

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

DAMIR MRAZOVIĆ

ULOGA MARKETINGA U POPULARIZACIJI  
VATROGASTVA REPUBLIKE HRVATSKE  
ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2015.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU  
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

DAMIR MRAZOVIĆ

THE ROLE OF MARKETING IN  
POPULARIZING OF FIREFIGHTING IN  
CROATIA

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Dr. sc. MARINA GREGORIĆ

ČAKOVEC, 2015.

## Sažetak

U ovom radu naglasak je na dva pojma koja su u Hrvatskoj suprotna – marketing i vatrogastvo. U Hrvatskoj je marketing udruga, a u ovom slučaju vatrogastva slab ili uopće ne postoji. Pokušava se ukazati na problem slabe medijske eksponiranosti vatrogasaca, njihovih natjecanja, uspjeha na svjetskom nivou, ali i njihovih intervencija te značaj za cjelokupno stanovništvo Republike Hrvatske. Novac je taj koji ima najveću ulogu, iako bi ulaganjem stvorili još bolje, još suvremenije i uigranije vatrogastvo koje svima nama bilo bi od koristi. Isto tako, naglasak je na lokalne poduzetnike koji bi trebali poticati i davati donacije vatrogascima. Nažalost, svjedoci smo svakakvih nesreća i nezgoda i najvjerojatnije je da će vatrogasci biti ti koji će nekome pomoći u spašavanju njegovog poduzeća, koji će bez obzira na empatije poduzetnika spasiti poduzeće. U poglavlju o vatrogasnim natjecanjima spominje se podatak da su Hrvati financijski daleko iza ostalih razvijenih zemalja, ali su uz volju, trud, želju i upornosti izrasli su u 4. silu na CTIF natjecanju u Mulhouseu 2013. godine. Uz pomoć i razumijevanje lokalnih poduzeća takvi uspjesi na međunarodnom polju sve su dostupniji i bliži hrvatskim vatrogascima.

**KLJUČNE RIJEČI:** *Marketing, vatrogastvo, vatrogasna djelatnost, Hrvatska vatrogasna zajednica, neprofitne organizacije*

## Sadržaj

Sažetak .....	1
1. Uvod .....	3
2. Promocija i popularizacija vatrogastva .....	3
2.1 Važnost marketinga neprofitnih organizacija u javnosti .....	4
2.2 Marketing opće dobrobiti .....	4
2.3 Percepcija javnosti o vatrogastvu .....	5
2.4 Odnos vatrogastva i jedinica lokalne samouprave i financiranje vatrogastva.....	7
2.5 Svijest lokalnih poduzetnika za donacije vatrogastvu.....	8
3. Vatrogastvo .....	10
3.1 Povijest vatrogastva.....	10
3.1.1 Počeci dobrovoljnog vatrogastva u Hrvatskoj.....	10
3.1.2 Utemeljenje Hrvatske vatrogasne zajednice.....	10
3.1.3 Đuro Deželić - otac hrvatskog vatrogastva (25.03.1838. - 28. 10.1907.).....	11
3.2 Zakoni o vatrogastvu .....	13
3.3 Vatrogasna djelatnost .....	14
3.4 Vatrogasna natjecanja .....	16
3.5 Prikupljanje informacija – intervju .....	18
3.5.1 Intervju sa Željkom Odakom.....	19
3.5.2 Intervju sa Zdravkom Filipajom.....	22
4. Mjere za poboljšanje položaja vatrogastva u Republici Hrvatskoj .....	25
5. Zaključak.....	28
Literatura .....	30

## 1. Uvod

Tema ovog rada je uloga marketinga u popularizaciji vatrogastva Republike Hrvatske. Naglasak je na ulogu marketinga neprofitnih organizacija, na vatrogasnu djelatnost, povijest vatrogastva, odnos lokalne samouprave i lokalnih poduzetnika i vatrogastva.

Obavljeni intervjui sa osobama koje su u vatrogastvu dugi niz godina i koje su svojim uspjesima i svojom kompetencijom u samom vrhu vatrogasaca Hrvatske uvelike pomažu shvaćanju povezanosti između vatrogasaca i njegove važnosti za društvo. Isto tako, govori se o zakonima o vatrogastvu koji su napisani i potvrđeni od mjerodavnih institucija, ali ih se ne poštuje o onom obliku koji bi vatrogasci željeli. Pri tome se neki lokalni čelnici „mačehinski“ odnose prema vatrogascima, ugrožavajući svoje stanovništvo i ljude koji su ih izabrali. Vatrogasna natjecanja su ta koja zbližavaju vatrogasnu struku, daju određene smjernice prema napretku samih vatrogasaca, daju jasnu sliku stanja određenih društava, zajednica, ali i županija.

U poglavlju percepcija javnosti prema vatrogascima govori se o samoj svijesti ljudi prema vatrogascima, ali i o temi da vatrogasci sami trebaju iznositi sve svoje aktivnosti u javnost. Trebaju imati osobu koja će sve te aktivnosti prezentirati na najbolji mogući način da se stekne jasna slika društva u javnosti. Isto tako, vatrogasci svojim uspjesima moraju „natjerati“ lokalne poduzetnike na donacije i pomoć vatrogascima.

U poglavlju mjere za poboljšanje položaja vatrogastva u Republici Hrvatskoj biti će riječi o mjerama koje bi mogle pomoći da se vatrogastvo prezentira javnosti na najbolji mogući način te da se svijest lokalnih poduzetnika za donacije vatrogascima poveća i da zajedno s vatrogascima ulože trud i naprave pokazne vježbe zaštite na radu i zaštiti od požara s ciljem educiranja svojih zaposlenika.

## 2. Promocija i popularizacija vatrogastva

U današnje vrijeme sve je više potrošača koji teže većoj vrijednosti - ne samo individualnoj, već i za cijelu društvenu zajednicu. Prema Glavočević -Radman Peša

(2013) povećana društvena osjetljivost zajednice pred poduzeća i organizacije postavlja brojne izazove prema kojima poduzeća moraju poslovati uspješno, a da se pritom obrati pozornost na dobrobit zajednice te da se sve štetne i negativne aktivnosti svedu na minimum. Ta promjena može se primijeniti i u neprofitnim organizacijama i udrugama koje postoje zahvaljujući radu i predanosti društva.

## **2.1 Važnost marketinga neprofitnih organizacija u javnosti**

Društveno odgovorno poslovanje i marketing međusobno se nadopunjuju. Konceptija društvenog marketinga teži uspostavljanju ravnoteže između profita poduzeća, kratkoročnog zadovoljstva potrošača/kupaca i dugoročnog interesa šire javnosti (Baletić i sur., 1995). Kako bi se ostvarili društveni ciljevi koji su u interesu zajednice i organizacije, potrebno je osigurati komunikacije između tih dviju strana. Marketing kao komunikacijski kanal nudi više načina na koje se ti postavljeni društveni ciljevi mogu ostvariti.

## **2.2 Marketing opće dobrobiti**

Marketing opće dobrobiti (Cause Related Marketing – CRM) izražava socijalnu svijest organizacije na način da povezuje društvene probleme i ciljeve organizacije. To je koncept kojim se postiže sinergija i formiranje veza s interesno-utjecajnim skupinama (Glavočević - Radman Peša, 2013). Cilj marketinga opće dobrobiti je prvenstveno ostvarenje društveno korisnog cilja, dok je marketinška promocija u drugom planu. Marketing opće dobrobiti jedan je od oblika društveno odgovornog poslovanja kojim organizacije nastoje zadovoljiti izazove koje interesno utjecajne skupine stavljaju pred njih.

Neprofitne organizacije sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća gube tradicionalne izvore financiranja. U novim tržišnim okolnostima jedno od bitnih rješenja postaje prihvaćanje marketinških principa u upravljanju neprofitnim organizacijama (Broderick i sur., 2003).

