

Sociální odbor hodnotí kampaň MÍT DOMOV A RODINU za rok 2017



11. 05. 2018 00:00

Od roku 2015 probíhá v Libereckém kraji kampaň, která se zabývá vyhledáváním pěstounů, s názvem „MÍT DOMOV A RODINU – Samozřejmost nebo vzácnost?“. Na kampani se podílí kromě Krajského úřadu Libereckého kraje také 8 organizací, které mají pověření k vyhledávání náhradních rodičů: Centrum pro rodinu Náruč, z. ú.; Centrum Protěž, o.p.s.; Farní charita Česká Lípa; Mateřské a dětské centrum Maják z. s. Tanvald; Městský úřad Železný Brod; Most ke vzdělání – Bridge to education, z. s., Rodina v centru, z. ú., Společnost pro podporu náhradní rodinné péče Amina, o. p. s.

Počet zrealizovaných akcí v rámci kampaně: 28

Akce byly většinou informačního charakteru (besedy, informační články), 35 % akcí bylo určeno široké veřejnosti, konaly se také 2 dny otevřených dveří. Celkově bylo na kampaň v loňském roce vynaloženo **téměř 220 000,- Kč**. Kraj se podílel částkou **95 135,- Kč** (43 % z celkových nákladů), organizace **124 800,- Kč** (57 % z celkových nákladů). Kampaní bylo osloveno přibližně **13 000 lidí**, jedna třetina z nich se akcí přímo účastnila, zbytek byl osloven propagačními materiály, články v tisku apod.

Z celkového počtu akcí bylo realizováno v Týdnu náhradního rodičovství (TNR): 10

Náklady za kraj na TNR : cca 25 000,-

Náklady za organizace na TNR: 90 600,-

Tyto akce byly především určeny široké veřejnosti a měly osvětový charakter. Farní charita Česká Lípa zorganizovala celodenní akci, v rámci které kraj uspořádal tiskovou konferenci. Kraj dále zajistil mediální tvář celého týdne, vydal 5 tiskových zpráv a tři rozhovory a zajistil jeho propagaci.

„Za rok 2017 bylo na krajském úřadě přijato 50 žádostí od lidí, kteří se chtějí stát náhradními rodiči

– ať už osvojiteli, dlouhodobými pěstouny nebo pěstouny na přechodnou dobu. Průměrné náklady na získání jednoho žadatele z pohledu kampaně jsou 4 400 korun,“ upřesnil náměstek hejtmána LK pro sociální oblast Pavel Svoboda. „Ačkoliv není možné zjistit, kde se vzal první impulz, který zájemce motivoval k podání žádosti, je tento ukazatel cenným výchozím bodem, podle něhož budeme moci určit, jak se zlepšuje efektivita kampaně v průběhu následujících let,“ dodal.

Příloha: Vyhodnocení kampaně 2017

Název akce	Typ akce	Organizace	Náklady	Počet účastníků/oslovených osob
Článek	Osvětová/publikační činnost	MDC Maják	500,-	1 000
Den otevřených dveří	Široká veřejnost	MDC Maják	2 000,-	3 500/6
Cesta lesem pohádek	Široká veřejnost	MDC Maják	500,-	1000
TNR	Široká veřejnost	MDC Maják	5 000,-	15
Článek	Osvětová/publikační činnost	MDC Maják	500,-	1 500
<i>Sociální síť</i>	<i>světová/publikační činnost</i>	<i>MDC Maják</i>	<i>5 000,-</i>	<i>5 000</i>
TNR	Informační setkání/beseda	MěÚ Železný Brod	2 200,-	8
Beseda pro veřejnost	Informační setkání/beseda	Rodina v centru	0	0
Beseda Exva	Informační setkání/beseda	Rodina v centru	300,-	6
Zahradní slavnost	Široká veřejnost	Rodina v centru	0	400
Maškarní	Široká veřejnost	Rodina v centru	0	250

TNR	Široká veřejnost	Amina	12 800,-	29
Greenfest	Široká veřejnost	Amina	2 900,-	290
Výtvarná dílna	Široká veřejnost	Amina	5 000,-	330
TNR	Široká veřejnost	FCHČL	56 000,-	300
<i>Letáková akce</i>	Osvětová/publikační činnost	<i>FCHČL</i>		
Informační setkání	Informační setkání/beseda	CPR Náruč	1 500	5
Informační setkání	Informační setkání/beseda	CPR Náruč	1 500	6
Den otevřených dveří	Široká veřejnost	CPR Náruč	1 000	12
I děti se dají pěstovat	Široká veřejnost	CPR Náruč	5500	300
Informační setkání	Informační setkání/beseda	CPR Náruč	1 000	3
Informační setkání	Informační setkání/beseda	CPR Náruč	1 000	2
TNR	Informační setkání/beseda	Centrum Protěž	0	10
Beseda pro studenty	Informační setkání/beseda	Centrum Protěž	0	60
<i>Celoroční rozdávání propagů</i>	<i>Osvětová/publikační činnost</i>	<i>Centrum Protěž</i>	<i>0</i>	<i>250</i>
TNR	Informační setkání/beseda	Centrum DAR	0	13
TNR	Široká veřejnost	Centrum DAR	0	8

Den pro rodinu Trutnov	Široká veřejnost	Centrum DAR	0	400
Den dětí Turnov		Centrum DAR	0	1500
Blátivé odpoledne (Jilemnice)		Centrum DAR	0	100
			124800,-	13 085