od respondentů, které by mohly pomoci zmapovat, v jaké míře se obce s rozšířenou působností zapojují do procesu komunikace, jakých využívají kanálů a zda je tato komunikace koordinována. Výsledky dotazníkového šetření pak budou sloužit k návrhu opatření, která by mohla vést ke zlepšení komunikace a tím i ke zvýšení efektivity při náboru pěstounů.

Cílovou skupinou byly obce s rozšířenou působností ve Zlínském kraji. Jsou to obce Bystřice pod Hostýnem, Holešov, Kroměříž, Luhačovice, Otrokovice, Rožnov pod Radhoštěm, Uherské Hradiště, Uherský Brod, Valašské Klobouky, Valašské Meziříčí, Vizovice, Vsetín a Zlín.

Anketa obsahovala 12 otevřených otázek. Bylo osloveno 13 Obcí s rozšířenou působností (ORP) ve Zlínském kraji, ze 13 oslovených ORP odpovědělo 11. ORP byly pro účely ankety označeny jako ORP 1 až ORP 11. Otázky byly rozeslány 12. října 2023 e-mailem, s návratností do 3. listopadu 2023.

3.4. Závěry z výsledků dotazníkového šetření

Z výsledků dotazníkového šetření mezi osobami, které v období posledních pěti let podaly žádost o zařazení mezi žadatele o pěstounskou péči, lze vyvodit následující klíčové závěry: Podstatná část respondentů se o pěstounství dozvěděla především od známých, rodiny nebo kolegů, což ukazuje na význam osobních doporučení a zkušeností. Média, a zejména celostátní televize a internet, byly také důležitými zdroji informací.

Podstatná část respondentů považuje dostupné informace o pěstounství za dostatečné, ale zhruba 15 % respondentů si myslí, že informace dostatečné nejsou. Toto poukazuje na potřebu dalšího rozvoje a přizpůsobení informačních kanálů a obsahu.

Respondenti uváděli širokou škálu osobních motivů pro rozhodnutí stát se pěstouny, včetně altruistické touhy pomáhat dětem, osobních zkušeností s pěstounstvím nebo inspirace od blízkých.

Významná část respondentů byla ve středním věku (45-50 let) a bydlela v městech s více než 3000 obyvateli. Toto naznačuje, že zájem o pěstounství je výraznější v určitých věkových a geografických skupinách. Nemalá část respondentů měla buď vysokoškolské nebo středoškolské vzdělání s maturitou, což naznačuje vyšší úroveň vzdělání mezi zájemci o pěstounství.

Podstatná část respondentů, kteří již vykonávají pěstounskou péči, se aktivně podílí na šíření osvěty o pěstounství, převážně prostřednictvím osobních diskusí a rozhovorů. Velká část respondentů by ocenila možnost konzultovat své rozhodnutí s někým, kdo má osobní zkušenost s pěstounstvím, což naznačuje potřebu více komunitního přístupu a sdílení osobních příběhů a zkušeností.

Na základě výsledků dotazníkového šetření lze identifikovat následující nejučinnější způsoby informování potenciálních pěstounů o pěstounské péči:

Většina respondentů uváděla, že se o pěstounství dozvěděla od svých známých, rodiny nebo kolegů. To ukazuje na význam osobních doporučení a sdílení osobních zkušeností. Vytváření prostoru pro sdílení příběhů a zkušeností mezi současnými pěstouny a potenciálními zájemci může být klíčové.

Mnoho respondentů bylo ovlivněno médii, zejména celostátní televizí a internetem. Využití těchto kanálů pro šíření informací a osvětových kampaní je tedy důležité. Televizní programy, dokumenty a reklamní spoty mohou efektivně oslovit široké publikum.

Vysoké procento respondentů využívalo internetové vyhledávače pro získávání informací o pěstounství. To zdůrazňuje potřebu silné online přítomnosti a dobře strukturovaných webových stránek s užitečnými a aktualizovanými informacemi.

Mnoho respondentů preferovalo získávat informace přímo od sociálních pracovníků na krajských nebo obecních úřadech. To naznačuje, že osobní kontakt a individuální konzultace jsou pro potenciální pěstouny stále důležité. Příběhy pěstounů a dětí byly pro mnohé respondenty významným zdrojem informací. Představení reálných příběhů a zkušeností může pomoci potenciálním pěstounům lépe pochopit, co pěstounství obnáší a jaké mohou být výzvy a odměny.