Neprofitne organizacije na temelju društveno odgovornog marketinga prikupljaju sredstva za dobrotvorne svrhe i podizanje svijesti javnosti o brojnim problemima koji nas okružuju i pomoći koja je potrebna ljudima oko nas. Kroz ovaj koncept, neprofitne organizacije postaju mnogo poznatije i izloženije prema javnosti jer se radi o povezanosti profitnih i neprofitnih organizacija. Ta izloženost javnosti se odnosi na sve sudionike u korporacijskom-partnerskom opskrbnom lancu, na kupce i na cijelo društvo. Neprofitne organizacije pomažu poduzeću u stjecanju prednosti i koristi, a to čine i poduzeća neprofitnim organizacijama. Neprofitne organizacije koje imaju više iskustva u primjeni marketinga općeg dobra imaju užu povezanost između postavljenih ciljeva i ostvarenih rezultata.

Najveći rizik za neprofitne organizacije koje primjenjuju ovaj koncept je da suradnja s određenim poduzećem ili sponzorom može dovesti do pogrešnog shvaćanja biti dobrotvorne akcije ili organizacije te na taj način dovesti do pogrešne percepcije i nepovjerenja potrošača i društva.

Drugi rizik za neprofitne organizacije je da se sredstva prikupljena pomoću marketinga općeg dobra mogu smatrati od strane potrošača i poduzeća kao zamjena za redovite individualne i korporacijske filantropske doprinose, a ne kao dodatni doprinosi. Rizici za neprofitnu organizaciju mogu biti i neuspjeh koji proizlazi iz suradnje s nekim poduzećem, gubitak sredstava, gubitak organizacijske fleksibilnosti za ulazak u drugo slično savezništvo sa pokroviteljskom tvrtkom, neetično ponašanje partnerskog poduzeća te prevelika ovisnost o sredstvima koja doniraju poduzeća.

### **2.3 Percepcija javnosti o vatrogastvu**

Hrvatsko vatrogastvo ima bogatu pisanu riječ, što dokazuje “Vatrogasni vjesnik” - glasilo hrvatskih vatrogasaca utemeljeno 1892 te uspješno djeluje i danas. Od desetine stručnih naslova izdvaja se Deželićev “Obučevnik” iz 1882. godine, “Opći vatrogasni propisi” iz 1891. godine., “Vatrogasne štrcaljke” iz 1901. godine.

Prvi poznati "Vatrogasni kalendar" datira iz 1909. "Propisnik i vježbovnik" iz 1932. "Taktika" iz 1936., te noviji priručnici za vatrogasna zvanja iz osamdesetih godina i vatrogasna stručna literatura koju je tijekom devedesetih godina jedino Zajednica izdavala.

Sve organizacije, profitne ili neprofitne kao što je vatrogastvo, trebaju uvijek nešto reći javnosti: dati intervju, informacije o novim proizvodima, informaciju o obljetnici, podatak o budžetu društva, o novim članovima, o planovima razvoja, planu i rezultatima vatrogasnih natjecanja. Na svaku javnu manifestaciju, obljetnicu djelovanja, promociju nove opreme ili donacije treba pozvati i predstavnike medija. Oni će cijeniti poziv, profesionalno fotografirati trenutke događaja i biti dobrodošli na svakom događaju važnom za društvenu zajednicu.

Svako vatrogasno društvo trebalo bi imati glasnogovornika koji bi ljubazno kontaktirao s javnosti na prijateljski način ali uz profesionalni vokabular i nastup. Promocija i pozitivan odjek u medijima je ono što je ključno za vatrogasna društva koja preživljavaju na temelju donacija i sponzorstava kako poduzeća, tako i pojedinaca.

Hrvatska vatrogasna zajednica također provodi informativno-promidžbenih i nakladničkih aktivnosti u svrhu prevencije i edukacije javnosti kao i informiranja iz svijeta vatrogastva. Svakog se mjeseca tiska časopis "Vatrogasni vjesnik" kojeg besplatno dobivaju svi vatrogasni subjekti. Od 2011. godine dva puta godišnje izdaje se i stručno-znanstveno glasilo „Vatrogastvo i upravljanje požarima“ koje donosi članke najeminentnijih vatrogasnih stručnjaka. U Ekonomatu je moguće kupiti priručnike za školovanje i obuku vatrogasaca u nakladi Hrvatske vatrogasne zajednice. Uz ostale promidžbene aktivnosti koje uključuju tisak raznih promotivnih materijala i artikala, u 2014. godini svečano je otvoren Muzej hrvatskog vatrogastva u Varaždinu u kojem su izloženi brojni predmeti koji svjedoče o povijesti hrvatskog vatrogastva koje datira još iz davne 1876. godine.



## 2.4 Odnos vatrogastva i jedinica lokalne samouprave i financiranje vatrogastva

Odnos vatrogastva i jedinica lokalne samouprave i način financiranja prema vatrogastvu uređen je Zakonom o vatrogastvu (NN 80/10). Prema zakonu, sredstva za financiranje redovne djelatnosti javnih vatrogasnih postrojbi, općina, gradova i grada Zagreba, osiguravaju se u proračunu općine grada Zagreba. Sredstva za financiranje redove djelatnosti DVD-a i vatrogasnih zajednica te za opremanje njezinih članica osiguravaju se u proračunu općine, grada i grada Zagreba. Sredstva za financiranje djelatnosti vatrogasnih zajednica županije i grada Zagreba osigurava se u proračunu županija, odnosno grada Zagreba.

Iz državnog proračuna osiguravaju se sredstva za troškove intervencije vatrogasnih postrojbi koje interveniraju po nalogu glavnog vatrogasnog zapovjednika, za financiranje djelatnosti hrvatske vatrogasne zajednice, za financiranje djelatnosti nacionalnog odbora za preventivnu zaštitu i gašenje požara. Financiranje redovne djelatnosti profesionalnih i dobrovoljnih vatrogasnih postrojbi u gospodarstvu, osigurava osnivač sukladno planu zaštite od požara i svojim općim aktima.

U odlomku ispod vidljiv je plan financiranja poslova vatrogastva sukladno Zakonu o vatrogastvu. Sredstva koja općine, gradovi i županije moraju izdvojiti za poslove vatrogastva utvrđuju se prema navedenim mjerilima:

1. općina, grad ili županija s proračunom do 5.000.000,00 kuna izdvaja 5% sredstava iz proračuna, a svakim povećanjem proračunskih sredstava za 1.000.000,00 kuna izdvajanje se smanjuje za 0,1% do 25.000.000,00 kuna ukupne vrijednosti proračuna,
2. općina, grad ili županija s proračunom od 25.000.000,00 kuna izdvaja 3% sredstava iz proračuna, a svakim povećanjem proračunskih sredstava za 2.000.000,00 kuna izdvajanje se smanjuje za 0,1 do 45.000.000,000 kuna ukupne vrijednosti proračuna,
3. općina, grad i županija s proračunom od 45.000.000,00 kuna izdvaja 2% sredstava iz proračuna, a svakim povećanjem proračunskih sredstava za 10.000.000,00 kuna

izdvajanje se smanjuje za 0,1%, s tim da smanjenje ne može biti manje od 1% ukupnih proračunskih sredstava, općine, grada ili županije, a Grad Zagreb izdvaja 0,35% iz proračuna Grada Zagreba. ([www.zakon.hr](http://www.zakon.hr), 2015). Iz Zakona o vatrogastvu je jasno vidljivo da se financiranje mora provoditi sukladno godišnjem proračunu lokalne samouprave (izuzetak je grad Zagreb koji bez obzira na godišnji proračun mora uplaćivati 0.35% vatrogascima). U Zakonu o vatrogastvu (NN 80/10) postoje i kaznene odredbe koje terete pravne osobe (jedinice lokalne samouprave) i to novčanim kaznama od 10.000,00 kuna do 50.000,00 kuna, ali i same župane, gradonačelnike i načelnike kao fizičke osobe i to novčanim kaznama od 5.000,00 do 20.000,00 kuna.

