

Masarykova univerzita v Brně  
Filozofická fakulta  
Ústav české literatury a knihovnictví  
Kabinet knihovnictví

---



## PROJEKT MARKETINGOVÉ STUDIE

*Seminární práce k předmětu VIKBB09*

Autor: Jiří Zeman  
UČO: 216886  
Typ studia: kombinované  
Ročník: 2.  
Počet znaků: 11124

Brno  
2008

# SEARCH AND RESCUE CZECH REPUBLIC



## Definice Problému

V roce 2005 rozhodlo Ministerstvo vnitra (dále jen MV) - generální ředitelství Hasičského záchranného sboru České republiky (dále jen GŘ HZS ČR) na základě PO-246/IZS-2005 o vzniku odborné kynologické komise (dále jen OKK) za účelem ustanovení jednotného systému přezkušování záchranných psů a psovodů. K tomuto kroku bylo přistoupeno z důvodu nejednotnosti systému přezkušování jednotlivých organizací věnujících se výcviku záchranných psů na území ČR. Za členy této komise navrhlo MV-GŘ HZS ČR zástupce složek, které záchranné psy potřebují a zástupce složek, které záchranné psy cvičí. Všechny tyto složky byly oslovené, aby nabídly svého delegáta.

Zde při zrodu nového systému se hodnotily zkušenosti záchranářů z okolních států (Francie, Anglie, Polsko). Úkolem bylo vytvoření pravidel pro jednotnou zkoušku neboli atesty. Z pohledu profesionálů (HZS, PČR) se zohledňovaly zkušenosti psovodů a psů z praktických zásahů.

V rámci dalšího vzdělávání atestovaných psovodů a tím i psovodů zařazených do praxe a zásahů IZS vznikla Metodika sutinového vyhledávání s využitím záchranářských psů (viz příloha č. 1)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> ŠVESTKOVÁ, Veronika. *Teoretické a praktické vzdělávání kynologa záchranáře a jeho postup pro zařazení do IZS*. [s.l.], 2008. 77 s. Vyšší odborná škola zdravotnická. Vedoucí absolventské práce mjr. Ing. Martin Červenka, DiS.

Pod vedením GŘ HZS ČR vznikl propracovaný systém přezkušování a nasazování záchranných psů pro sutinové vyhledávání a definoval tak praktické požadavky hlavních složek Integrovaného záchranného systému (dále jen IZS) pro tento typ vyhledávání. V rámci mezinárodních cvičení Urban Search and Rescue (dále jen USAR) týmů v Polsku, instrukčně metodických zaměstnání držitelů kynologických atestů a v neposlední řadě praktických zásahů bylo potvrzeno nezastupitelné místo záchranných psů při vyhledávání zavalených nebo ztracených osob.

Plošné vyhledávání na území České republiky má na starosti Policie ČR (dále jen PČR). V současné době stále není zaveden podobný systém pro nasazení záchranných psů při tomto typu vyhledávání a atestování kynologové se svými psy jsou velice ojediněle nasazováni. Nasazování záchranných psů je velice závislé na jednotlivých oblastech a na stupni spolupráce jednotlivých organizací věnujících se výcviku záchranných psů s PČR. V jediné dostupné statistice MV z roku 1999<sup>2</sup>, kde se monitoruje počet pátrání po pohřešovaných osobách, bylo vyhlášeno pátrání po 6365 osobách. Opět v jediné dostupné statistice Svazu záchranných brigád kynologů ČR z roku 2003<sup>3</sup> je uvedeno pouze 13 akcí terénního vyhledávání.

Praktické zásahy v plošném vyhledávání z minulosti ukazují na vysokou časovou, organizační a finanční náročnost prohledávání terénu pomocí rojnic, přitom použití psů by při tomto typu vyhledávání výrazně zkrátilo dobu potřebnou pro vyslání specializovaných záchranných týmů a zvýšilo pravděpodobnost včasného nálezu pohřešované osoby.