Z těchto poznatků vyplývá, že kombinace osobního přístupu, mediálních kampaní, online informačních zdrojů a sdílení reálných příběhů a zkušeností je nejučinnějším způsobem informování potenciálních pěstounů. Důležitá je také flexibilita a přizpůsobení informačních zdrojů potřebám a preferencím různých skupin potenciálních pěstounů.

3.5. Závěry z výsledků rozhovorů

Z odpovědí účastníků výzkumu lze vyvodit, že v průběhu rozhodovacího procesu potenciálních pěstounů byly nejužitečnější různé typy informačních zdrojů. Velmi ceněné byly především osobní setkání a komunikace s lidmi, kteří již mají zkušenosti s pěstounstvím. Tyto interakce poskytovaly realistické příběhy

a praktické rady, které pomohly potenciálním pěstounům lépe pochopit, na co se mohou připravit. Edukační materiály, jako jsou příručky, letáčky, dokumentární filmy a online zdroje, také hrály klíčovou roli při poskytování základních informací o pěstounském procesu a potřebách dětí.

Školení a přípravné kurzy byly považovány za nezbytné pro hlubší pochopení povinností a výzev spojených s pěstounstvím. Tato setkání umožňovala nejen získání důležitých informací, ale i výměnu zkušeností mezi účastníky. Profesionální podpora od sociálních pracovníků a psychologů byla rovněž zásadní, neboť poskytovala cílenou pomoc a odpovědi na specifické dotazy nebo obavy.

Významnou roli hrály také internet a sociální média, které umožňovaly snadný přístup k široké škále informací a spojení s podpůrnými skupinami a komunitami. Setkání a semináře organizované různými institucemi nabízely další možnosti seznámení s problematikou a setkání s odborníky či zkušenými pěstouny.

Z toho vyplývá, že nejužitečnější jsou pro potenciální pěstouny informační zdroje, které kombinují osobní přístup, praktické příklady a konkrétní, dobře strukturované informace. Pro účinný rozhodovací proces je důležité, aby potenciální pěstouni měli přístup k rozmanitým a kvalitním informačním zdrojům, které odpovídají jejich individuálním potřebám a preferencím.

3.6. Závěry z ankety s ORP

Některé obce jsou aktivně zapojeny do organizace akcí, jako jsou výstavy, besedy a přednášky, zatímco jiné takové aktivity neorganizují. To ukazuje na rozdílnou úroveň prioritizace a zdrojů, které obce věnují tomuto tématu. Většina obcí nemá formalizovaný marketingový nebo strategický plán pro tyto aktivity, což naznačuje, že akce jsou často realizovány ad hoc nebo jako jednorázové události. To může být příležitostí pro vytvoření strukturovanějších a cílenějších kampaní v budoucnu. Frekvence organizovaných akcí se liší, od jednou za rok až po čtyřikrát do roka. Některé obce mají zájem o rozšíření těchto aktivit, avšak jsou omezeny časovými a personálními kapacitami. Existuje různost v tom, zda obce mají konkrétního pracovníka zodpovědného za organizaci aktivit. Některé mají takové pracovníky, zatímco jiné ne, což odráží rozdílné organizační struktury a kapacity jednotlivých obcí. Některé obce spolupracují s kraji, okolními obcemi nebo neziskovými organizacemi, což ukazuje na snahu o sdílení zdrojů a know-how. Nicméně některé obce zatím takovou spolupráci nezvažují nebo nevyužívají. Komunikace s pěstouny a speciální programy: Komunikace s pěstouny je často omezená na základní služby a výkon povinností OSPOD. Obce zpravidla nemají speciální programy pro pěstouny nebo děti v péči pěstounů, což naznačuje možnou oblast pro další rozvoj.

Z těchto zjištění vyplývá, že přestože některé obce jsou aktivně zapojeny do propagace pěstounské péče, existuje značný prostor pro zlepšení v oblastech plánování, koordinace, spolupráce a cílené podpory pěstounů. Každá obec má odlišné podmínky a možnosti, ale vytvoření strukturovaného přístupu k organizaci a plánování aktivit může pomoci zvýšit povědomí a podporu pěstounské péče na místní úrovni.