Svjedoci smo da u nedostatku novčanih sredstava župani, gradonačelnici i načelnici radije plaćaju jako niske kazne nego da uplaćuju prijeko potreban novac vatrogascima. Isto tako je jako nemoralno od tih istih župana, gradonačelnika i načelnika da živote građana koji su ih izabrali na izborima dovode u opasnost i samim time općenitu opstojnost samih lokalnih samouprava. Treba se samo prisjetiti poplava iz 2014. godine koje da nije bilo vatrogasaca prerasle bi u opću katastrofu, odnosno, tek kada se dogode nesreće, organi vlasti, cijela javnost i društvo shvate da vatrogasci imaju veliko značenje za dobrobit ljudi.

## **2.5 Svijest lokalnih poduzetnika za donacije vatrogastvu**

Kao kod svih neprofitnih organizacija, pa tako i kod vatrogastva važno je da se stvori pozitivna slika o djelovanju i radu društva. Postoje poduzeća koja sudjeluju u humanitarnim događajima i promicanju kulturnih, općedruštvenih akcija s ciljem da u svijesti korisnika i građanina probude potrebu za donacijama kako bi cijelo društvo napredovalo kako lokalno tako i šire.

Lokalna poduzeća koja djeluju na određenim područjima djelovanja dobrovoljnog vatrogasnog društva uvelike mogu pridonijeti rastu i razvoju vatrogastva. Velika poduzeća imaju i bogate budžete za realiziranje općedruštvenih, humanitarnih ili kulturnih akcija. Što se tiče srednje malih i malih poduzeća, ona mogu na adekvatan način donirati nekoj udruzi sredstva putem proizvoda za djecu ili plaćanje školovanja

mladih vatrogasaca. Također može donirati za opremu koja je potrebna za vatrogasne vježbe i natjecanja.

Prema Jurković ([www.poslovni-savjetnik.com](http://www.poslovni-savjetnik.com), 2007) poduzeća bi morala uvijek imati razumijevanja za druge i stavite se u njihov položaj – položaj tražitelja donacije, sponzorstva, predstavnika medija, kupca ili klijenta.

Primjeri poduzeća koja imaju raspisane natječaje za financiranje udruga su: Eko Međimurje d.d. i INA d.d. Japansko veleposlanstvo imalo je razumijevanja i odobrilo projekt obnove vatrogasnog doma, kupnju novog kombi vozila i kupnju opreme DVD-u Selište Kostajničko. Isto tako u sklopu akcije „RTL pomaže djeci“ odobrena je donacija DVD-u Nuštar da im se nabavi nova vatrogasna oprema za mladež.

U današnje vrijeme jako malo poduzeća imaju sluha za donacije vatrogastvu, a nikada ne znaju kada će im ti isti vatrogasci biti od pomoći, kada će se dogoditi nekakva nesreća za njihovo poduzeće i kada će oni biti ti koji će tražiti pomoć.

Postoji jako puno primjera gdje su vatrogasci spašavali poduzeća od po samo nekoliko zaposlenika do onih od nekoliko tisuća zaposlenih (MTČ Čakovec). Tek dok se dogodi nesreća onda dolazi do svijesti poduzetnika da su vatrogasci oni koji ne traže novac za sebe i svoje privatne interese, već za opremu prijeko potrebnu svima nama i svima na korist.

### 3. Vatrogastvo

#### 3.1 Povijest vatrogastva

Organizirano vatrogastvo na tlu današnje Hrvatske moguće je pratiti od 35. godine prije Krista, otkako je Oktavijan počeo osvajati Iliriju pa sve do propasti Zapadnorimskog carstva. Usporedno s razvojem zaštite od požara i vatrogasne organizacije, Rimljani su unapređivali i preventivne mjere zaštite koje su bile dijelom urbanističkih i građevinskih propisa. Organizaciju vatrogasne službe rimska uprava nastojala je uspostaviti i u svojim pokrajinama, pa i na području današnje Hrvatske.

##### 3.1.1 Počeci dobrovoljnog vatrogastva u Hrvatskoj

Dobrovoljno vatrogastvo u Hrvatskoj oslanjalo se na tradicije europskoga dobrovoljno vatrogastva, ponajprije onog u Njemačkoj i Austro-Ugarskoj. Suvremeni razvoj našega dobrovoljnog vatrogastva počeo je godine 1864. u Varaždinu. Varaždinski turpijarski radnik Oton Mayer, kao “putujući kalfa” radeći u obrtničkim radionicama Austrije i južne Njemačke upoznao je suvremena društvena kretanja, te donio u Varaždin ideju slobodnog udruživanja građana u razna društva, a time i vatrogasna društva. U Varaždinu je prema toj zamisli 17. lipnja 1864. osnovana prva dobrovoljna vatrogasna organizacija pod nazivom “Prvi hrvatski dobrovoljni vatrogasni zbor u Varaždinu” sa 156 članova-osnivača.

Poslije Varaždina i u drugim hrvatskim gradovima osnivaju se dobrovoljna vatrogasna društva. U Sisku je sljedeće godine 1865., osnovano dobrovoljno vatrogasno društvo, u Otočcu u Lici 1868, u Ludbregu 1869, u Zagrebu 1870, u Karlovcu i Novoj Gradiški 1871. i tako dalje. ([www.hvz.hr](http://www.hvz.hr))

##### 3.1.2 Utemeljenje Hrvatske vatrogasne zajednice

Težnja da se zaštita od požara učini djelotvornijom i organiziranijom, da se mrežom dobrovoljnih vatrogasnih društava, koja su svojim radom pronijela vrijednosti

tadašnjega dobrovoljnog vatrogastva, pokrije što veći prostor Hrvatske, rezultirala je osnivanjem Hrvatsko-slavonske vatrogasne zajednice. Punih trinaest desetljeća je prošlo otkako je krenula inicijativa za osnivanjem krovne hrvatske vatrogasne organizacije. Poticaji koji su krenuli 1871. iz Varaždina, preko Zagreba i Siska realizirani su 1876. osnivanjem Hrvatsko-slavonske vatrogasne zajednice.

U svakom pogledu burnih 130 godina stvaranja hrvatske vatrogasne organizacije bitno je obilježilo i hrvatsku nacionalnu povijest. Kao krovna vatrogasna organizacija, Vatrogasni savez je pridonio do kraja osamdesetih godina uzletu vatrogastva na svim područjima preventivnog, operativnog, strukovnog i društvenog rada. U ozračju Domovinskog rata i uz obrazloženje posljedica toga rata, 1993. profesionalno vatrogastvo pridruženo je Ministarstvu unutarnjih poslova temeljem prvog Zakona o vatrogastvu u neovisnoj Hrvatskoj. Time je zapravo centralizirano vatrogastvo razdvajanjem profesionalnog i dobrovoljnog vatrogastva, te slabljenjem dobrovoljnog segmenta vatrogastva.

Neracionalnost i dvojnost u zapovjednoj liniji i na drugim područjima vatrogastva rezultiralo je upornim zalaganjem Zajednice, ozakonjenjem decentralizacije vatrogastva početkom 2000. i vraćanjem profesionalnih postrojbi jedinicama lokalne samouprave. To je i temelj na kojem Hrvatska vatrogasna zajednica izrasta u nacionalnu krovnu vatrogasnu organizaciju, kakva je i bila u pretežnom dijelu svoga 130 godišnjeg rada.