V roce 2008 vznikla organizace Search and Rescue Czech Republic o.p.s (dále jen SAR CZ) pro podporu atestovaných kynologů MV. Jejím hlavním posláním je poskytovat materiální, technickou a organizační pomoc pro zvyšování kvalifikace

---

<sup>2</sup> [http://www.mvcr.cz/statistiky/krim\\_stat/1999/patr\\_os.html](http://www.mvcr.cz/statistiky/krim_stat/1999/patr_os.html)

<sup>3</sup> <http://www.zachranari.cz/index.html?str=praxe>

atestovaných kynologů a podporovat nasazování záchranných psů v rámci IZS. Z tohoto důvodu je nutné provést marketingovou studii, která povede ke zefektivnění služeb v oblasti plošného vyhledávání a ke sjednocení požadavků na kynology, kteří jsou držitelé plošných atestů MV. Tyto výstupy mohou výrazně pomoci i PČR při rozhodování o postupech při plošném vyhledávání a začlenění záchranných psů i dobrovolných organizací, které chtějí zvyšovat kvalifikaci svých členů a spolupracovat s PČR a IZS na co nejvyšší možné profesionální úrovni.

SAR CZ navrhuje uspořádání společného cvičení s jednotlivými složkami IZS a následného workshopu pro analýzu možných postupů a potřeb PČR. Během tohoto cvičení by bylo možno shodnotit kvalitu připravenosti záchranných psů s plošnými atesty MV a poskytnout informace o výhodách i nevýhodách nasazení těchto psů. Bylo by možno hodnotit i další aspekty, které by v co nejvyšší možné míře mohly zefektivnit pátrání po pohřešovaných osobách v terénu.

## **Podklady**

### **Analýza vnějšího prostředí – příležitosti a hrozby**

#### **Příležitosti:**

Možnost vytvoření podobně fungujícího systému s PČR jako pro sutinové vyhledávání ve spolupráci s HZS. Zvýšení úspěšnosti zásahů PČR při plošném vyhledávání.

Motivace více jak 700 dobrovolných členů nestátních neziskových organizací, kteří se věnují výcviku záchranných psů. Zvýšení možnosti praktického využití jejich psů a postupné zvyšování kvalifikace psovodů. Jejich činnost by získala větší smysl, pokud by se mohli aktivně a kvalitně zapojovat do pátracích akcí.

Uznání PČR u veřejnosti za spolupráci s dobrovolníky.

Zvyšování odbornosti obou zúčastněných stran. PČR zjistí možnosti nasazení psů, kynologové se seznámí s metodami Policie.

Efektivnější využití veškerých dostupných prostředků a možností při terénním vyhledávání. Jak technických prostředků - termokamery na přehledných místech, tak možností využití psů v těžko přístupných terénech

Snížení finančních nákladů na lidské zdroje při prohledávání terénů v rojnicích. Při tomto typu prohledávání jsou vynakládány nemalé finanční náklady na dopravu osob, úslou mzdu, stravování a další opatření.

Zrychlení akceschopnosti specializovaných týmů, které mohou být na místě zásahu v rádech maximálně 3 hodin kdekoli na území ČR. Časová náročnost pro organizaci několika set osob pro prohledávání terénu v rojnici je několikanásobně vyšší než nasazení několika týmů psů+pes.

### **Hrozby:**

Neochota ke spolupráci s dobrovolníky či ostatními složkami IZS ze strany PČR při plošném vyhledávání, které je přímo v kompetenci Policie.

Nezájem dobrovolníků o vysoce kvalifikovanou spolupráci s PČR. Pro tuto spolupráci si je třeba uvědomit systém velení a podřízení veliteli zásahu. Odradit může i neustálé zvyšování kvalifikace kynologů i v jiných oborech a oblastech, než je výcvik a použití psů (ICT, GPS apod.)

Nedostatek finančních prostředků na organizaci součinnostních cvičení. Jelikož plošné vyhledávání spadá do kompetence Policie, nedá se uplatnit žádost o poskytování a použití neinvestičních dotací na IZS ze státního rozpočtu ČR pro nestátní neziskové organizace.

Nedostatek finančních a materiálních prostředků pro kvalitní výcvik psů s požadovaným typem vyšší nervové soustavy. Výcvik akceschopného záchranného psa stojí až 200 tisíc korun do tří let věku psa a v současné době jsou tyto náklady pouze na bedrech jednotlivých psůvodů.