3.7. SWOT analýza

SWOT analýza je důležitý nástroj strategického managementu, který slouží k identifikaci a analýze klíčových interních a externích faktorů ovlivňujících organizaci. SWOT je akronym, který odkazuje na silné stránky, slabé stránky, příležitosti hrozby. SWOT analýza umožňuje lépe pochopit interní a externí prostředí, ve kterém organizace působí, a je důležitým krokem v procesu strategického plánování (Wheelen a Hunger, c2002, str. 109).

SWOT ANALÝZA se opírá o:

- zjištění vycházející z analytických podkladů
- zjištění vycházení z dotazníkových šetření

- expertní názory odborníků z oblastí, kteří se ve Zlínském kraji problematikou zabývají a doporučených odborníků z území

Tabulka 6: SWOT analýza náboru pěstounů ve ZK

| SWOT analýza náboru pěstounů ve ZK | |
|--|--|
| Silné stránky: | Slabé stránky: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lidský potenciál – mnoho akcí se již koná na různých místech díky iniciativě a nadšení jednotlivců. • Zapojení obcí s rozšířenou působností. • Existuje anketa, která vyhodnocuje a oceňuje pěstouny roku ve ZK, včetně slavnostního ceremoniálu předávání ocenění a prezentace v médiích. • Vyšší vztah k tradicím jako předpokladu respektu k rodině a soužití generací. • Vysoká míra rodinné a komunitní sounáležitosti • Zájem Zlínského kraje věnovat pozornost náboru pěstounů | <ul style="list-style-type: none"> • Nedostatek financí na kampaňové aktivity, veřejnost není dostatečně informována o problematice. • Marketingové aktivity se odehrávají sporadicky bez konkrétního plánu. • Informace o aktivitách se šíří nepravidelně a často pouze retrospektivně. Nedostatek osob s možností a časem věnovat se tématu průběžně. • Vyšší počet malých obcí, a tedy horší dostupnost služeb včetně zdravotních, nutnost dojíždět za prací. |
| Příležitosti: | Hrozby: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lidé, kteří jsou obeznámeni s problematikou ohrožených dětí jsou ochotní spolupracovat a podporovat náborové aktivity. • Možnost využití pěstounů a jejich příběhů. • Zlínský filmový festival s tematikou zaměřenou na děti. • Zvyšující se vnímání rodiny jako celku | <ul style="list-style-type: none"> • Celoevropská sociálně ekonomická a geopolitická situace. • Ekonomická situace v ČR. • Obavy z budoucnosti a snížená vůle k péči o děti. |

4. NÁVRHOVÁ ČÁST

4.1. Definování cílů

Definování cílů kampaně je klíčové pro její úspěšnost a efektivitu. Dobře stanovené cíle umožňují nejen měřit pokrok, ale také poskytují směr a zaměření pro všechny aktivity. Při definování cílů je také důležité zvážit vnější faktory, které mohou ovlivnit dosažení cílů, jako jsou aktuální ekonomické podmínky, legislativní změny nebo sociální trendy, a přizpůsobit strategii těmto faktorům.

Cílem tohoto dokumentu je navrhnout opatření, která pomohou zvýšit informovanost o pěstounské péči a motivovat více zájemců k rozhodnutí přijmout dítě do pěstounské péče. Důležitým faktorem je také použití vhodných komunikačních kanálů, které umožní efektivně oslovit cílovou skupinu a informovat je o možnostech stát se pěstounem. Tyto výstupy slouží jako zdroj informací pro návrh opatření k naplňování cílů Zlínského kraje v oblasti informovanosti a nábory nových pěstounů.

Vize:

Obyvatelé Zlínského kraje vnímají pěstounství jako důležitou součást péče o ohrožené děti. Informovanost o pěstounství motivuje osoby ze Zlínského kraje k podání žádosti o zařazení do evidence žadatelů o pěstounskou péči.

Hlavní cíl strategie:

Vyhledávání nových náhradních rodičů: získat 10% nárůst nových náhradních rodičů ve Zlínském kraji, a to pomocí cílené informační a osvětové kampaně, která bude přizpůsobena lokálním potřebám a mediálním kanálům.

Další cíle:

Cíl 1: Zvýšení online dosahu informovanosti o pěstounství: Každoročně zvyšovat dosah online aktivit, zaměřit se na zvýšení interakce na sociálních médiích a webových stránkách o 10 % do konce sledovaného období. Využít lokální online platformy a spolupracovat s místními opinion leadery.