### **3.1.3 Đuro Deželić - otac hrvatskog vatrogastva (25.03.1838. - 28. 10.1907.)**

Đuro Stjepan Deželić pučku školu završio je u rodnom Ivanić Grdu, gimnaziju u Zagrebu, a 1862. godine upisao je studij prava. Tijekom odvjjetničke prakse bio je počasni bilježnik Županije zagrebačke, a 1869. godine gospodarski izvjestitelj u Zagrebačkom gradskom poglavarstvu. ([www.daz.hr](http://www.daz.hr))

Đuro Deželić neprekidno je radio više od trideset godina u Dobrovoljnom vatrogasnom društvu u Zagrebu. U tom društvu zaslužan je i da od 1870. godine s prekidima djeluje vatrogasna limena glazba. Za tu vatrogasnu glazbu 1898. godine Ivan pl. Zajc (1832-

1914) skladao je na stihove Đure Deželića "Vatrogasnu himnu". Prema zapisnicima Dobrovoljnog vatrogasnog društva u Zagrebu - preveo je godišnji izvještaj na hrvatski te je na njegov zahtjev zaključeno da će se zapisnici odborskih sjednica voditi samo na hrvatskom jeziku.

Središnji odbor HSVZ na sjednici 20. svibnja 1895. godine odao je zapisničko priznanje za zasluge u razvijanju hrvatskog vatrogastva Đuri Deželiću te ga proglasio ocem hrvatskog vatrogastva. Godine 1882. napisao je Obučevnik za dobrovoljne vatrogasce sa zapovijedima i vatrogasnim nazivima na hrvatskom jeziku. Đuro Deželić je dugi niz godina pisao razne stručne članke iz zaštite od požara i vatrogastva. Pratio je europske stručne časopise, jer je dobro poznao nekoliko jezika (5), i nastojao je svoje spoznaje i zapažanja što jednostavnije prenijeti javnosti u časopisu. Dugi niz godina, sve do svoje smrti tražio je da se prihvati Hrvatski vatrogasni zakon.

Među mnogim priznanjima tijekom aktivnog rada u vatrogastvu, redala su odličja kraljevskog viteškog križa, kolajna za višegodišnje službovanje u dobrovoljnom vatrogastvu, odličje za zasluge. 9. rujna 1906. godine Skupština Hrvatsko Slavonske vatrogasne zajednice dodijelila mu je "Začastni znak" što je bilo najviše priznanje u hrvatskom vatrogastvu.

Na prijedlog Đure Deželića, predsjednika Dobrovoljnog vatrogasnog društva u Zagrebu, na mjesto "vježbatelja" i "gasilanara" postavljen je Mirko Kolarić (18.10.1850 – 5.09.1938.) Mirko Kolarić pučku školu završio je u Grubišnom Polju, a niže razrede gimnazije u Varaždinu. U osamnaestoj godini (1868) života priključio se kao dobrovoljni vatrogasac Prvom hrvatskom dobrovoljnom vatrogasnom zboru u Varaždinu, četiri godine nakon njegova osnivanja (1864). U početku je bio "štrcar", a zatim "vođa štrcara", "vježbatelj", "gasilantar" (spremištar), zapovjednik vatrogasne jedinice i član Upravnog odbora. Naredbom Banske uprave Kraljevske zemaljske vlade u Zagrebu 1891. godine Mirko Kolarić je postavljen za hrvatskog učitelja "Vatrogasne struke" ([www.vatrogas.blogspot.hr](http://www.vatrogas.blogspot.hr)). 14. kolovoza 1893. izabran je za tajnika Hrvatsko-slavonske vatrogasne zajednice i na toj dužnosti ostao je 35 godina, do svoje smrti. Najveće priznanje Mirku Kolariću, svom članu i zapovjedniku vatrogasne jedinice i

hrvatskom vatrogasnom učitelju, odali su vatrogasci Prvoga hrvatskoga dobrovoljnoga vatrogasnog zbora u Varaždinu postavivši u dvorištu svoga Vatrogasnog doma 1991. godine njegovo poprsje. Prvi hrvatski dobrovoljni vatrogasni zbor u Varaždinu već dugi niz godina organizira tzv. "Memorijal Mirka Kolarića".

### 3.2 Zakoni o vatrogastvu

Nacionalna organizacija dobrovoljnih vatrogasnih društava nastojala je od samih svojih početaka ustanoviti čvrstu organizaciju zaštite od požara i u pogledu zakonskog uređivanja vatrogastva. 1893. godine Zajednica je podnijela predstavku vlastima za donošenje propisa o obrani od vatre. Vlasti nisu ništa učinile u tom pogledu te je Zajednica na čelu sa Đurom Deželićem predložila 1889. godine prvi vatrogasni zakon u Hrvatskoj pod nazivom Gasnik za Kraljevinu Hrvatsku i Slavoniju.

Godinama je Zajednica nastojala na donošenju zakona, ali su vlasti uporno gušile tu ideju. Sam je Deželić sve do svoje smrti 1907. godine uporno inzistirao na ozakonjenju vatrogastva. Zajednica je još jednom uoči I. svjetskog rata 1913. inzistirala kod Bana na donošenju zakona. Unatoč otporima ipak je donesen 1933. godine Zakon o organizaciji vatrogastva Kraljevine Jugoslavije.

Zakonom vatrogasne organizacije dobivaju svoj pravni status premda se sputava svaka sloboda i inicijativa u vatrogastvu. Režimska kontrola organizacije konačno rezultira 1937. raskidom Vatrogasne zajednice Savske banovine s Vatrogasnim savezom Kraljevine Jugoslavije. Bila je to jedina udruga u Kraljevini i u Savskoj banovini koja je učinila takav radikalni rez. Premda je Zajednica time dovedena u težak financijski položaj i izolaciju, hrvatski su vatrogasci tim činom još jednom manifestirali svoju slobodarsku i neovisnu tradiciju.

Vatrogasna organizacija opstaje i u teškim godinama II. svjetskog rata. Premda pod stalnom kontrolom i pritiscima vlasti NDH, slobodarski duh hrvatskog vatrogastva potvrdio se sudjelovanjem mnogih vatrogasaca u antifašističkoj borbi. Obnova poratnog

vatrogastva otpočela je pod okriljem povjerenika za vatrogastvo i donošenjem Zakona o organizaciji Narodne milicije 1946.

Desetljećima stara tradicija dobrovoljnog vatrogastva u Hrvatskoj potvrđena je nekoliko godina potom donošenjem Zakona o dobrovoljnim vatrogasnim društvima NRH 1948. godine i osnivanjem Saveza dobrovoljnih vatrogasnih društava 1949. godine. U takvim se okolnostima i profesionalno vatrogastvo izdvaja iz Narodne milicije 1954. Na Kongresu vatrogasaca Hrvatske 1955. godine potvrđeno je zajedništvo profesionalnih i dobrovoljnih vatrogasaca pod okriljem Vatrogasnog saveza Hrvatske.

Danas na snazi imamo Zakon o vatrogastvu (NN 80/10) u kojem je sve točno i jasno napisano što se tiče vatrogasaca. Zakon o zaštiti od požara (NN 92/10), Zakon o zaštiti i spašavanju (NN 127/10), Ostali zakoni vezani uz vatrogastvo i zaštiti od požara, Zakonske odredbe vezane uz izazivanje požara (NN 125/2011).

### 3.3 Vatrogasna djelatnost

Prema Zakonu o vatrogastvu ([www.zakon.hr](http://www.zakon.hr)) vatrogasna djelatnost je sudjelovanje u provedbi preventivnih mjera zaštite od požara i eksplozija, gašenje požara i spašavanje ljudi i imovine ugroženih požarom i eksplozijom, pružanje tehničke pomoći u nezgodama i opasnim situacijama te obavlja nje i drugih poslova u nesrećama, ekološkim i inim nesrećama.

To je stručna i humanitarna djelatnost koju obavljaju vatrogasne postrojbe, dobrovoljna vatrogasna društva i vatrogasne zajednice. Sukladno propisima one ostvaruju prava na olakšice i povlastice, a sve u interesu cjelokupnog društva.