Nedocenění potřeby těchto aktivit skupinami osob, které nejsou detailně seznámeny s touto problematikou.

## **Analýza vnitřního prostředí – silné a slabé stránky**

### **Silné stránky**

Všeobecně pozitivní povědomí veřejnosti o používání záchranných psů při pátracích akcích. Ukázkové práce záchranných psů při různých veřejných akcích a pro sponzory.

Vysoká úroveň české záchranné kynologie, která je uznávána po celém světě. Úspěchu USAR týmů na mezinárodních cvičeních – několikrát vyhlášení jako nejlepší týmy.

Navázání na vysoce profesionální systém uplatněný pro sutinové vyhledávání.

### **Slabé stránky**

Zkušenosti s nekvalifikovanými psůvody z minulosti. Před zavedením atestů MV byli povolávání do akcí i nekvalifikovaní psůvodi, mnohdy i s nedostatečnými fyzickými a psychickými předpoklady a s nekvalitně připravenými psy.

## **Proč marketingová studie?**

Marketingová studie pomáhá organizovat rozhodování a při kontrole důsledků těchto rozhodnutí. Dostaneme odpovědi na otázky:

- jaké služby má PČR zájem a jaké výhody očekává
- Jaké služby mohou atestovaní kynologové nabídnout
- Jaké jsou možnosti financování různých aktivit pro zkvalitnění výcviku a pro nasazení záchranných psů
- Jaké omezení má použití záchranných psů v praxi pro plošné vyhledávání
- Jaké jsou další možnosti spolupráce PČR s nestátními neziskovými organizacemi věnující se vyhledávání a záchraně osob
- Jaké dojem bude mít veřejnost a blízcí pohřešovaných osob z aktivního zapojení záchranných psů při pátracích akcích (zjištění informací formou dotazníku a z odpovědí respondentů)

Výstupní analýzy marketingové studie budou mít podobu textu, který shrne poznatky z workshopu a formu tabulek z výstupů z dotazníků. Konkrétní informace budou obsahovat:

- Činnosti, které atestovaný kynolog je schopen zastávat při praktickém nasazení. Jaké služby je schopen a kvalifikován poskytovat.
- Podmínky přezkušování záchranných psů pro plošné vyhledávání.
- Podmínky povolání atestovaného kynologa k zásahu.
- Forma a způsob vyhodnocení praktických nasazení.
- Celkový dopad na efektivitu při využití záchranných psů.

Veškeré výstupy budou pravidelně ověřovány na dalších součinnostních cvičeních a přehodnocovány po praktických nasazeních.

### **Marketingové úkoly, záměry, cíle a cílové skupiny**

Cílem je určit, předvídat, identifikovat a zjistit požadavky PČR pro využití psů při plošném vyhledávání a zda jsou se službami a profesionalitou spokojeni.

Ve všech výstupech tohoto projektu zohledňovat:

- Orientace na záchranu osob
- Věřit v dobrou vůli ke spolupráci mezi jednotlivými složkami
- Věřit v kvalitu
- Orientovat se na akceschopnost a pokrytí celého území ČR stejně kvalitními službami

### **Cílové skupiny:**

1. Prioritní cílovou skupinou je PČR a vedoucí činitelé, kteří ovlivňují systém plošného vyhledávání.
2. Druhou cílovou skupinou jsou atestovaní kynologové jednotlivých organizací, které se věnují výcviku záchranných psů. Projekt jim dává možnost širokého uplatnění a seberealizace.
3. Třetí cílovou skupinou jsou jednotlivé organizace, které se věnují výcviku záchranných psů. Výstupy mohou vést ke zkvalitnění výcviku psů a podpoře praktického využití těchto psů. V neposlední řadě také k propagaci této činnosti v očích veřejnosti.

### **Hypotéza o pravděpodobném výsledku marketingové studie**

Výsledkem této studie by mělo být zefektivnění plošného pátrání na území ČR a stabilního začlenění specializovaných záchranných týmů při této činnosti.

Jednotlivé organizace se seznámí s aktuálními informacemi v této oblasti a budou moci aplikovat zjištěné závěry ve své činnosti.