Cíl 2: Spolupráce s podporujícími subjekty a partnery: Navázat spolupráci s místními organizacemi, školami, zdravotnickými zařízeními a podniky, aby bylo dosaženo širšího zapojení komunity a zvýšení povědomí o náhradním rodičovství. Stanovit cíl mít stabilní spolupráci s alespoň 10 lokálními subjekty a 3 klíčovými partnery do roku 2029.

Cíl 3: Podpora náhradních rodičů a aktivace jejich potenciálu: Podporovat náhradní rodiče a zvyšovat prestiž této důležité role, což bude přispívat k lepšímu společenskému uznání, s cílem zvýšit jejich motivaci a efektivitu v péči o další děti pro rozšíření kapacity pěstounské péče.

4.2. Nástroje pro naplnění cílů:

Pro úspěšnou implementaci těchto cílů je klíčové zajistit dostatečné finanční, personální a organizační zdroje. Pravidelná evaluace a přizpůsobení plánu bude nezbytné pro dosažení stanovených cílů v dynamickém prostředí.

Nekomerční marketing zahrnuje sociální marketing, jehož primárním cílem je ovlivňování lidského chování a přispívání ke zlepšení společnosti (Chee, Harris, 1998, s. 425). Sociální marketing je proces plánování, implementace a evaluace sociálních programů, které mají za cíl zvýšit přijetí určité sociální ideje nebo chování mezi cílovými skupinami (Kotler, Roberto a Lee, 2002, s. 5).

V případě nábory pěstounů by strategie sociálního marketingu měla být zaměřena na informování veřejnosti, vytváření povědomí o potřebách dětí a motivaci potenciálních pěstounů k zapojení.

Sociální marketingová kampaň pro nábor pěstounů by měla být citlivě navržena s důrazem na transparentnost, pravdivost a respekt k individuálním situacím a emocím. Cílem je vytvořit podpůrné prostředí, které osvětluje a oceňuje důležitost pěstounské péče.

Základní pilíře kampaně tvoří:

Nástroj 1: Edukativní kampaň – Tato část kampaně má za cíl informovat veřejnost o všem, co se týče pěstounské péče. Chce dosáhnout toho, aby pěstounství bylo veřejnosti známé a aby ho respektovala. respektované. Kampaň se zaměřuje na šíření informací o tom, kdo může být pěstounem a proč a jaké děti potřebují pěstounskou péči.

Nástroj 2: Motivační kampaň – Tato část se zaměřuje na získávání nových zájemců o náhradní rodičovství specificky pro daný region. Kampaň identifikuje cílovou skupinu podle ochoty přijmout konkrétní dítě či na základě životních situací potenciálních náhradních rodičů.

Nástroj 3: Podpora stávajících pěstounů a aktivace jejich potenciálu – Tato oblast zahrnuje uznání a podporu práce stávajících pěstounů, spolupráci s relevantními organizacemi a krajskými úřady za účelem zlepšení podmínek pro přijetí dalších dětí a rozšíření jejich rodin. Tato aktivita přesahuje běžné kampaňové aktivity a zahrnuje i širší podporu celého systému.

4.3. Segmentace a targeting

Za naši cílovou skupinu pro šíření povědomí o náhradní rodinné péči považujeme všechny muže a ženy ze Zlínského kraje. Specificky se zaměřujeme na ty, kteří jsou ve věkovém rozmezí 18 až 50 let, a jsou nejvhodnější věkovou skupinou pro to stát pěstouny. Pro pěstounskou péči na přechodnou dobu rozšiřujeme tento věkový rozsah až do 55 let.

Při segmentaci potenciálních pěstounů na základě jejich postojů a uvažování o dětech a rodičovství můžeme rozlišit několik klíčových skupin, každá z těchto skupin vyžaduje specifický přístup v komunikaci a v oslovování, aby bylo možné efektivně adresovat jejich obavy a motivace.

Při plánování kampaní na nábor pěstounů je ideální zaměřit se primárně na následující skupiny, které mají největší potenciál pro zájem o pěstounství nebo osvojení a kde mohou být marketingové snahy nejefektivnější:

Motivovaní k pomoci: Tato skupina již má vnitřní motivaci k pomoci a zájem o náhradní rodičovství, což z nich činí ideální cíl pro kampaně. Marketing by se měl zaměřit na poskytování konkrétních informací o procesu a přínosech pěstounství, případové studie a osobní příběhy stávajících pěstounů, které mohou posílit jejich rozhodnutí zapojit se.