Vatrogasnu djelatnost obavljaju vatrogasne postrojbe koje se prema Zakonu o vatrogastvu ([www.zakon.hr](http://www.zakon.hr)) dijele na:



- javnu vatrogasnu postrojbu koja se osniva za područje općine ili grada, dobrovoljna ili profesionalna
- postrojbu dobrovoljnog vatrogasnog društva
- profesionalna vatrogasna društva
- postrojbu dobrovoljnoga vatrogasnog društva u gospodarstvu
- postrojbu za brzo djelovanje (intervencijska postrojba)

U svrhu promicanja vatrogasne djelatnosti i značenja poduzimanja preventivnih mjera zaštite od požara, ustanovljuje se stalna tradicionalna manifestacija pod nazivom „Mjesec zaštite od požara“ koja se provodi tijekom mjeseca svibnja. Radi njegovanja tradicije vatrogastva ustanovljuje se stalna manifestacija pod nazivom „Dan vatrogastva“ koja se tradicionalno obilježava 4. svibnja, na dan Svetog Florijana (Popović i Brlečić, 2011).

Budući da je aktualno pitanje mijenjanje sadašnjeg ustroja - vraćati pod MUP ili osnovati ministarstvo vatrogastva nama vatrogascima manje je važno. Važno je osigurati ravnomjeran razvoj vatrogastva na području cijele RH te osigurati približno ravnomjeran sustav osnovnog financiranja.

Za prenošenje iskustva, znanja i svega ostalog što će unaprijediti cjelokupno vatrogastvo i to kroz službu koja će se baviti unapređivanjem vatrogastva na cijelom području RH i to svih 365 dana u godini trebalo bi osnovati službu za vatrogastvo. Ona bi davala jasne smjernice u smislu vatrogasne opreme, tehnike, preventive, taktike svim operativnim vatrogascima bili oni profesionalci ili dobrovoljci.

Za osiguranje ravnomjernog razvitka vatrogastva treba više aktivirati resore koji već jesu ustrojani pri službi za vatrogastvo kao što je odjel za tehniku. Treba konačno usvojiti jedinstvenu tipizaciju vatrogasnih vozila koja će vrijediti u cijeloj RH da i vatrogasac iz Čakovca kad dođe u priobalje zna što može očekivati od vatrogasne opreme u prvom desnom spremniku navalnog vozila (manje improvizacije u odabiru i opremanju vozila). Improvizaciju u vatrogastvu treba svesti na najmanju moguću mjeru, jer kad je u pitanju spašavanje, zaštita i gašenje ne može se oslanjati na improvizaciju -

sve je jasno napisano u Zakonu o vatrogastvu i sve se mora raditi po istom. Odjel za tehniku treba više ići po terenu, biti glavna stručna i savjetodavna služba prilikom nabavke tehnike, uvođenja novih tehnologija te ispitivanja u suradnji s drugim institucijama npr. vatrogasnom školom.

Odjel za tjelesnu spremu sa stručnjacima za tjelesnu spremu vatrogasaca trebao bi napraviti plan, provoditi ga na terenu, osigurati kontinuirano provođenje tjelesnih aktivnosti, ali i provjeru tjelesne spreme vatrogasaca za područje RH, obavljati univerzalne testove snage, brzine i izdržljivosti po godinama starosti. Kako su za kemijski proces gorenja potrebne tri osnovna uvjeta (goriva tvar, oksidans i temperatura paljenja) tako je za vatrogasca da bi bio vatrogasac uvjet da zna, da ima s čime i da može. Jedno bez drugoga ne može i tu fizička sprema ima najvažniju ulogu.

Danas su vatrogasci prepušteni sami sebi i pojedinačnim inicijativama, sami opremaju teretanu, ili u bogatijim općinama i gradovima financira ih lokalna samouprava, što ukazuje na činjenicu nedostatka jedinstvenog sustava.

### 3.4 Vatrogasna natjecanja

Vatrogasna natjecanja danas predstavljaju uvježbanost, uigranost, spremnost i spretnost svih uzrasta vatrogasaca počevši od najmlađih od 6 godina do 12 godina. Oni se dijele na ženske i muške ekipe u kategoriji *podmladak*. Ženske i muške ekipe od 12 do 16 godina se natječu u kategoriji *mladeži*, a ženske i muške ekipe od 16 do 30 godina u kategoriji *seniora* s obzirom na starost - na „A“ desetine (do 30 godina starosti) i na „B“ desetine (starije od 30 godina), bilo dobrovoljne i profesionalne.

Isto tako, stariji članovi (veterani - osobe koje su vatrogasci duže od 30 godina i napunili su 60 godina starosti) imaju svoja društvenja i na njima natjecanja u društvenim igrama kao što su pikado, streljaštvo, viseća kuglana i slično.

Sve dobne skupine u vatrogasnoj organizaciji imaju pravo natjecati se i provoditi vrijeme sa vatrogascima. Današnji priručnik o vatrogasnim natjecanjima u Republici

Hrvatskoj kojoj je donijela Hrvatska vatrogasna zajednica iz 2012. godine govori o pravilima za natjecanja. Prema Popoviću i Brlečiću, (2011):

Pravilnikom o natjecanjima vatrogasaca u Republici Hrvatskoj propisuje se:

- način provedbe vatrogasnih natjecanja u Republici Hrvatskoj
- kategorije natjecateljskih odjeljenja
- dobne granice natjecatelja
- natjecateljska oprema
- discipline natjecanja
- rang natjecanja
- imenovanje voditeljstva natjecanja i sudačkih komisija
- pravo sudjelovanja na natjecanjima više razine
- financiranje natjecanja
- priznanja za natjecateljska odjeljenja i natjecatelje
- otvaranje i zatvaranje natjecanja
- rješavanje spornih situacija
- stegovne mjere

Vatrogasna natjecanja održavaju se i provode radi osposobljavanja vatrogasaca za provedbu vatrogasne djelatnosti i djelovanja u slučajevima većih nesreća i katastrofa. Vatrogasna natjecanja provode se i radi međusobnog upoznavanja svih dobnih skupina vatrogasaca, učvršćivanja prijateljskih odnosa, razmjene iskustava te jačanja svijesti o humanosti i ljudskoj solidarnosti.

Vatrogasna natjecanja sadrže discipline koje su u izravnoj svezi s vatrogasnom djelatnošću, te kao takva podižu razinu operativne spremnosti vatrogasnih postrojbi potrebnu za izvršenje zadaća propisanih u Zakonu o vatrogastvu (Popović i Brlečić, 2011).

Natjecateljska odjeljenja natječu se u sljedećim disciplinama:

- vježba s VMŠ (bez uporabe vode) i štafetna utrka na 400 m s preprekama (8 natjecatelja x 50 m s dvije prepreke) za odrasle
- vježba s preprekama i štafetna utrka na 400 m s preprekama za mladež
- vježba s brentačama i štafetna utrka na 400 m s preprekama za pomladak

Natjecateljska odjeljenja izvode dvije vježbe i jednu štafetnu utrku s preprekama. Što se tiče natjecateljskih odjeljenja odraslih, oni nastupaju na natjecanjima u vježbi s VMŠ s 9 natjecatelja, a u štafetnoj utrci s 8 natjecatelja. Desetina se prijavljuje Prijemnom odboru "A" 9 članova za izvođenje vježbe s VMŠ. Ekipe mladeži nastupaju na natjecanjima u vježbi s preprekama i štafetnoj utrci s 9 natjecatelja. Pomladak nastupa na natjecanjima u vježbi s brentačama i štafetnoj utrci s 9 natjecatelja. Pričuvni (deseti) član ostaje izvan natjecateljskog terena i ne može biti uvršten u natjecateljsko odjeljenje od trenutka prijave natjecateljskog odjeljenja Prijemnom odboru "A".