V celkovém pohledu by tato studie měla vést i ke zvýšení prestiže a profesionality jednotlivých zasahujících složek a ke zlepšení spolupráce PČR s nestátními neziskovými organizacemi.

### **Vyhodnocování a interpretace výsledků**

Veškeré výsledky studie a analýz budou mít strukturu textu nebo tabulek s jasnými výstupy, vyhodnocením a doporučeními pro další realizační kroky.

Bude uspořádána porada realizačního týmu a zástupců zúčastněných složek a následně zorganizována tisková konference. V průběhu jednoho měsíce budou závěry uvedeny z praxi a budou zrealizovány odsouhlasené doporučení.



- Seznam potřeb PČR
- Podrobná zpráva ze cvičení a následného workshopu
- Analýza nápadů
- Dotazník s odpověďmi respondentů
- Seznamy respondentů rozdělené na příslušníky PČR, členy kynologické komise MV, atestované kynology a členy organizací věnující se výcviku záchranných psů
- Analýza propagace

### Časový harmonogram

<b>Krok č.1</b>	<b>Termín do</b>
Vypracování vstupních SWOT analýz, vohodnocení	1.7.2008
Vytvoření seznamu respondentů	1.7.2008
Vytvoření dotazníků	1.7.2008
<b>Krok č.2</b>	
Součinnostní cvičení	10.-14.7.2008
Workshop	15.7.2008
Analýza nápadů, vyhodnocení	1.8.2008
Vytvoření seznamu požadavků PČR	1.8.2008
<b>Krok č.3</b>	
Analýza propagace, vyhodnocení	1.7.2008-15.8.2008
Podrobná zpráva z workshopu	1.9.2008
Výstupní analýza marketingové studie, vyhodnocení	1.10.2008
<b>Krok č.4</b>	
Uvedení odsouhlasených postupů do praxe	1.11.2008
Realizace doporučení	1.12.2008

### Personální zajištění

<b>Krok č.1</b>	<b>Za realizaci zodpovídá</b>
Vypracování vstupních SWOT analýz, vohodnocení	JZ
Vytvoření seznamu respondentů	VŠ
Vytvoření dotazníků	JZ
<b>Krok č.2</b>	
Součinnostní cvičení	JZ, VŠ, BZ
Workshop	JZ
Analýza nápadů, vyhodnocení	VŠ, BZ

Vytvoření seznamu požadavků PČR	JZ
<b>Krok č.3</b>	
Analýza propagace, vyhodnocení	JZ, BZ
Podrobná zpráva z workshopu	JZ, VŠ
Výstupní analýza marketingové studie, vyhodnocení	JZ, BZ
<b>Krok č.4</b>	
Uvedení odsouhlasených postupů do praxe	JZ
Realizace doporučení	JZ

## Rozpočet nákladů

Náklady	Materiální	Ostatní	
	Kč	Kč	popis
Vytvoření potřebných dokumentů	2 000,-	30 000,-	odměny
Marketingový průzkum	5 000,-	10 000,-	odměny, občerstvení
Součinnostní cvičení	5 000,-	50 000,-	benzín, ubytování, strava
Workshop	2 000,-	5 000,-	ubytování, strava
Tisková konference		10 000,-	prezentace, občerstvení
Náklady na propagaci		30 000,-	propagace
<b>Náklady celkem</b>	14 000,-	135 000,-	

## Závěr

Marketing je funkcí organizace, která identifikuje nenaplněné potřeby a požadavky, definuje a měří jejich velikost, určuje, kterým cílovým klientům může nejlépe sloužit, rozhoduje o patřičných službách, programech, které mají sloužit těmto klientům, a vyzývá každého v organizaci k tomu, aby „myslel na zákazníka a sloužil mu". Ze společenského hlediska je marketing silou, která využívá industriální kapacitu národa k tomu, aby uspokojovala materiální potřeby společnosti.

Zná-li organizace svoji situaci na trhu, chápe-li správně své vnitřní podmínky a vnější postavení a má-li představu o tom, co její klienti potřebují, může rozvíjet svoji marketingovou strategii.

Výše uvedené platí jak v ziskovém, tak i neziskovém sektoru