Hledající rodinnou kompletnost: Tato skupina je potenciálně velmi otevřená náhradnímu rodičovství jako způsobu, jak naplnit svůj sen o rodině. Kampaně mohou zdůraznit, jak pěstounství nebo adopce mohou poskytnout možnost vybudovat rodinu a poskytnout stabilní domov dětem, které ho potřebují.

Neinformovaní: Tato skupina může obsahovat skryté zájemce o pěstounství, kteří jednoduše nemají dostatečné informace, aby mohli učinit informované rozhodnutí. Edukační kampaně, které jasně vysvětlují procesy, podpory a výhody, které náhradní péče přináší, jsou pro tuto skupinu klíčové.

Kampaně by měly být vždy přizpůsobeny konkrétní skupině a jejím specifickým potřebám a motivacím.

4.4. Výběr kanálů a taktik

Pro nábor pěstounů v rámci Zlínského kraje je navržen komplexní přístup zahrnující řadu propagačních kanálů a taktik. Tyto aktivity sahají od správy webových stránek až po organizaci osvětových kampaní a veřejných akcí. Cílem je efektivně oslovit širokou veřejnost, zprostředkovat důležité informace o náhradní

rodinné péči, a nabídnout konkrétní možnosti zapojení. Využívány budou různé platformy, od digitálních médií po osobní setkávání, aby byla zajištěna široká dostupnost a přístupnost informací.

Tabulka 7: Výběr kanálů a taktik

| | |
|------------------------------|---|
| AKTIVITA 1.1 | Provoz a aktualizace webových stránek |
| | Cíl 1: Zvýšení online dosahu informovanosti o pěstounství |
| | Webová stránka poskytující základní i detailní informace o NRP, aktualizovaná a zveřejňovaná pro veřejnost. |
| VÝSTUP | Dostupné dokumenty poskytující informace o NRP pro veřejnost včetně statistik a informací o realizovaných aktivitách o osvětě a náboru pěstounů na webu Zlínského kraje |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor informačních a komunikačních technologií |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | V rámci existujících nákladů webu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Rozpočet Zlínského kraje |

| | |
|------------------------------|--|
| AKTIVITA 2.1 | Zajištění koordinace aktivit a systematické práce na osvětě a náboru pěstounů |
| | Cíl 2: Spolupráce s podporujícími subjekty a partnery |
| | Pracovní pozice koordinátora náboru pěstounů |
| VÝSTUP | Dohoda o pracovní činnosti (0,5 úvazek) a pravidelná informace o činnosti koordinátora |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor personální |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | Dle schváleného rozpočtu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Dar Nadace JaT, Rozpočet Zlínského kraje |

| | |
|------------------------------|--|
| AKTIVITA 2.2 | Vznik a působení pracovní skupiny k činnostem na podporu pěstounství |
| | Cíl 2: Spolupráce s podporujícími subjekty a partnery |
| | Vznik a činnost pracovní skupiny zaštitěné koordinátorem náboru pěstounů, jejímiž členy jsou pěstouni, zástupci obcí s rozšířenou působností, doprovodných organizací, pracovníci krajského úřadu. Cílem je podpora aktivit osvěty a náboru pěstounů, konkrétní rozpracování těchto aktivit, organizační podpora a evaluace aktivit. |
| VÝSTUP | Dohody o provedení práce (max. 10 osob x 30 hodin ročně). Výkazy práce. Zápisy z jednání pracovní skupiny. |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor personální |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | Dle schváleného rozpočtu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Rozpočet Zlínského kraje |

| | |
|------------------------------|--|
| AKTIVITA 2.3 | Osvětové a náborové aktivity |
| | Cíl 2: Spolupráce s podporujícími subjekty a partnery |
| | Aktivní účast na akcích pořádaných Zlínským krajem (Den Zlínského kraje...) a dalších akcích pořádaných v obcích Zlínského kraje (Zlínský filmový festival, Slovácké léto, Holešovská regata...) s osvětovými a náborovými materiály o pěstounství s logem pěstounství včetně např. besed s pěstouny, připojení ke sportovním částem akcí apod. Ročně účast na cca 6 akcích. |
| VÝSTUP | Osvětové materiály a informace o počtu připojení k aktivitám a jejich průběhu |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor kancelář hejtmana |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | Dle schváleného rozpočtu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Rozpočet Zlínského kraje |