Natjecanja vatrogasaca organiziraju se prema rangu:

- gradsko / općinsko (područno) vatrogasno natjecanje
- županijsko vatrogasno natjecanje
- državno vatrogasno natjecanje

### 3.5 Prikupljanje informacija – intervju

Svrha svakog istraživanja je dobiti potpune, točne i jasne informacije na temelju podataka iz okruženja. Metoda ovog istraživanja je intervju sa kolegama vatrogascima koji su na visokim pozicijama u vatrogastvu, imaju bogato iskustvo u natjecanjima, sudionici su inozemnih vatrogasnih na kojima predstavljaju Republiku Hrvatsku.

Željko Odak je trener muške i ženske mladeži DVD-a Bedekovčina. On je osoba koja zadnjih 10 godina osvaja državna natjecanja mladeži, osvaja Kup Hrvatske vatrogasne zajednice, kupove diljem Republike Hrvatske, županijska natjecanja, u ime HVZ-a predstavlja RH na vatrogasnim natjecanjima u inozemstvu te predstavlja RH na zadnja 3 CTIF natjecanja - Međunarodna zajednica vatrogasnih i spasilačkih službi (<http://www.hvz.hr/CTIF>, 2015.). Gospodin Odak je čovjek koji je prošao sve što se

može proći kao trener ekipe mladeži vatrogasaca. Iz njegovih odgovora može se zaključiti da je riječ „rad“ smjernica koja ga vodi kroz uspješnu karijeru u vatrogastvu.

### 3.5.1 Intervju sa Željkom Odakom

#### 1. Predstavite se.

„Ja sam Željko Odak, predsjednik sam DVD-a Bedekovčina, predsjednik VZO Bedekovčina, član predsjedništva Vatrogasne zajednice krapinsko-zagorske županije, član skupštine Hrvatske vatrogasne zajednice i predsjednik odbora za mladež“

Moji uspjesi:

- 4 puta prvak državnog natjecanja mladeži Republike Hrvatske
- 3 puta sudionik CTIF natjecanja, tj. olimpijade (2011.Kočevje, 2013.Mulhouse, 2015. Opole)
- 3 puta pobjednik kupa Hrvatske vatrogasne zajednice
- više puta prvak županijskog natjecanja mladeži Vatrogasne zajednice Krapinsko-zagorske županije

#### 2. Tajna Vašeg uspjeha?

„Tajna mojeg uspjeha je samo rad, rad i rad“

#### 3. Odnos natjecanja i natjecateljskih desetina prije 10 godina i danas?

„U odnosu na prošlost natjecanja jako puno se promijenilo, naime, danas jako puno društava ima svoju kompletnu stazu i sve uvjete kako bi mogli postići vrhunske rezultate, isto tako, Internet je danas taj koji nam može jako puno pomoći što se tiče novih „trikova“, nove metode rada se javljaju danas, primjerice moj DVD surađuje sa profesoricom kineziologije u smislu fizičke pripreme mladeži, primopredaje mlaznice u

štafeti i same eksplozivnosti. Isto tako moram spomenuti da je danas jako teško naći djecu koja su zainteresirana za treniranje i vježbanje. To nije problem samo kod vatrogasaca, već je nažalost, to problem kod svih udruga - današnja djeca su generacija Interneta, laptopa i virtualnih igrica.

#### 4. Vaša konkurencija?

Prije desetak godina bila je jako dobra Zagrebačka županija što se tiče i muške i ženske mladeži. Isto tako tu se isticala Međimurska županija. Zadnjih par godina moram priznati da je Međimurska županija još više napredovala i ima 4-5 vrhunskih ekipa koja mogu „pomrsiti račune mojem društvu.“

#### 5. Budući da ste zapovjednik svake godine u kampu Hrvatske vatrogasne zajednice u Fažani možete li nam malo objasniti koncept kampa?

Kamp Hrvatske vatrogasne zajednice u Fažani koncipiran je za vatrogasnu mladež od 6. do 9. mjeseca za djecu od 11 do 17 godina. U njemu svaka smjena traje po 7 dana, od ponedjeljka do ponedjeljka. U tih 7 dana mladež se međusobno druži, svaki dan se igraju vatrogasne igrice, organizira se nastava u smislu vatrogasnih predmeta, mladež sama organizira zabavnu večer, organiziraju se izbori za miss, mistera, najluđa frizura itd. Isto tako organiziraju se izleti u unutrašnjost Istre. Ono što je djeci najzanimljivije je kupanje i uživanje na plaži. Ove godine kamp je proslavio 20 godina rada. Nakon toliko godina trebalo bi razmisliti o promjeni plana rada, budući da je on isti već 17 godina. Po mojoj procjeni trebalo bi malo više kupanja, malo više slobodnih aktivnosti, i svakako bi trebalo postaviti komplet stazu za vatrogasnu mladež. Neka društva koja dolaze, nemaju originalnu stazu u svojem DVD-u pa mislim da bi im kompletna staza jako puno pomogla kod vježbanja, barem tih 7 dana koje provedu u kampu.

#### 6. Prihvat mladih u DVD

Danas, mladima nije baš privlačno biti u nekoj udruzi, ne žele nikakve odgovornosti, treninge, a nažalost kod nas vatrogasaca je specifična situacija jer ako samo jedan član ne dođe na vježbu ne može se izvoditi vježba, dok je kod nogometa ili bilo kojeg drugog sporta to moguće. Nažalost i roditelji danas misle da će dijete uspjeti u nekom drugom sportu te na kraju odustaju od vatrogasaca. Naglasio bih da u vatrogasnoj organizaciji djeca ne plaćaju nikakvu članarinu svaki mjesec, ne daju novce za opremu, ne kupuju baš ništa, a isto tako, na natjecanjima imaju osigurano jelo i piće. U vatrogasnoj organizaciji djeca se druže, idu na izlete, na natjecanja po cijeloj Republici Hrvatskoj, borave u Kampu Hrvatske vatrogasne zajednice u Fažani. Naglasio bih da mi vatrogasci djeci pružamo sve, a zauzvrat tražimo samo redovite dolaske na treninge.

#### 7. Vaši planovi u budućnosti?

U planu je daljnja borba sa mladeži i jednog dana da se popnemo na pobjedničko postolje na CTIF natjecanju. Moram istaknuti da sam kao trener svoje ekipe, ali i trener reprezentacije ove godine na olimpijadi sa svojom ekipom ženske mladeži postigao 3. najbolje vrijeme vježbe i 2. najbolje vrijeme štafete, ali nažalost imali smo grešku i u vježbi i u štafeti i na kraju završili kao 5.

Gospodin Odak priznaje da su mu se jako približile međimurske ekipe. To je nastavak sve većeg rada s mladima, oslanjanje na fizičku pripremu, radu s kondicijskim trenerima, profesorima kineziologije i radu s atletičarima. Isto tako, naglasio je da je današnju djecu jako teško motivirati za vježbanje i uopće za trud, jer su ta djeca Internet generacija i da se ulažu maksimalni naponi za nagovaranje i pristup vatrogasnoj organizaciji.

Na pitanje o kampu vatrogasne mladeži u Fažani smatra da je jako bitno da se uvede više slobodnog vremena za mlade, da se preispita i posloži plan rada u kampu. Isto tako predlaže da se napravi poligon sa stazom i opremom za mladež, kako bi mladež u tih sedam dana što su u kampu mogla nesmetano vježbati.

U završnom dijelu kolega Odak obećao je da se neće predati. Misao koja ga vodi je „nema predaje“, a to je ono što pokreće vatrogasce na hrabrost i požrtvovnost za spas i dobrobit drugoga.

### 3.5.2 Intervju sa Zdravkom Filipajom

Zdravko Filipaj je trener ekipe muške „A“ desetine svojeg matičnog DVD-a Deanovec. To je ekipa koja je u zadnjih 14 godina bila sudionik državnih natjecanja i koja je u samom vrhu. Osvajaju kupove diljem Republike Hrvatske, predstavljaju RH u inozemstvu. Na CTIF natjecanjima sudjelovali su 2001. i 2009. godine.

#### 1. Predstavite se

„Ja sam Zdravko Filipaj, vatrogasni časnik 1. klase, vatrogasni sudac, član povjerenstva Hrvatske vatrogasne zajednice za natjecanja, kontrolor sam suđenja na županijskim natjecanjima ili kupovima Hrvatske vatrogasne zajednice.

#### 2. Promjena vježbe unazad 10 godina

Sama bit vježbe ostala je ista, samo se stalno nadopunjuju pravila i izmjenjuje se Priručnik za natjecanje vatrogasaca RH. Isto tako CTIF organizira seminar za suce svake 4 godine za seniore i svake 2 godine za mladež u Linzu.

#### 3. Priprema seniora za CTIF natjecanje

Mentor sam svojoj ekipi u matičnom DVD-u Deanovec koja je bila sudionik olimpijade 2001. godine u Finskoj i 2009. godine u Ostrvi. Moram istaknuti da je veliki nedostatak Hrvatskih ekipa što se ne organiziraju skupne pripreme. Npr. u kampu Hrvatske vatrogasne zajednice u Fažani bi se mogle skupiti sve ekipe koje su se plasirale na olimpijadu i tamo odraditi dio priprema. Isto tako dosta reprezentacija ima svojeg doktora, svojeg masera, kondicijskog trenera što kod nas nije slučaj. Moram napomenuti da je danas jako teško uskladiti vježbe i treninge zbog posla, pa mnoge dobre ekipe zbog toga propadaju.



#### 4. Suđenje na olimpijadi

Što se tiče određivanja sudaca na olimpijadi glavnu riječ vode Austrijanci, što se tiče Hrvatskih sudaca moram priznati da imamo jako dobar rejting i da smo jako cijenjeni zbog profesionalnosti i kompetencije. Dokaz tome je da je Republika Hrvatska imala na olimpijadi 2013. u Mulhouseu 2 glavna suca, 2 suca 3, jednog rezervnog glavnog suca i suce na štafeti.

#### 5. Doživljaji sa olimpijada

Moram priznati da je biti sudac na olimpijadi san svakog vatrogasnog suca, da se osjeti ta čar druženja, da se upoznaješ s kolegama vatrogascima iz ostalih zemalja Europe i šire. Bit same olimpijade je druženje.

#### 6. Dužnosti i uloga kontrolora Hrvatske vatrogasne zajednice

Sva vatrogasna županijska natjecanja moraju imati kontrolora suđenja od strane HVZ-a. Kontrolor vodi brigu za sporne situacije i na licu mjesta ih rješava. Tu bih naglasio jako veliku odgovornost koju imamo, jer nekad svaka sitnica znači da jako dobra ekipa ne ide na državno natjecanje ili na olimpijadu.

#### 7. Hrvatske ekipe na olimpijadi u Mulhouse 2013. godine

Trud Hrvatske vatrogasne zajednice prema ekipama koje su se plasirale na olimpijadu 2013. godine bio je zadovoljavajući. Morao bih naglasiti da smo postigli uspjeh na olimpijadi 2013. godine, budući da smo bili „4. sila“ u Europi po rezultatima. Mislim da bi rezultati bili još i bolji kada bismo uspjeli osigurati novčana sredstva za masera i liječnika. Reprezentacije iz samog vrha natjecanja CTIF-a imaju čak i psihologa, jer je pritisak na ekipu izuzetno velik.

#### 8. Općenito Vaše mišljenje za budućnost Hrvatskih ekipa na olimpijadama

Republika Hrvatska ima veliki potencijal što se tiče ekipa. Po mojem mišljenju danas trenutno ima previše kup natjecanja, što razvodnjava kvalitetu. Mislim da ćemo u budućnosti pokušati ostvarivati još bolje rezultate na olimpijadama jer se kvalitetno radi.

Gospodin Filipaj je vrlo zanimljiv sugovornik. Što se tiče suđenja, kontroliranja suđenja u RH i suđenja na CTIF natjecanjima možemo reći da je on sve u jednom. Trener vrhunske ekipe i kontrolor ispred HVZ-a te sudac na CTIF natjecanju.

Njegovi dojmovi sa olimpijada su neopisivi. Biti sudac na olimpijadi je san svakog vatrogasnog suca, a biti sudionik takvog natjecanja je velika stvar za svaku ekipu. Na pitanje o stanju hrvatskih ekipa na olimpijadi izjavio je da su generalno zadovoljni rezultatima iz Mulhousea 2013. godine. Iako su ostvareni dobri rezultati, smatra da ima još puno prostora za popravak i napredak. Hrvati su izuzetno talentirani i imaju veliki potencijal za biti u samom vrhu takvih natjecanja. Njegovo mišljenje je da bi reprezentacija trebala odraditi pripreme za sve sudionike, na kojima bi se ukazalo na sve nedostatke ekipe. Iz tog razloga predlaže da se pokuša financijski riješiti pitanje masera, liječnika i psihologa, jer bez njihove potpune zdravstvene i psihičke brige, ekipa ne može konkurirati uspješnim stranim vatrogascima koji se susreću na natjecanjima međunarodnih razmjera.

#### 4. Mjere za poboljšanje položaja vatrogastva u Republici Hrvatskoj

- osnovati unutar Hrvatske vatrogasne zajednice odjel marketinga koji će sve novosti dnevno ažurirati, brinuti o odnosu s javnošću i stalno biti u kontaktu sa svim predstavnicima medija (radio, televizija, tisak, Internet)
- sve vatrogasne zajednice općina/gradova županija neka naprave svoje Internet stranice, Facebook profile, portale (kao što već postoje vatrogasci Međimurja, podravac.net)
- održati predavanja sa stručnjacima iz PR agencija, sa stručnjacima iz marketinga na nivou svake županijske zajednice
- održati sastanke sa predstavnicima medija
- svaka županijska zajednica neka zakupi oglasni prostor u regionalnim tiskovinama
- organizirati izdavanje besplatnog mjesečnika vatrogasaca svake županije
- u svim društvima formirati odbore za informatizaciju, odnose s medijima, marketing
- vatrogasci prezentirati opremu i uvježbanost u svojim općinama/gradu
- dani otvorenih vrata društva
- kontinuirano slanje materijala sa svih aktivnosti medijima i upornost u objavljivanju istih
- posjete djeci u vrtiće i škole, animiranje djece i održavanje predavanja na temu vatrogastva
- odvesti školsku djecu u javnu vatrogasnu postrojbu
- napraviti izložbu s dječjim radovima na temu vatrogastvo
- dijeliti letke u mjesecu svibnju - mjesecu zaštite od požara
- educirati lokalno stanovništvo o mjerama zaštite i preventivi
- postaviti oglasnu ploču na najuočljivijem mjestu u općini/gradu te stavljati slike, izvještaje i opise svih događanja u društvu
- održavati javno pokazne vježbe u općini/gradu
- svaki član društva neka na najbolji način prezentira društvo poduzetniku kod kojeg radi

- u dogovoru s poduzetnicima u općini/gradu održati javno pokazne vježbe i ukazati na opasnosti od požara
- kod organiziranja natjecanja najaviti u svim lokalnim medijima događaj
- tražiti od Vlade Republike Hrvatske maksimalnu angažiranost svih agencija koje rade na projektima Europske Unije da se privuku novčana sredstva
- Hrvatska vatrogasna zajednica bi trebala uputiti jasnu poruku organima vlasti što se tiče financiranja - rigoroznije kažnjavanje pravnih ili fizičkih osoba koje ne ispunjavaju svoje zakonske obveze prema vatrogascima

Popularizacija hrvatskog vatrogastva uz pomoć ovih mjera mogla bi dosegnuti višu razinu u Republici Hrvatskoj jer su predloženi načini rješavanja poboljšanja situacije u vatrogastvu koji obuhvaćaju sve dobne skupine na svim dostupnim medijima i glasilima.

Rastom informatičke pismenosti i pojavom društvenih mreža, nabrojene mjere su se sporo, ali učinkovito počele primjenjivati kod sve većeg broja vatrogasaca. Ti mediji najviše dopiru do djece i mladih koji u današnje vrijeme koriste samo Internet kao izvor novih informacija. Zbog tog razloga navedena je i mjera prema kojoj bi se vatrogasci imali prilike predstaviti djeci u vrtiću ili školi gdje bi djeca iz prve ruke mogla shvatiti ulogu vatrogasaca. Pokazne vježbe u općini/gradu i edukacija lokalnog stanovništva te oglasna ploča doprli bi do ljudi sa nižom razinom informatičke pismenosti i time pridonijeli marketingu „od usta do usta“ gdje preporuke, dojmovi i informacije poznanika imaju najjači utjecaj na mišljenje i prihvaćanje ljudi.

Vlada Republike Hrvatske i agencije za projekte Europske unije zajedničkim snagama mogle bi privući značajna financijska sredstva za financiranje vatrogasne djelatnosti samim time što je to djelatnost koja brine za opću dobrobit pojedinca i poduzeća. Pisanjem elaborata i poslovnih planova od strane vatrogasaca potaknulo bi se istraživanje stvarnog stanja vatrogastva. Ukazalo bi se na probleme sa zastarjelom opremom koju ima velika većina DVD-ova jer lokalna zajednica i poduzeća nemaju dovoljno sluha za donacije ili drugu vrstu pomoći. Na taj način prikupljeni novac mogao bi se usmjeriti na kupnju sitne opreme kao što su cijevi ili mlaznice, preko

radnih ili svečanih odijela za članove DVD-a, pa sve do velikih kupnji vatrogasnog agregata, vatrogasnog kombija te novijih navalnih vozila.

Svjedoci smo da su klimatske promjene sve učestalije – od velikih poplava u Slavoniji koja ruše domove mnogobrojnim ljudima i životinjama, do dugih sušnih razdoblja i svakodnevnih požara koji haraju cijelom Dalmacijom. U svim nepogodama i nesrećama, vatrogasci su prvi koji dolaze na dužnost i angažiraju se za spas nepoznatih ljudi. Ljudima je „normalno“ da se u teškim trenucima zove vatrogasce, ali nitko ne shvaća da su lokalna vatrogasna društva dobrovoljna i da i oni trebaju potporu društva. Cilj je uz pomoć marketinga i promocije vatrogasaca smanjiti ili barem ublažiti jaz koji se stvorio između stvarne potrebe za vatrogascima i svijesti o važnost vatrogasaca i onda kada nam život nije u opasnosti.

## 5. Zaključak

U ovom radu govori se o marketingu udruga, u ovom slučaju vatrogasaca. Danas je marketing taj koji poduzeća dijeli na uspješna i ona koja ili su pred gašenjem ili su se ugasila.

U Republici Hrvatskoj svijest o značenju marketinga i važnosti marketinga za poduzeće još uvijek je na niskim granama. Važnost samog marketinga najbolje se vidi u činjenici prodaje proizvoda koja su marketinški eksponirana, u odnosu na prodaju sa vrlo malo ili bez marketinga.

Isto tako danas se pokušava u udrugama doći do financijskih sredstava na različite načine. Svijest današnjih poduzetnika nije baš velika što se tiče izdvajanja određenih novčanih sredstava udrugama, a pogotovo se to odnosi na vatrogastvo.

Vatrogasci su danas prvi koje se zove kada su nesreće, havarije, prirodne nepogode, bilo kakve nezgode. Vatrogasci su ti koji riskiraju život, koji se bude u noći i koji napuštaju svoju kuću, svoju obitelj kako bi izašli i spasili druge živote, imovinu i životinje.

Marketing kod vatrogasaca je jako skroman - oni nisu od velikih riječi, oni šute i obavljaju svoj posao na najbolji mogući način. Pri tome treba istaknuti da tijela lokalne samouprave ponekad ne izvršavaju svoje zakonske obveze prema vatrogascima. U zakonu o vatrogastvo jasno piše koliko svaka jedinica lokalne samouprave mora izdvajati novac za vatrogastvo. Nažalost, to se u velikoj većini ne poštuje. Iz tog razloga vatrogasci iz svih mogućih izvora dolaze do prijeko potrebnog novca kako bi kupili opremu i tehniku kako bi bili u mogućnosti izlaziti na intervencije.

Stanje u gospodarstvu nije zadovoljavajuće pa je i to razlog manje zainteresiranosti poduzetnika za donacije. Već sada je jako bitno da se vatrogastvo popularizira putem marketing aktivnosti jer će nedostajati ljudi koji će biti spremni besplatno riskirati svoj život kako bi spasili drugoga ili imovinu drugog čovjeka. Iz tog je razloga jako bitno da

ljudi shvate tko su i što rade vatrogasci, a isto tako i da shvate probleme vatrogasaca i pomognu im kako god mogu.

Danas je svaka donacija dobrodošla i jako potrebna, jer najvažniji izvor financiranja su tijela lokalne samouprave koja u većini slučajeva ne izdvajaju dovoljno sredstava. Jako je bitno da ljudi prepoznaju važnost vatrogasne organizacije jer nikada ne znaju kada će im zatrebati njihova pomoć.

## Literatura

1. Anić Natalia, Odnosi s javnošću – bitan dio političkog marketinga. <https://www.google.com/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=Ani%C4%87+Natalia+Odnosi+s+javno%C5%A1%C4%87u>. (02.09.2015)
2. Baletić, Zvonimir, Ekonomski leksikon, 1. izdanje, Zagreb, Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, Masmedia, (1995)
3. Broderick A. i Jogi A. i Garry T. (2003), Tickled Pink: The Personal Meaning of Cause Related Marketing for Customers. [http://www.researchgate.net/publication/233656868\\_Tickled\\_Pink\\_The\\_Personal\\_Meaning\\_of\\_Cause\\_Related\\_Marketing\\_for\\_Customers](http://www.researchgate.net/publication/233656868_Tickled_Pink_The_Personal_Meaning_of_Cause_Related_Marketing_for_Customers). (02.09.2015)
4. Glavočević Anja, Radman Peša, Anita, Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti. <http://hrcak.srce.hr/file/170022>. (01.09.2015)
5. <http://vatrogas.blogspot.hr/p/mirko-kolaric-ucitelj-hrvatskog.html> (02.09.2015)
6. <http://www.daz.hr/vodic/k-vlastelinski-obiteljski-i-osobni-arhivski-fondovi/k2-obiteljski-arhivski-fondovi/363-hr-dazg-823-obitelj-deeli> (02.09.2015)
7. <http://www.hvz.hr/clanci/CTIF> (31.08.2015)
8. <http://www.hvz.hr/clanci/natjecanja/prirucnik-za-natjecanja-vatrogasaca-u-republici-hrvatskoj> (30.08.2015)
9. <http://www.hvz.hr/poceci-dobrovoljnog-vatrogastva-u-hrvatskoj/> (02.09.2015)
10. Jurković Vesna, Značaj korporativnih komunikacija-zadnja riječ marketinške misli. <http://www.poslovni-savjetnik.com/node/46356>. (31.08.2015)
11. Popović Željko, Brlečić Mijo, (2011.) Priručnik za natjecanja vatrogasaca u Republici Hrvatskoj, Hrvatska vatrogasna Zajednica
12. Tomić, Z, Skoko, I, Milas, Z, Odnosi s javnošću: javnost i javno mišljenje. <http://bs.scribd.com/doc/92351869/Zoran-Tomi%C4%87-ODNOSI-S-JAVNO%C5%A0%C4%86U-Upravljanje-POLITI%C4%8CKIM-informacijama#scribd>. (01.09.2015)
13. Zakon o vatrogastvu. <http://www.zakon.hr/z/305/Zakon-o-vatrogastvu>. (05.09.2015)