| | |
|------------------------------|---|
| AKTIVITA 3.1 | Den pěstounských rodin |
| | Cíl 3: Podpora náhradních rodičů a aktivace jejich potenciálu |
| | Akce pro pěstounské rodiny s programem pro děti a dospělé jako výraz poděkování za jejich práci spojené s propagačními aktivitami k osvětě a náboru pěstounů. |
| VÝSTUP | Každoroční realizace akce Den pěstounských rodin – tisková zpráva |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor kancelář hejtmána |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | Dle schváleného rozpočtu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Rozpočet Zlínského kraje |

| | |
|------------------------------|--|
| AKTIVITA 3.2 | Anketa Ocenění pěstounů |
| | Cíl 3: Podpora náhradních rodičů a aktivace jejich potenciálu |
| | Vyhlášení ankety pro ocenění pěstounů jako výraz ocenění jejich práce. |
| VÝSTUP | Tisková zpráva o ocenění vítězů ankety Ocenění pěstounů |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor kancelář hejtmána |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | Dle schváleného rozpočtu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Rozpočet Zlínského kraje |

| | |
|-----------------------|---|
| AKTIVITA 3.3 | Výstava s besedou o pěstounství |
| | Cíl 3: Podpora náhradních rodičů a aktivace jejich potenciálu |
| | Putovní výstavy fotografií nebo dětských výtvarných prací s tématem pěstounství. V rámci vernisáže spojené s besedami s pěstouny pro veřejnost. |
| VÝSTUP | Informace o počtu realizovaných výstav a besed, včetně návštěvnosti |
| ODPOVĚDNOST | Odbor sociálních věcí |
| SPOLUPRACUJE | Odbor kancelář hejtmána |
| PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY | Dle schváleného rozpočtu Zlínského kraje |
| ZDROJ | Rozpočet Zlínského kraje |

5. IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

Strategie bude naplňována průběžně v letech 2025-2029 a v horizontu svého naplňování bude dále zpřesňována doprovodnými dokumenty pracujícími s větší úrovní detailu a sledujícími kratší časový horizont.

Řídící struktura implementace

Odpovědnost za koordinaci naplňování záměrů bude rozdělena mezi:

- **Gestora** - jedná se o člena Rady Zlínského kraje zodpovědného za oblast sociálních věcí (zajištění akceptace strategie na politické úrovni).
- **Nositele** - jedná se o odbor sociálních věcí Zlínského kraje, který bude koordinovat a realizovat jednotlivé aktivity, a to především prostřednictvím koordinátora náboru pěstounů

Na naplňování plánu se budou dále podílet zainteresované odbory Krajského úřadu Zlínského kraje, identifikovaná pracovní skupina a další aktéři ve Zlínském kraji, kteří budou průběžně oslovováni.

Monitoring a vyhodnocování

Monitoring bude provádět Odbor sociálních věcí na základě indikátorů, které jsou stanoveny v jednotlivých aktivitách.

V prvním čtvrtletí roku 2026 bude proveden monitoring a zhodnocení roku 2025, a současně bude předložen Radě Zlínského kraje případný návrh na aktualizaci opatření pro rok 2026. Obdobně bude postupováno za období 2027–2029.

Výsledky monitoringu budou předkládány formou informativní zprávy Radě Zlínského kraje. Monitoring bude zahrnovat systematický sběr kvantitativních, kvalitativních a finančních údajů. Kvantitativní údaje budou sledovat naplňování jednotlivých opatření a realizaci konkrétních aktivit v jejich rámci. Kvalitativní údaje budou hodnotit naplňování navržených tematicky zaměřených indikátorů. A finanční údaje se budou zabývat

celkově vynaloženými finančními prostředky, rozpočtovými finančními prostředky na jednotlivé aktivity, případně podílem cizích zdrojů na realizaci jednotlivých aktivit.

Nastavení rámcového rozpočtu a financování

| Cíl | Aktivita | Předpokládaná finanční náročnost (Kč) |
|---|---|--|
| Cíl 1: Zvýšení online dosahu informovanosti o pěstounství | Aktivita 1.1 Provoz a aktualizace webových stránek | 0,-Kč |
| Zajištění finanční prostředků aktivity 1.1 | Nejsou předpokládány náklady navíc proti běžnému provozu úřadu a platu koordinátora, který bude stránky provozovat a aktualizovat. | |
| Cíl 2: Spolupráce s podporujícími subjekty a partnery | Aktivita 2.1 Zajištění koordinace aktivit a systematické práce na osvětě a náboru pěstounů | 274 400,- Kč/rok |
| | Aktivita 2.2 Vznik a působení pracovní skupiny k činnostem na podporu pěstounství | 120 000,- Kč/rok |
| | Aktivita 2.3 Osvětové a náborové aktivity | 413 000,- Kč rok 2025 203 000,- Kč od roku 2026/rok |
| Zajištění finanční prostředků aktivity 2.1 | Částka 274 400,- Kč bude financována v roce 2025 z daru Nadace JaT. V následujících letech z rozpočtu ZK ORG 2000000000 každý rok. | |
| Zajištění finanční prostředků aktivity 2.2 | Částka 120 000,- Kč za rok bude financována z rozpočtu ZK ORG 2000000000 za každý rok trvání plánu. | |
| Zajištění finančních prostředků aktivity 2.3 | Částka 80 000,- Kč bude hrazena v roce 2025 z ORG 3007000000. Částka 241 000,- Kč bude hrazena v roce 2025 z ORG 3048000000. Částka 111 000,- Kč od roku 2026 bude financována z ORG 3048000000, a to každý rok. Částka 92 000,- Kč bude financována z ORG 2000000000 v každém roce trvání plánu. | |
| Cíl 3: Podpora náhradních rodičů a aktivace jejich potenciálu | Aktivita 3.1 Den pěstounských rodin | 140 000,- Kč/rok |
| | Aktivita 3.2 Anketa Ocenění pěstounů | 105 000,- Kč/rok |
| | Aktivita 3.3 Výstava s besedou o pěstounství | 143 000,- Kč rok 2025 |

| | | |
|--|--|------------------------------|
| | | 40 000,- Kč od roku 2026/rok |
| Zajištění finanční prostředků aktivita 3.1 | Částka 140 000,- Kč/ rok bude hrazena z ORG 3048000000 | |
| Zajištění finanční prostředků aktivita 3.2 | Částka 60 000,- Kč/rok bude hrazena z ORG 3048000000 a částka 45 000,- Kč z ORG 9830000000 za každý rok trvání plánu. | |
| Zajištění finanční prostředků aktivita 3.3 | Částka 80 000,- Kč za rok 2025 a 40 000,- Kč od roku 2026 každoročně bude hrazena z ORG 3048000000. Částka 63 000,- Kč v roce 2025 bude financována z rozpočtu ZK ORG2000000000. | |

SEZNAM ZKRATEK

| | |
|------|------------------------------------|
| DP | Dlouhodobý pěstoun/ka/ni |
| NRP | Náhradní rodinná péče |
| ORP | Obec s rozšířenou působností |
| PP | Pěstounská péče |
| PPD | Pěstoun/ka/ni na přechodnou dobu |
| PPPD | Pěstounská péče na přechodnou dobu |
| ZK | Zlínský kraj |

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet pěstounských rodin a pěstounů na přechodnou dobu v ČR

Tabulka 2: Počet zařazených žadatelů o pěstounskou péči ve ZK

Tabulka 3: Počet dětí zařazených do evidence NRP

Tabulka 4: Přehled strategických dokumentů Zlínského kraje

Tabulka 6: SWOT analýza náboru pěstounů ve ZK

Tabulka 7: Výběr kanálů a taktik

POUŽITÉ ZDROJE

CHEE Harold, HARRIS Rod; 1998. Global marketing strategy. London: Financial Times: Pitman. ISBN 0-273-62348-6;

KARLÍČEK, Miroslav, KRÁL, Petr; 2011. Marketingová komunikace Jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3541-2;

KOTLER, Philip; ROBERTO, Ned a LEE, Nancy; 2002. Social marketing: improving the quality of life. Thousand Oaks, California: Sage. ISBN 0761924345;

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ, 2024. Ministerstvo práce a sociálních věcí – Statistiky, In. www.mpsv.cz. Online. Dostupné z <https://www.mpsv.cz/web/cz/statistiky-1>. [cit. 2024-07-01];

MERTO VÁ, Johana, SVOBODOVÁ, Alena; 2021. Jak vyhledat pěstouna? Máme správnou strategii? Praha: Hledáme rodiče. ISBN 978-80-11-00709-6;

WHEELER, Thomas L. a HUNGER, J. David, c2002. Strategic management and business policy. Upper

Doložka dle § 23 zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, ve znění pozdějších předpisů

Schváleno orgánem kraje: Rada Zlínského kraje

Datum jednání a číslo usnesení: